



Аппетит к переменам

тренды еды 2026

**Исследование про вкусы,
доставку и новый выбор
гедонистов**

[телеграм-канал «Тема Еды»](#)

Предисловие от команды

Еда перестала быть просто топливом и стала частью культуры, эмоциональной экономики впечатлений и технологий.

То, как мы едим сегодня, отражает не только вкусы, но и наши ценности.

Этот трендбук — навигатор по изменениям в еде на пороге 2026 года. Мы собрали только главное: куда движется рынок, что выбирают люди и как бизнес ищет новые формы устойчивости и роста.



**Дмитрий
Бескромный**



**Анна
Кукулина**

Материал основан на анализе потребительских паттернов, запусков 2025 года, международной аналитики, локальных изменений и наблюдений экспертов индустрии.

Исследование создано в содружестве с Анной Кукулиной, винно-гастрономическим журналистом и автором канала «Профессор кислых щей», и Димой Бескромным, основателем агентства bQ Group и автором канала «Бескромный».

Введение

Потребление еды переживает новую фазу эволюции. Мы уже привыкли к ярким вкусам и хайпу вокруг новинок, но потребители становятся рациональнее: люди по-прежнему хотят есть интересно и вкусно, но теперь — с поправкой на здоровье, пользу и разумную цену. Рынок еды последние несколько лет трансформируется под влиянием четырёх важных факторов, значение которых сохранится и в ближайшем будущем:

Давление экономии

Потребитель требует честных цен и ясной выгоды.

Здоровый прагматизм

No/low-алкоголь, контроль размера порций, функциональные продукты, обогащённые микро- и макронутриентами, выбирают не ради моды, а ради удобства и собственного здоровья.

Эмоции никуда не исчезли

Но сместился акцент: людям всё чаще нужно не новое ради новизны, а «утешительное новое» — эмоции через ностальгию, вовлечение и смыслы.

Технологические привычки

Доставка стала доминирующим форматом потребления, а AI — частью выбора еды.

В 2026 году почти никто не будет искать гастрономические эксперименты ради экспериментов. Это время практичности, пользы и осмысленных решений. Люди выбирают не просто еду — они выбирают эмоциональный опыт, контроль и качество жизни.

Карта макротрендов 2026

Макротренд

Смысл

Что внутри

**Новая
рациональность**

Эпоха понятных цен

Привлекательные по цене и содержанию, комбо-предложения, умная доставка

**Здоровое
удовольствие**

Забота без фанатизма

Безалкогольные напитки, мини-порции, функциональные продукты

Эмоции и опыт

Впечатления 3D

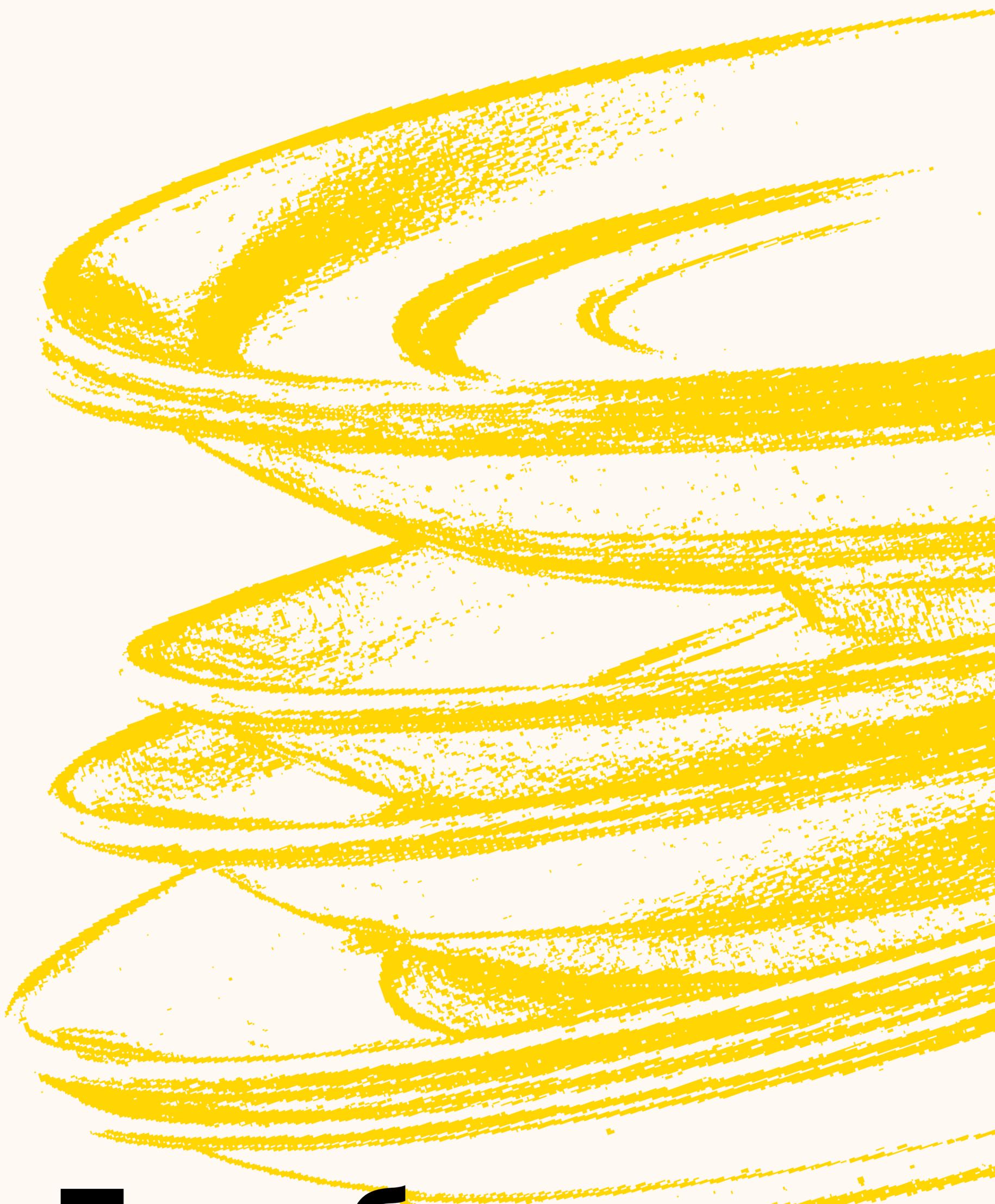
Иммерсивные тематические ужины, локальность, спецэффекты, визуальность доставки и геймификация

