
0% ЖИРА
ОВСЯНОЕ МОЛОКО
БЕЗ ГЛЮТЕНА
СЫРОК БЕЗ САХАРА
ГИБИСКУС ЛИМОНАД
БЕЛОК
СТЕВИЯ

Это я не ем

Персонифицированное питание — *уже не тренд, а мейнстрим. Так что агрокомплексу приходится относиться к индпошиву меню серьезно и адаптировать под него свое производство.*

Иллюстрации: **КСЕНИЯ ГУРЧЕНКОВА**



ВАЛЕРИЯ КАСАМАРА,
директор Ассоциации организаторов студенческих олимпиад «Я — профессионал», кандидат политических наук.

Персонификация проникает сегодня во все сферы — в медицину, образование, досуг, шопинг. И конечно же, в питание. Мы уже не хотим есть «как все» — мы хотим то, что подходит лично нам. Кто-то вычеркивает лактозу, кто-то — глютен, многим принципиально жить на диете с повышенным содержанием белка. Добавим к этому уважение к своему вкусу, религии, этике, осознанности.

Сегодня ковырять вилкой в сложном ресторанном блюде перестало быть неприличным. Более того, нормально оставить на тарелке то, что вы не едите, даже в гостях. Рынок вынужден кормить каждого под его запрос, его образ жизни, его самочувствие. Представьте на месте рынка мать семейства: для мужа и троих детей ей нужно готовить четыре разных ужина и еще один, пятый — для себя.

Общее у нас только одно. ВЦИОМ фиксирует, что большинство россиян декларируют соблюдение принципов здорового образа жизни. Если точно, то 88% населения, или почти 130 миллионов, хотя бы на уровне намерений заявляют о своей приверженности осознанному потреблению еды. Хотелось бы структурировать этот запрос, чтобы угадывать, что все-таки готовить на ужин, — понимание здорового образа жизни у наших граждан достаточно широкое.

Правильное питание заняло второе место в структуре ЗОЖ (49%), уступив лишь физической активности (94%). Это значит, что каждый второй покупатель в магазине хотя бы раз искал на этикетке не только цену, но и состав продукта. Но поведение людей в поисковиках показательнее опросов. Потому что декларации — это намерение, а поисковые запросы — уже почти действие. Так вот, статистика «Яндекса» фиксирует рост интереса к специализированному питанию: если в январе 2018 года слово «лактоза» в поиске фигурировало 46 345 раз, то в январе 2026-го — 191 924 раза. За восемь лет — рост в четыре раза. Это не мода, а смена модели потребления. Мы перестали гуглить «вкусный завтрак» и начали искать «без лактозы».

Аналитическая компания Nielsen в своем обзоре 2026 года подтверждает: продажи безлактозной продукции в российском офлайне выросли на 43,5%, а в онлайне — на все 80,8%. Растительная «молочка» — овсяное, миндальное, кокосовое молоко — прибавила 16,3 и 26% соответственно. Это структурный сдвиг. Ретейлеры расширяют полки с продукцией для людей с непереносимостью лактозы и глютена, а также для тех, кто по другим причинам выбирает растительные альтернативы.

А ведь есть и другое мощное движение — война с сахаром. Раньше потребитель покупал сладкое, потому что десерт — это развлечение, а сегодня он ищет то, на чем большими буквами написано «без сахара», и эта опция перестала быть прерогативой людей с диабетом. ВЦИОМ посчитал, что больше половины россиян предпринимают попытки ограничить количество сладкого в своем рационе (59% в группе в принципе потребляющих сладости). У аналитических агентств те же данные. Согласно отчету Deep Market Insights, российский рынок стевии достиг 20,97 млн долларов в 2024 году и прогнозируется на уровне 36,74 млн долларов к 2033 году. Он будет расти с устойчивым среднегодовым темпом (CAGR) в 6,38%.

Для агрокомплекса это тектонический сдвиг. Раньше он производил базовые категории продуктов, а теперь ему нужно выдавать сырье с заданными свойствами. Это удар по свекловодству: приходится выпускать премиальные линейки нерафинированных продуктов или искать новых покупателей в непищевой промышленности.

С другой стороны, открывается гигантское окно возможностей. Стевия ►

Фото автора: личный архив

из Южной Америки, которая еще недавно была экзотикой, сегодня всерьез рассматривается как перспективная сельхозкультура. Спрос на продукты с клетчаткой и инулином делает цикорий и топинамбур не полезными добавками, а стратегическим сырьем. Аграрии, которые первыми переключатся на выращивание ингредиентов для здоровой сладости, получат доступ к рынку с растущей маржинальностью.

