

# 68 %

потребителей  
тщательно отслеживают  
содержание жиров  
и масел в приобретаемых  
ими упакованных  
продуктах питания



## FATitudes Отношение потребителей к жирам

Исследование **FATitudes**, которое проводится в США ежегодно начиная с 2013 года, направлено на изучение мнения потребителей о жирах и маслах. В 2019 году география исследования была расширена и охватила в совокупности 12 стран, включая Австралию, Аргентину, Бразилию, Великобританию, Германию, Индию, Китай, Колумбию, Мексику, Россию, США и Францию. В опросе приняли участие около 550 покупателей продовольственных товаров из каждой страны для составления выводов на основе собранных данных об осведомленности, убеждениях и моделях поведения потребителей относительно жиров и масел, содержащихся в упакованных продуктах питания.

89 %

**Китайские потребители**  
уделяют наибольшее внимание  
содержанию жиров и масел

78 %

**Потребители в развивающихся странах,**  
а именно: Аргентина, Бразилия, Индия,  
Китай, Колумбия, Мексика, Россия

55 %

**Потребители в развитых странах,**  
а именно: Австралия, Великобритания,  
Германия, США, Франция

48 %

**Немецкие потребители**  
уделяют наименьшее внимание  
содержанию жиров и масел

В большинстве стран **заявление об органическом происхождении оказывает большее влияние** на принятие решения о покупке, чем утверждение об отсутствии ГМО.

**Потребители ответили, что чаще всего предпочитают покупать упакованные продукты питания с оливковым маслом,** и назвали его самым полезным из рассматриваемых ингредиентов.

Потребители в Бразилии и Китае отмечают, что скорее всего выберут продукт, произведенный с учетом требований к **устойчивому природопользованию**.

Большинство потребителей смотрят, есть ли на этикетках упакованных продуктов заявления, связанные с жирами, и **54 % отметили, что такие заявления** повышают вероятность совершения ими покупки.

93 % потребителей из разных стран осведомлены о жирных кислотах **омега-3**.

**Как оказалось, в развивающихся странах** процент потребителей, которые отслеживают содержание жиров и масел (78 %), выше, чем в развитых странах (55 %), причем наибольшее внимание уделяется в Китае, а наименьшее — в Германии.

### «Требования к еде становятся все более индивидуальными.

Принимая решения о покупке, потребители отталкиваются от конкретных ингредиентов. Находясь под давлением общества, производственные компании вынуждены предлагать более здоровые и питательные альтернативы. Анализ потребительских данных помогает создавать более здоровые, экологически чистые и недорогие инновационные продукты, которые соответствуют требованиям общества и индивидуальным предпочтениям потребителей».

**Флориан Шаттенманн,**  
технический директор и вице-президент по инновациям  
и НИОКР компании Cargill

#### Соединенное Королевство Великобритании и Северной Ирландии

Для потребителей в Великобритании при принятии решения о покупке количество жиров важнее (62 %), чем тип масла (52 %).

#### Франция

Лишь примерно треть французских потребителей (35 %) обращает внимание на количество или тип используемого в ресторанах масла.

#### Бразилия

Почти три четверти бразильцев (71 %) тщательно отслеживают содержание жиров и масел в приобретаемых ими продуктах, при этом 60 % опрошенных отметили, что с наибольшей вероятностью предпочли бы приобретать продукты, в составе которых малое количество жиров, обладающих высоким содержанием насыщенных жирных кислот.

#### Соединенные Штаты Америки

На юге США потребителей, которые отслеживают содержание жиров и масел в упакованных продуктах (60 %), больше, чем на Среднем Западе (48 %).

#### Китай

89 % китайских потребителей — наивысший показатель в мире — обращают пристальное внимание на тип масла или количество жиров в упакованных продуктах. Аналогичной позиции придерживаются 97 % представителей поколения беби-бумеров и 91 % женского населения Китая.

#### Россия

73% российских потребителей с большей вероятностью купят продукт, на котором содержится маркировка об отсутствии ГМО.

#### Индия

Для индийских потребителей при принятии решения о покупке упакованных продуктов количество жиров и тип масла практически в равной степени важны — 85 % и 87 % соответственно.