**Технологичная
еда**

Персонализация и эффективность

AI-меню и рекомендации, автоматизация брони и предоплаты

Эмоции и опыт



Пересборка приоритетов

**Честная выгода
и понятные предложения
как новая валюта доверия**



О чём речь

Цены растут вместе с инфляцией, потребитель устал «переплачивать за воздух» и выбирает понятные форматы: сет-меню, комбо, честные ланчи и выгоду без избыточной маркетинговой пены.

Почему это работает

- Экономическая турбулентность формирует спрос на «умную цену».
- Когнитивная простота — чем проще выбор, тем быстрее покупка. Рост предложений по фиксированной цене за «неограниченное количество еды» во всех сегментах рынка, от фастфуда до высокой кухни.
- Разумное ценовое позиционирование усиливает лояльность бренду.

Как применять

- Держать 2–3 «якорных» комбо-предложения по фиксированной цене.
 - Искать новые «окна ценности»: вечерние комбо, завтраки в обед или весь день, ночные сет-меню для доставки.
 - Выделять выгоду визуально на витрине доставки, чтобы она считывалась с первого взгляда
-

Кейсы-2025

McDonald's, США

Вернул Extra Value Meals с оферами \$5 и \$8, сфокусировавшись на выгоде и удержании трафика.

Domino's, США

Драйвит трафик через SMM и недорогие наборы (Best Deal Ever за \$9,99.)

Лондонский ресторан Senza Fondo

Очень успешно открылся весной 2025 года с «бесконечной лазаньей» за 20 фунтов.

В Великобритании и США

Снова растёт неновый формат «безграничных» бранчей по выходным, в Москве в Black Thai на бранчи очередь.

Ресторан Trishna (* Michelin, Лондон)

Ввёл «экспресс-ланч»: 2 курса, 40 фунтов, 20 минут.

Эмоции и опыт

A yellow line-art illustration on a white background. In the foreground, a chair is shown in profile, facing right. In the background, a table with two chairs tucked under it is visible. The drawing style is sketchy and expressive, using thick yellow lines and some cross-hatching for shading.

Иммерсивная еда

Когда ужин — событие



О чём речь

Городская публика пресытилась стандартным ресторанным опытом: привычный ужин без истории уже не удивляет. Еда стала полноценным развлечением — ужины с сюжетами и лекциями, иммерсивные гастротeatры, chef's table, попп-события на природе и сезонные гастропутешествия.



Инсайт

В мире дофаминовой экономики еда становится новым досугом. Люди покупают впечатление, историю и принадлежность к сообществу.

Почему это работает

- Эмоции создают вирусность, UGC и «сарафанное радио».
- Создаёт поводы вернуться.
- Даёт ресторанам охват, растит знание о бренде и средний чек без повышения цен.

Как применять

- Вводить линейку «событийных» форматов 1–2 раза в месяц.
- Продавать билеты онлайн, как на спектакль.
- Выносить закулисы истории: фермеры, продукт, маршрут блюда.
- Развивать тему через музыку, пространство, ритуалы.

Статистика-2025

В мире дофаминовой экономики еда становится новым досугом. Люди покупают впечатление, историю и принадлежность к сообществу.

Yelp, США

Рост запросов на immersive dining +509% и chef's table +36%.

Кейсы-2025

**Гастрофестиваль
«Ешь! Смотри!
Люби!»**,
Россия
(04–05.2025)

Меню по мотивам кино — ретросюжеты и переосмысление классики в современных сетях.

Le Petit Chef,
Европа/США

Гастротеатр с 3D-мэппингом и проекциями стал массовым поп-форматом.

**Спортбар
Bloodsports**,
Великобритания

После окончания спортивных трансляций гоняет на экранах хорроры.

**Спикизи
«в лесах»**

В Калифорнии Glen Blaur bar в реликтовом лесу, куда можно доехать только на историческом поезде вечером в уик-энд.

**Гастросказка
«Колобок»**

Коллаборация «Вкусвилла» и «Мастерской Брусникина».

**Gastro Improv by
Perelman**, Россия

Гастротеатр с живой импровизацией, где еда — часть сюжета.



Здоровье и удовольствие



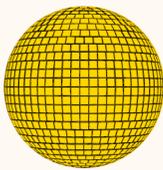
Ноль — **НОВЫЙ** алкоголь

**Безалкогольная культура
и моктейли вместо вина**



О чём речь

Безалкогольные коктейли и 0.0-напитки перестали быть нишей — они стали социально приемлемой нормой.



