



## Тренды в питании: покупатели всё чаще выбирают продукты без ГМО и «натуральную корзину»

Запрос на “чистую” еду в России заметно усиливается: покупатели всё внимательнее читают этикетки, ищут простой состав и стараются избегать “подозрительных” ингредиентов. Как сообщает пресс-служба АО “Золотые луга” со ссылкой на данные исследования Роскачества, чаще всего потребителей тревожит наличие в продуктах ГМО, тяжёлых металлов и пальмового масла, пестицидов, растительных жиров и трансжиров.

Параллельно укрепляется более широкий тренд на ЗОЖ и “натуральную корзину”. Люди чаще ищут продукты без лишних добавок и с базовым составом, а производители и ритейл отвечают расширением линеек “полезных” категорий. Исследование агентства ORO фиксирует: 41% россиян готовы платить больше за полезные продукты питания.

В рационе становится заметнее и “протеиновая волна”: по данным NTech, продажи продуктов с добавленным белком с апреля 2024 по март 2025 года выросли почти на 83,5% в денежном выражении и более чем на 63% в натуральном.

На этом фоне молочная и кисломолочная продукция выглядит особенно органично: это привычная еда на каждый день, которая помогает формировать здоровый и полезный рацион. Йогурт, творог, кефир и другие ферментированные продукты всё чаще воспринимаются как удобный способ добавить в питание качественный белок и поддерживать баланс. Главное – выбрать надёжного производителя.

“Мы принципиально делаем ставку на натуральный состав: в продукции нашей компании нет консервантов, химии, искусственных увеличителей сроков годности, растительных жиров или пальмового масла. Основа рецептур – натуральное молоко-сырьё высшего сорта, натуральные закваски. А чтобы качество было стабильным, мы ведём лабораторный контроль на всех этапах – от приёмки молока до готового продукта перед отгрузкой”, – отмечает директор по качеству АО “Золотые луга” Алёна Пинигина.

Дополнительный импульс тренду придают и государственные инициативы: например, обсуждается развитие в магазинах специальных зон с продукцией для здорового питания, где покупателям будет проще ориентироваться в питательной ценности. В результате “отказ от ГМО” для многих становится не отдельной идеей, а частью общего подхода: выбирать еду осознанно, спокойнее относиться к рациону и чаще отдавать предпочтение натуральным базовым продуктам, в том числе молочным и кисломолочным.