Лен и амарант тоже раньше считались эксцентричными культурами для экспериментаторов в сфере ЗОЖ. Сегодня это стратегическое сырье для глобальной индустрии. Статистика впечатляет: мировой рынок безглютеновых продуктов в 2024-м оценивался в 12,9 млрд долларов, а к 2034 году он достигнет 33 млрд долларов при среднегодовом темпе роста 9,9%.

Российские ученые уже встроились в тренд: в Мордовском государственном университете, например, разработали полный производственный цикл — от получения семян льна и амаранта до рецептуры хлеба без глютена. Так ваш интерес к составу продукта стимулирует изменение всей производственной цепочки — от поля до прилавка.

Рынок перестраивается: что-то ему нужно вычеркнуть из ингредиентов без потери вкусовых качеств, что-то добавить, но так, чтобы продукт можно было есть. В последнее время главным нутриентом назначен белок, всем интересно знать, сколько протеина в 100 граммах продукта. Значит, надо, чтобы его было много, в готовой еде в том числе. 70% американцев стремятся употреблять больше белка — и речь обо всех штатах, а не только о продвинутых Калифорнии и Нью-Йорке, где исторически принято сидеть на модных диетах.

Раньше концентрация на белке означала бы только одно — «ешьте больше мяса». Сейчас все сложнее — в моде растительный протеин. В России высокобелковая соя выгодна аграрию: при достижении порога 37% протеина включается повышающий коэффициент — тонна сырья дорожает на тысячу рублей за каждый следующий процент белка.

Но аграрий знает, что высокая маржинальность в данном случае связана с высокими рисками. Добиться 40% протеина в сое на бедных почвах без искуственного питания растений невозможно. Поэтому в игру вступает премиальная агрохимия: микроудобрения, листовые подкормки аминокислотами и азотом. Это направление активно развивает, например, компания «ФосАгро». На ее официальном сайте написано, что «ФосАгро-Регион» разработала для сортов и гибридов сои российской селекции системы питания, учитывающие местные почвенно-климатические условия. Протоколы включают предпосевное внесение и подкормки по вегетации с применением удобрений с серой и микроэлементами.

Новый запрос потребителя не ограничивается только здоровьем и пользой. Эксперты «ВкусВилла» вместе с международными аналитическими агентствами Comet Bio, Kerry и Mintel фиксируют еще один важный тренд — мультисенсорность. Пища должна быть событием, она превращается в эмоции, и речь идет не о высокой ресторанной гастрономии. Потребитель ищет сложные текстуры, вкусовые композиции и природные ноты. Он завтракает хлебом с добавлением цветков лаванды и сыром с трюфелем, пьет лимонад с экстрактом гибискуса и розмарина. Российские ученые отвечают на его капризы разработками, которые вчера еще казались фантастикой.

В Сибирском федеральном университете совместно с Институтом биофизики СО РАН научились выращивать редис с разными вкусами — от острого до сладкого — за счет изменения спектра свечения фитоламп. Меняя соотношение красного и синего света, исследователи могут влиять на накопление сахаров, горчичных масел и витаминов. Это значит, что аграрий будущего получит инструмент тонкой настройки: он будет выращивать разные редисы для салата, азиатских блюд, детского питания.

Все это ведет к еще одному тренду, который касается функционирования сельского хозяйства. Исчезают «сезонники» и «механизаторы», работающие по шаблону. Приходит время системного интегратора — специалиста, который выстраивает связь между биологией растения, предсказаниями искусственного интеллекта и возможностями роботизированных комплексов.

Получается, что ваше желание превратить питание в деликатное дело ведет к тому, что на ферме ручной труд замещается интеллектуальным. Без этого вас не удовлетворить. Роботы возьмут на себя функции рук, а ИИ станет справочником и калькулятором.

Потребитель рассматривает пищу как событие: *он завтракает хлебом с цветками лаванды, пьет лимонад* **с гибискусом и розмарином.**

При этом ответственность за результат останется за человеком, его междисциплинарный взгляд станет главным ресурсом. Аграрий будущего — это не тот, кто лучше пашет, а тот, кто лучше и быстрее думает.

Для старших школьников это все, кстати, не новость. В ходе приемной кампании 2024 года на обучение в вузы Минсельхоза было подано почти триста пятьдесят тысяч заявлений — это на 10,6% больше, чем в предыдущем году. IT-специалисты обливаются потом из-за перегрева их рынка, и агрономия со смежными инженерными направлениями на этом фоне становятся для них новым окном возможностей. Молодые люди хотят не просто «в сельское хозяйство» — они идут за цифровыми компетенциями, которые можно будет применить немедленно и с видимым результатом. ▲