Инсайт

«Хочу тусоваться, но без похмелья». Это не ЗОЖ, это новая социальная культура выбора аудитории, особенно зумеров.

Почему это работает

- Крепкое здоровье стало новой роскошью.
- No/low alcohol не мешает привычным формам социализации/
- Расширяет аудиторию баров: водители, молодые, беременные, спортсмены.

Как применять

- Отдельное zero-меню, а не пара напитков по остаточному принципу.
 - Предлагать коктейль-пары к блюдам вместо вина.
 - Готовые напитки в бутылках и банках — новый рынок для доставки.
 - Продвигать модель «зебра» (один алкогольный коктейль — один безалкогольный); исследования показывают, что при этом люди заказывают более дорогие и сложные напитки.
 - НЕ открывать безалкогольный бар, для полноформатной концепции тренд ещё не созрел.
-

Статистика-2025

IWSR

Рынок no/low продолжает расти глобально, спрос закрепился как устойчивая категория.

Heineken 0.0, Европа

Масштабирует линейки 0.0 как локомотивную стратегию присутствия на дневном рынке.

Сеть мексиканских ресторанов Las Margaritas

в Вашингтоне ввели меню безалкогольных маргарит с 14 вкусами.

Команда Disfrutar

Лучший ресторан мира — 2024 по версии The World 50 Best Restaurants промоутирует машинку, которая может отогнать алкоголь из любого напитка прямо в ресторане. По факту — слегка усовершенствованный под конкретную цель дистиллятор.

Здоровье и удовольствие



**Лучше меньше,
да лучше**

**Мини-порции,
дегустации, контроль**



О чём речь

В меню появляются «умные» порции, мини-сеты и половинки блюд. Еда без переедания, но с удовольствием.



Инсайт

Часто потребители просто хотят поесть «немного», потому что придерживаются какой-то системы питания или используют средства для похудения. Это может сочетаться с желанием сэкономить, но не всегда. Также уменьшенные порции востребованы у одиночных посетителей, которых становится всё больше.

Почему это работает

- Снижает тревогу у адептов подсчёта КБЖУ.
- Повышает частоту заказов.
- Меньше отходов = выше маржинальность.

Как применять

- Дублировать хиты в мини-формате.
- Собирать дегустационные сеты.
- Указывать калорийность, если формат заведения позволяет.
- Отдельный раздел little plates/ «на один укус».
- Барные места и столы для одного.

Кейсы-2025

Нью-Йорк/Лондон

Рестораны запускают «Ozempic-friendly меню» с мини-порциями.

The Fat Duck, *** Michelin, Великобритания

Один из самых знаменитых ресторанов мира запустил «оземпик-сет»: такой же по составу дегустационный сет, как и обычный, но с уменьшенными порциями и сниженной ценой.

Стей-хаус Juliet в Хьюстоне, США

Ввёл «Девичьи обеды» по воскресеньям: бокал игристого, две устрицы, маленькая порция картошки фри с трюфелем, маленький «цезарь», маленькая порция пасты с креветками, всё за \$25.

Whole Foods, США

Тренд на уменьшение упаковки перешёл в HoReCa: микропорции вошли в норму.

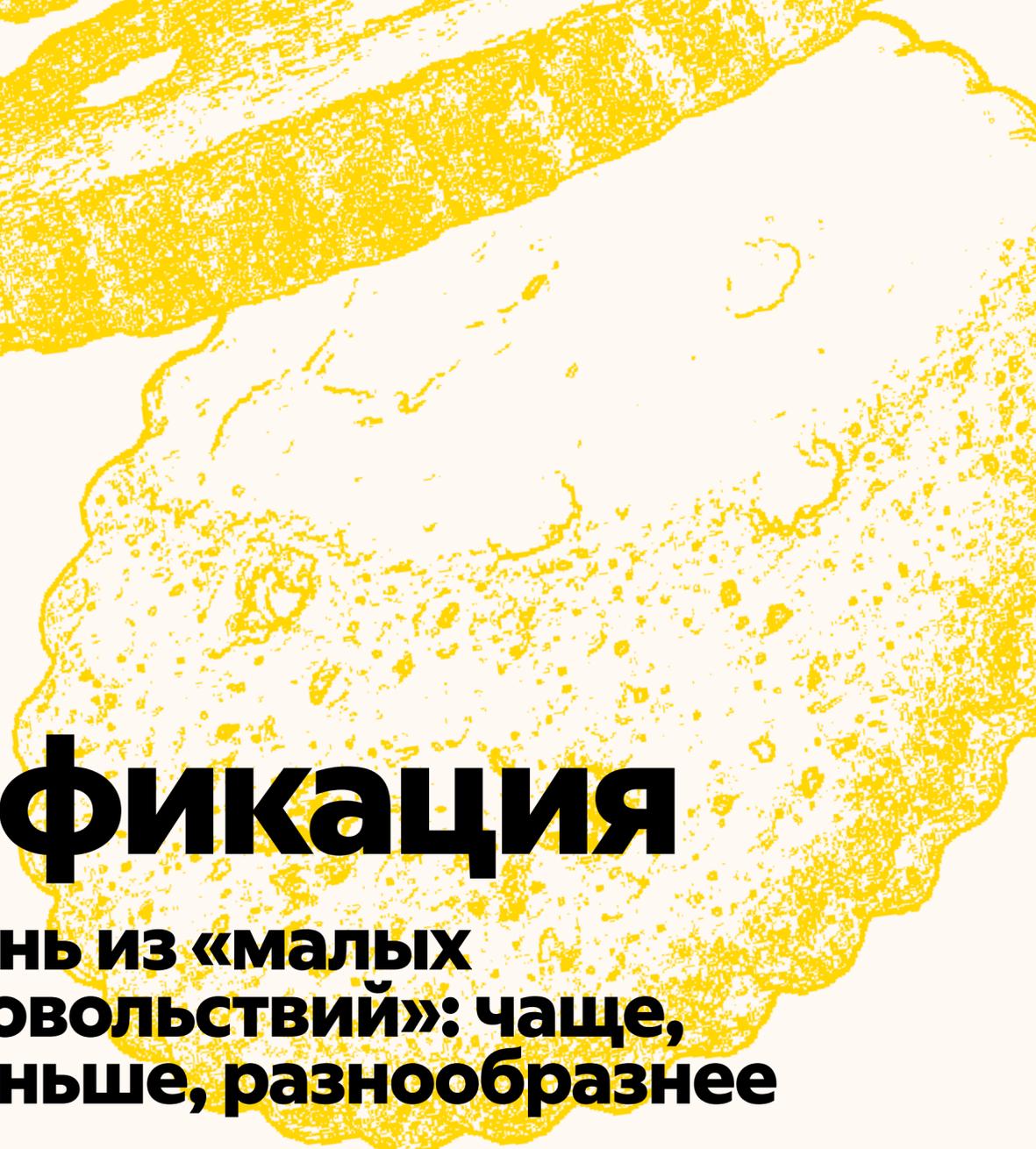
Американские сети Olive Garden и P.F.Chang, США

