

**ФАСТ-ФУД**

**VS**

**ЗДОРОВОЕ  
ПИТАНИЕ**



### КАМЕННЫЙ ВЕК

Средняя продолжительность жизни - 18 лет



### НОВОЕ ВРЕМЯ

Средняя продолжительность жизни - 40 лет



### XX ВЕК

Средняя продолжительность жизни - 60 лет



### АНТИЧНОСТЬ

Средняя продолжительность жизни - 22 лет



### СРЕДНИЕ ВЕКА

Средняя продолжительность жизни - 30 лет



### БУДУЩЕЕ



ДЕФИЦИТ СРЕДСТВ

ДЕФИЦИТ ВРЕМЕНИ

НЕЖЕЛАНИЕ ГОТОВИТЬ

РОСТ ЧИСЛА ОДИНОКИХ ЛЮДЕЙ  
(ОСОБЕННО В ВОЗРАСТЕ ДО 35 ЛЕТ)

РОСТ ЧИСЛА РАБОТАЮЩИХ МАМ

РЫНОК ФАСТ-ФУДА ОБЕСПЕЧИВАЕТ БОЛЕЕ 50% ПРОДАЖ  
РЕСТОРАННОГО СЕКТОРА



# ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПОВЕДЕНИЕ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ В ОБЛАСТИ ПИТАНИЯ



**ЗДОРОВОЕ ПИТАНИЕ - ЭТО ПРИОБРЕТЕННЫЙ НАВЫК,  
КОТОРЫЙ ПРИВИВАЕТСЯ В СЕМЬЕ**

**№1**

Изменения  
в демографии



Каждое поколение диктует свою модель потребительского поведения

**№2**

Забота  
о здоровье



Потребители отдают предпочтение «здоровым продуктам», контролируют объем порций

**№3**

Урбанизация  
Рост городского населения.



Рост городского населения. Выбор потребителей в пользу продуктов, обеспечивающих удобство и скорость потребления.



Потребителей сталкиваются с противоречивой информацией о здоровом питании



Потребителей сомневаются в своем выборе продуктов питания

**ЗДОРОВОЕ ПИТАНИЕ СТАНОВИТСЯ ЧАСТЬЮ СФЕРЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ, КАК СКОРОСТЬ И УДОБСТВО**



**6 из 10**

потребителей выбирают продукты,  
произведенные устойчивыми  
компаниями



**4 из 10**

потребителей готовы платить  
**на 50% больше за более**  
«здоровые продукты»

**ЗДОРОВОЕ ПИТАНИЕ СТАНОВИТСЯ ЧАСТЬЮ  
СФЕРЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ, КАК СКОРОСТЬ И УДОБСТВО**





Ускорение  
ритма жизни



Предпочтение  
готовых блюд



Рост посещения  
ресторанов быстрого  
питания



Рост потребления  
«еды на вынос»  
(food to-go)





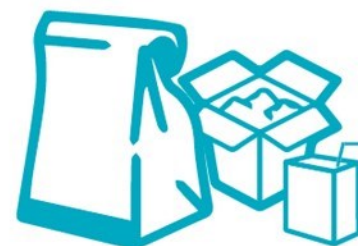


**КЛЮЧ К УСПЕХУ ДЛЯ КОМПАНИЙ, РАБОТАЮЩИХ НА РЫНКЕ ФАСТ-ФУДА – ЭТО УДЕРЖАНИЕ БАЛАНСА МЕЖДУ ЗДОРОВОЙ И БЫСТРОЙ ЕДОЙ**



## ТРАДИЦИОННЫЕ

- ✓ качество
- ✓ цена
- ✓ вкус



## РАЗВИВАЮЩИЕСЯ

- ✓ польза для здоровья
- ✓ социальное воздействие
- ✓ формат to-go

**ФОРМАТ TO-GO – НОВЫЙ ДРАЙВЕР РОСТА.  
СЕРВИСЫ С ФОРМАТОМ FOOD TO-GO ВСЕ БОЛЬШЕ ПРИТЕСНЯЮТ ФАСТ-ФУД**



## ОБРАЗОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Просвещение и воспитание потребителей



## «ЧИСТЫЕ ЭТИКЕТКИ»

Производство продуктов из натуральных ингредиентов



## ФОРМАТ FOOD TO-GO

Предоставление новых упаковочных решений



## СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Инвестирование в социально-значимые проекты для долгосрочного устойчивого развития компании и бренда



**СЕГОДНЯ ВЫИГРЫВАЕТ ТОТ,  
КТО БУДЕТ УСПЕВАТЬ ЗА ИЗМЕНЕНИЯМИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТРЕНДОВ**



## ОЛЬГА ПАНОВА

*Генеральный директор FoxM*

*Президент Союза «Здоровье наших детей»*

+7 (812) 327 20 21  
+7 (921) 449 57 50

+7 (812) 327-20-21

[olga@foxm.ru](mailto:olga@foxm.ru)

[foxm.ru](http://foxm.ru)