Ввели меню «маленьких порций».

Pinski & Co, Москва

Мини-пасты и маленькие тарелки для дегустации разных вкусов стали частью стратегии повторных визитов.

Здоровье и удовольствие



Снекификация

День из «малых удовольствий»: чаще, меньше, разнообразнее



О чём речь

Повседневное питание часто дробится на 4–8 маленьких приёмов пищи. Соло-посещения и маленькие порции превращают заведения в гибрид кафе и коворкинга и в чекпойнт между делами, а по дороге можно ещё перехватить снэк или многосоставный сладкий напиток в кофейне, кондитерской или кулинарии.



Инсайт

Побеждает формат «часто и понемногу».

Почему это работает

- Больше поводов зайти — повышение дневной выручки.
- Формат снеков проще тестировать и выводить в меню.
- Удобно для доставки и самовывоза.

Как применять

- Комбо-перекусы / daypart-наборы.
 - Тестировать снэк-версии разных блюд, включая супы и салаты, для продажи навынос и в доставке.
 - Тестировать разные виды «походной» упаковки, которая позволяет есть без приборов
-

Кейсы-2025

Chartwells, США

Кампусы вводят снэк-форматы как «новую норму» частых приёмов пищи.

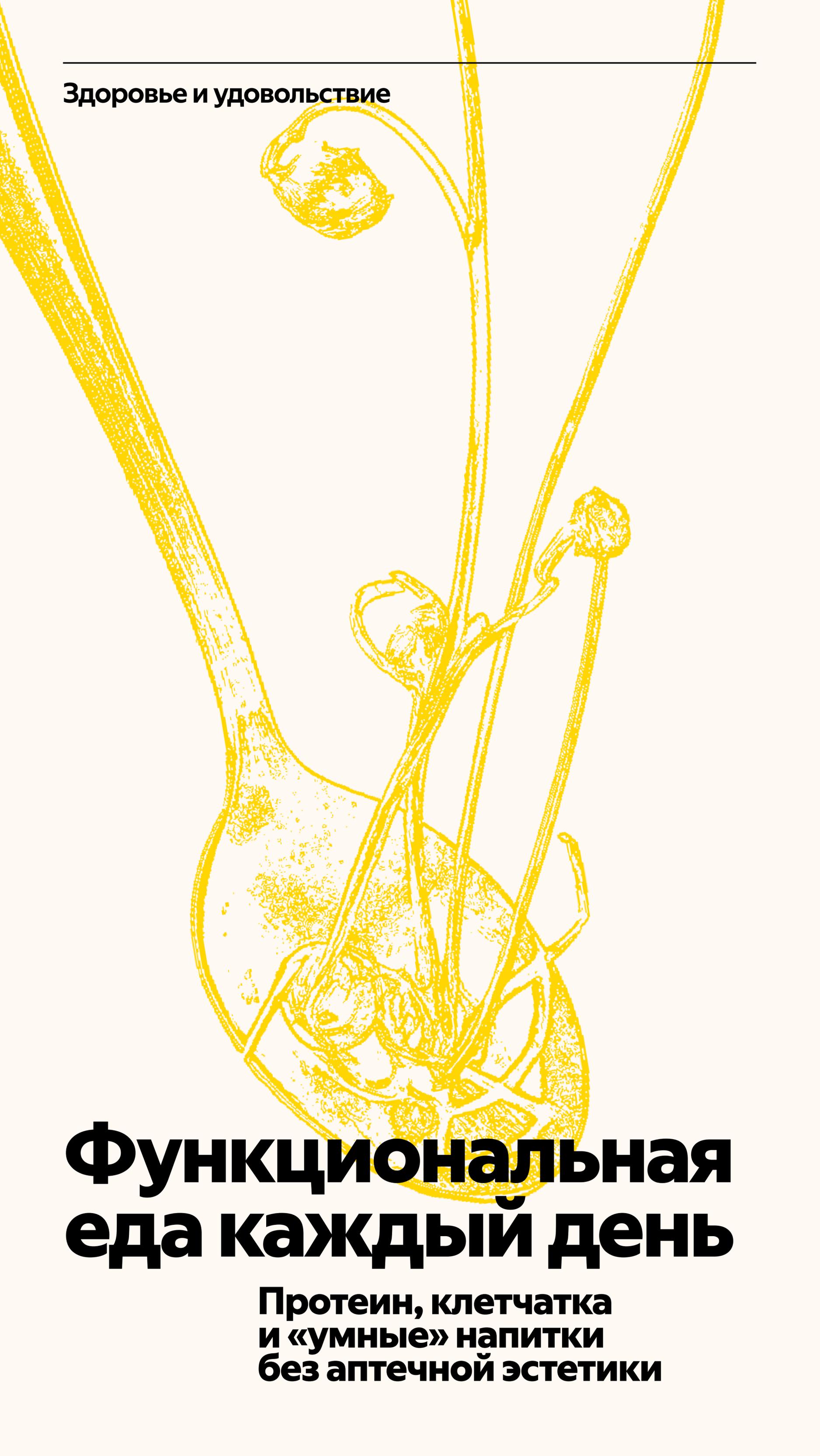
Глобально

Индустрия делает ставку на «малые вкусы», поддерживая частые заказы [Nation's Restaurant News](#).

Россия

Обзоры рынка фиксируют рост «готового и удобного» в перекусных сценариях у молодёжи; кофейни усиливают снэк-линейки и соло-посадку.

Здоровье и удовольствие



Функциональная еда каждый день

**Протеин, клетчатка
и «умные» напитки
без аптечной эстетики**



О чём речь

Польза бесшовно встроена в привычные форматы — кофе, выпечку, снэк-линейки, десерты. Люди хотят ежедневных микровыигрышей без смены привычек.



Инсайт

Дополнительная польза в знакомом продукте приводит к новой привычке потребления с низким барьером входа.

Почему это работает

- Эффект «маленькой победы» (бонус к самочувствию).
- Польза без дополнительных самоограничений.
- Удобно масштабировать в доставке и ретейле.

Как применять

- Маркировать пользу в карточках («+20 г протеина», «+клетчатка»).
 - Добавить 1–2 функциональных напитка в каждую дневную зону.
 - Сезонные лимитки «функциональных десертов».
-

Кейсы-2025

Whole Foods Market

В топ-трендах года протеиновые снеки, текстурные десерты без сахара, функциональные напитки как часть повседневного выбора.

Россия

Тренды напитков: wellness-позиции и безалкогольные альтернативы стабильно входят в листы кофеен, ресторанов и фудкортов.

Эмоции и опыт



Ностальгия 2.0

**Ретровкусы
и локальная классика
в современной подаче**



О чём речь

К нам возвращаются вкусы из детства и знакомые десерты, но с новой эстетикой и ингредиентами, многие называют этот подход «нюстальгия». Комфорт-фуд с апгрейдом, вечный тренд, который перезапускается с каждым поколением: у всех своё детство и своя «стена, которую хочется вернуть».



Инсайт

В тревожные времена люди ищут эмоциональные якоря. Знакомый вкус и современная подача дарят человеку уютную безопасность и новизну одновременно.

Почему это работает

- Легко превращается в истории, о которых хочется говорить и которыми хочется делиться в соцсетях.
- Легко упаковывается в лимитированные релизы.
- Расширяет аудиторию без сложных объяснений.

Как применять

- 1–2 ретропозиции в сезон.
 - Короткая история происхождения в SMM и коммуникациях.
 - Дегустационные мини-порции «из прошлого».
-

Кейсы-2025

Müller, Великобритания

В топ-трендах года протеиновые снеки, текстурные десерты без сахара, функциональные напитки как часть повседневного выбора.

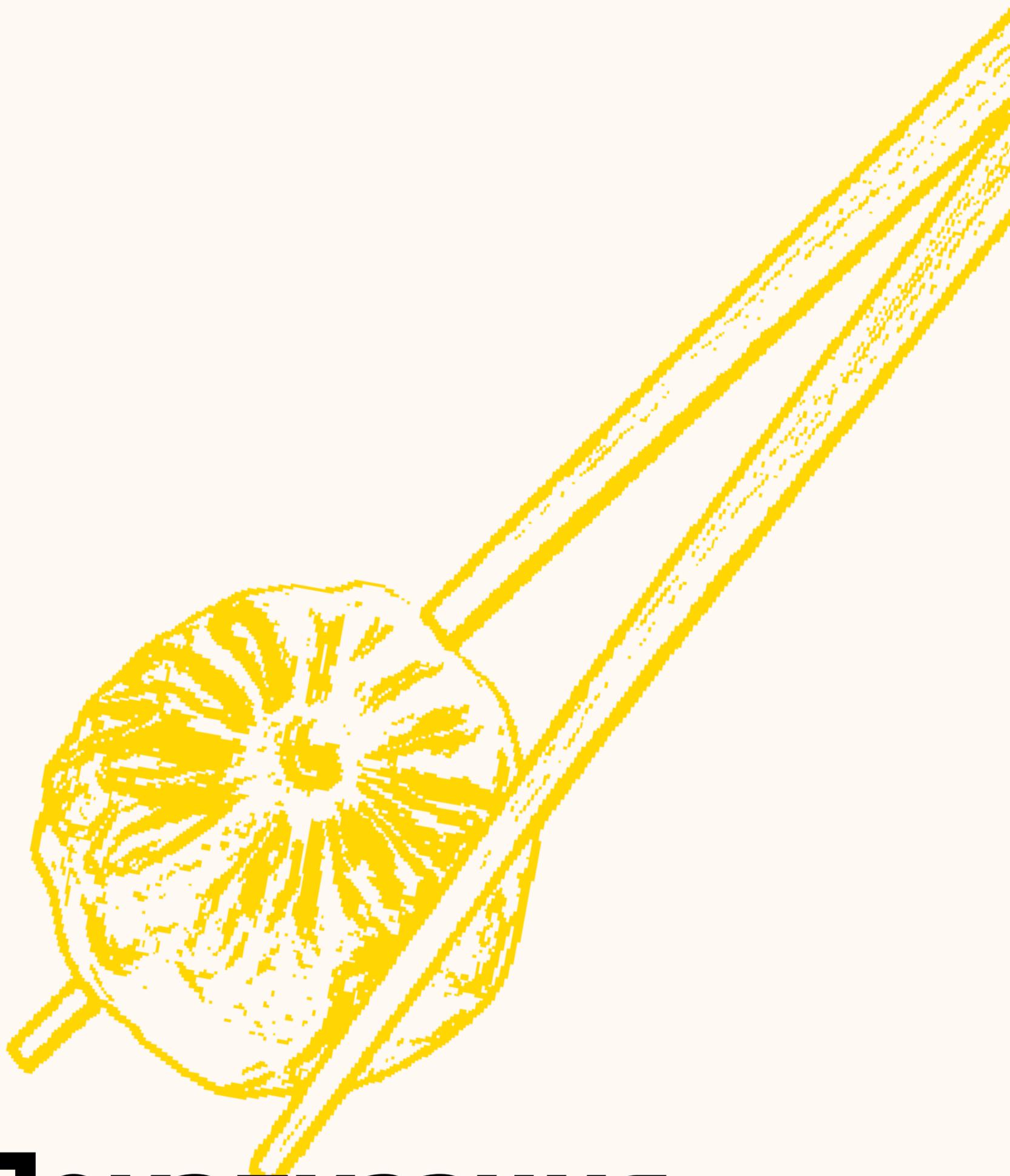
McDonalds

Happy Meal «для взрослых», например, по мотивам Minecraft.

Cinnabon, США

Праздничная линейка Apple Crumble как современная версия классического уютного вкуса.

Эмоции и опыт



Локализация мировой кухни / фьюжен

**«Третья культура» вкусов —
смелые, но понятные
сочетания**



О чём речь

Кто сказал, что нельзя смешивать рамен с карбонарой?

Фьюжен выходит на новый виток: сочетания «японско-итальянское», «азиатско-латиноамериканское», «корейско-американское» обретают свои локальные версии и становятся вирусными блюдами.



Инсайт

Соцсети легитимизировали миксы авторских кроссоверов и переосмысления классики, часто в очень простых версиях.

Почему это работает

- Даёт уникальные вкусы и быстрые медийные охваты.
- Идеально работает как shareable food — еда становится совместным опытом, который хочется обсуждать.
- Привлекает новые аудитории.

Как применять

- Раз в сезон — фьюжен-хит (1–2 блюда).
 - Объяснять, как устроены эти блюда, в соцсетях и коммуникациях.
 - Вводить соусы с акцентными вкусами в обычные блюда.
-

Кейсы-2025

Heinz, США

Релиз линейки Flavor Tour: Mexican Street Corn, Korean Sweet & Tangy BBQ, Thai Sweet Chili — доступная глобализация вкусов для дома и out-of-home.

Ретейл и маркетплейсы, США

Новые соусы Flavor Tour с прилавков Kroger и Amazon как «мост» к фьюжену в повседневной кухне.

Россия

Спрос на русский культурный код, русскую кухню и локальных техник подогревает интерес к «локальному фьюжену»: ремиксы мировой классики и региональных продуктов и рецептов. В Roomi (Архангельск) готовят локальную выпечку — козули — с белым шоколадом. В сети «Тюбетей» (Казань) есть десертные моти в форме эчпочмаков.

Эмоции и опыт



Специи и острые соусы

**Харисса, чили-крип,
острый мёд — быстрый
путь к «вау-вкусу»**



О чём речь

Сладко-острые пары и ферментированные пасты вроде кочудяна и твендяна больше не экзотика: они становятся частью повседневной кухни и соединяют разные гастрономические культуры.



Инсайт

Острота как допинг эмоций плюс аутентичные специи, которые хорошо запоминаются.

Почему это работает

- Легко сделать блюдо ярким через топинги и соусы, просто регулировать остроту и вкусы.
- Устойчиво к доставке.
- Маржинальная магия запоминающегося вкуса.

Как применять

- Меню экзотических соусов и «spice-недели».
 - Подсказки по уровню остроты в карточке, меню.
 - Лимитированные предложения sweet-heat в пицце, сэндвичах, снеках.
-

Кейсы-2025

ACF Chefs, США

Отчёт: hot honey и «малотиражные острые соусы» закрепляются как тренд года.

Popeyes × Hot Ones, США

LTO-меню (ограниченное по времени) на базе культовых острых соусов, включая The Last Dab.

Rostic's × Pikador, Россия

Фирменный соус «Сырный Чили» вышел в ретейл («Магнит») и стал основой коллаборативной линейки.

Эмоции и опыт



Эстетика доставки и «правильная скорость»

Красиво доезжать важнее,
чем на 7 минут быстрее



О чём речь

Доставка переходит от «любой ценой быстро» к «точному окну» и контролю качества по приезду: текстура, температура, целостность упаковки с блюдом.



Инсайт

Главная претензия к доставке — не минуты, а качество у двери. Там, где сервис привозит эстетичное блюдо с ожидаемой температурой, падают отмены и растут повторы заказов.

Почему это работает

- Уменьшается стресс от ожидания испорченного блюда.
- Термоупаковка и вентиляция держат качество.
- «Распаковка как контент» улучшает вовлечённость и NPS (индекс потребительской лояльности).

Как применять

- 2 тарифа: «быстрее» и «ко времени».
 - «Температурные» решения (соусы отдельно, вентиляция в боксах, влагопитывающие патчи и подкладки).
 - Поварские решения (что привозить отдельно, чтобы люди смешивали сами, что уже готовым).
 - Карточка заказа с бейджами: «хрупкое», «горячее», «острое».
-

Кейсы-2025

Яндекс Еда, «Мультизаказ», Россия

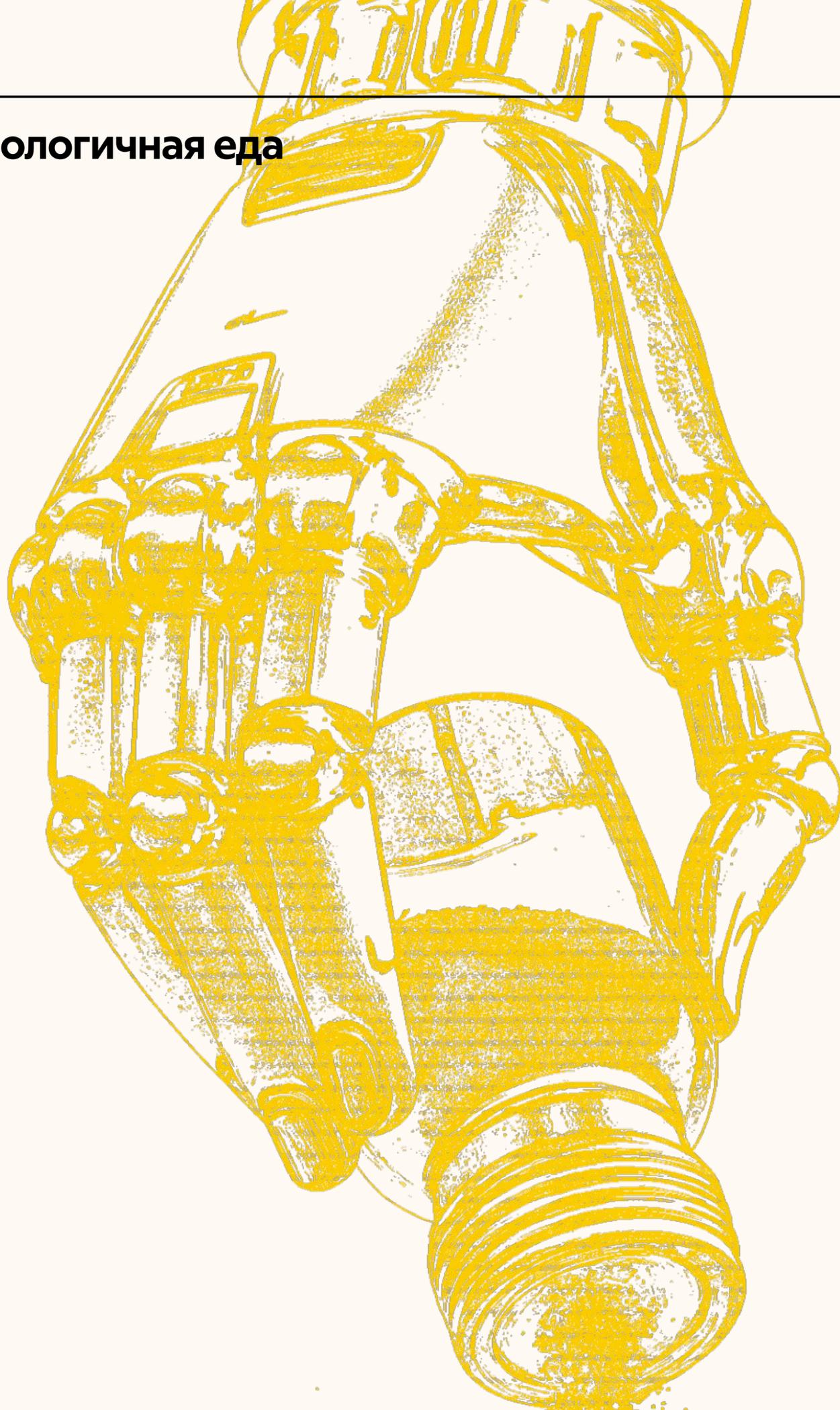
Один чек из двух мест: удобные семейные и офисные сценарии и меньше неполученных позиций.

Рынок упаковки, Россия

Фокус на терморешениях, на эстетике распаковки, на профильных мероприятиях и в ретейле готовой еды.

Дизайнерская упаковка для любых видов еды.

Технологичная еда



AI на кухне

**Персонализация блюд
и вкусов**



О чём речь

Искусственный интеллект всё чаще помогает выбирать еду под человека — как стилист подбирает одежду или как Netflix подбирает сериал на вечер. Нейросеть предлагает правильный вкус, размер, остроту. Это не меню для всех, а меню под каждого.



Инсайт

Персонализация упрощает выбор и ускоряет покупку, а прямые продажи продлевают контакт с брендом за пределами зала.

Почему это работает

- «Короткие пути» (часто берёте вместе, любимые сочетания) упрощают заказ.
- Средний чек растёт за счёт персональных рекомендаций.
- На полке и в доставке бренд живёт «между визитами».

Как применять

- Пресеты (готовые наборы) «вашей версии» блюд.
 - «Ваши 3 хита» персональным пуш-уведомлением к вечеру.
 - Запустить 1–2 фирменных хита, которые пользуются наибольшей популярностью у клиентов, в готовом виде для ретейла (соус или заготовка).
-

Кейсы-2025

Dine Brands, Россия

Запуск рекомендательного алгоритма: до 80% транзакций взаимодействуют с рекомендациями; расширение на сети холдинга.

Яндекс Еда, «Еда AI», Россия

Ассистент подсказывает, куда сходить, что заказать, помогает выбрать под сценарии и бронировать столики.

Яндекс Еда, «Буст», Россия

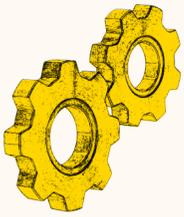
Инструмент для ресторанов-партнёров, работающий на основе алгоритмов искусственного интеллекта. ИИ анализирует историю заказов пользователей и прогнозирует, у кого и какая скидка на доставку повысит вероятность покупки. Алгоритм распределяет рекламный бюджет, помогая партнёрам увеличить онлайн-заказы.

Технологичная еда



Безопасность и эффективность операций

**Предоплаты,
голосовые ассистенты,
«умные» процессы**



О чём речь

Рестораны переходят к более умной и защищённой работе: вводят предоплату за брони, чтобы избежать пустых залов, используют голосовых помощников и автоматизацию, чтобы справляться с нехваткой персонала, и наводят порядок с данными гостей, чтобы работать безопасно и честно.



Инсайт

Стабильность дохода и качества сервиса важнее мнимой свободы записи и хаоса в процессах.

Почему это работает

- Меньше пустых бронирований.
- Предсказуемые нагрузки на кухню, зал.
- Экономия через автоматизацию рутинных задач.

Как применять

- Депозит на пиковые слоты.
 - Автоматизация звонков через контакт-центр.
 - Аудит данных: доступы, хранение, бэкапы.
-

Кейсы-2025

White Castle × SoundHound

Масштабирование голосового помощника на более чем на 100 линий (фаза 2024 → 25) — иллюстрация зрелости технологии.
restaurantdive.com

Яндекс Еда, Россия

Фокус на оптимизации стоимости доставки: роботы-доставщики, «Выгодно» — тариф, персональные скидки на доставку (см. выше). А ещё в Еде появился сервис онлайн-бронирования столиков (более 2000 ресторанов).

Трендовые продукты 2026

Потребление еды переживает новую фазу эволюции. Мы уже привыкли к ярким вкусам и хайпу вокруг новинок, но потребители становятся рациональнее: люди по-прежнему хотят есть интересно и вкусно, но теперь — с поправкой на здоровье, пользу и разумную цену. Рынок еды последние несколько лет трансформируется под влиянием четырёх важных факторов, значение которых сохранится и в ближайшем будущем:



Зерно и база



Кукуруза

Гриль-початки; кукурузные «рёбра», полента, мамалыга и гоми на гарнир; кукурузное «молоко» в кофе. Бум десертов с кукурузой.



Бобовые

Хумусы всех видов; бобовые боулы; десятки вариаций рагу с бобами, разными овощами и пряностями.

Премиальные акценты



Икра

«Ложка роскоши»: мини-блинчики; яйца или картофель с икрой; бранч-подачи, паннакотта и чизкейки с чёрной икрой.



Сырые морепродукты

Масштабные ледяные витрины и вариации на тему крудо, севиче и карпаччо.

Напитки и «молоко»



Соевое, овсяное

Паннакотта, муссы и другие десерты; «латте-сезон»; выпечка с растительным молоком, замена сливок в супах.

Фрукты и ягоды



Гуава, питахайя

Розовые лимонады, мохито; соусы к птице или свинине; смузи-боулы, десерты, бабл-ти.



Брусника

Особенно в виде соуса в стиле «северный барбекю» к мясу или дичи; соусы для сэндвичей; десертные акценты.



Инжир

В десертах, как соус к сырам или утке; глазурь к запечённым овощам.

10 КЛЮЧЕВЫХ СДВИГОВ

1. Цена ≠ скидка. Цена = ясная ценность.

2. Эмоции возвращают офлайн.

3. Ноль градусов —
новый формат гедонизма:
удовольствие
без последствий.

4. Меньше — новая роскошь контроля.

5. Функция в привычном —
польза, встроенная
в повседневность.

6. Ностальгия и локальность
дают доверие.

7. Фьюжен и специи
создают вирусность.

8. Снекификация растит
дневную выручку.

9. Упаковка = продукт + контент.

10. AI и автоматизация
окупаются, когда
усиливают человека.