В Москве состоялась народная дегустация мороженого в рамках конкурса «ИДЕАЛЬНЫЙ ВЫБОР»

Москва, август 2026

В 2026 году российский рынок мороженого впервые за несколько лет вошёл в период относительной ценовой стабилизации. Произошло некоторое снижение стоимости ряда компонентов молочного сырья и шоколадной группы, однако выросли производственные затраты.

Потребители всё больше внимания уделяют своему здоровью, стремясь предотвратить хронические заболевания и поддерживать общее благополучие. Они стараются выбрать качественный продукт за доступные деньги. Производители предлагают новые вкусы и миксы, поэтому вопросы качества и натуральности выходят на первый план. При этом около 10 % рынка приходится на долю мороженого с заменителями молочного жира. Экономия на сырье прямо влияет на качество продукции.

Более половины производителей мороженного используют различные пищевые добавки, в том числе, эмульгаторы, красители, стабилизаторы, консерванты. Информация о составе продукции доводится до потребителей мелким и плохо читаемым шрифтом, зачастую закрытым различными наклейками. Даже читабельная информация требует от потребителей знание технических регламентов, гигиенических нормативов, биохимического образования. Можно сказать, что к 70% реализуемого в стране мороженого есть вопросы.

Для правильного выбора потребителям нужны чёткие ориентиры. В целях поддержки отечественного производителя, повышения узнаваемости брендов и помощи потребителям в выборе продукции выставочная компания «Асти Групп» совместно с Национальным союзом защиты прав потребителей и экспертами регулярно проводит в Москве конкурсы народной дегустации «ИДЕАЛЬНЫЙ ВЫБОР».

В супермаркете «Сити-маркет» состоялась народная дегустация мороженого, организованная в рамках конкурса «ИДЕАЛЬНЫЙ ВЫБОР». Покупатели в «слепом» формате оценили образцы пломбира российских производителей — все образцы были обезличены и пронумерованы, чтобы исключить влияние бренда на оценку. По итогам дегустации все представленные образцы получили оценку «хорошо» и выше (от 4 баллов по среднему арифметическому всех оценок), что даёт производителям право размещать знак «ИДЕАЛЬНЫЙ ВЫБОР» на упаковке и в рекламе.

Результаты дегустации:

ООО «Йошкар-Олинский Хладокомбинат» г. Йошкар-Ола. Мороженое пломбир ванильный в вафельном стаканчике «На сливках», м.д.ж. 20%, ТМ «Мариайс»	**4,90 балла**
ООО «Чистая линия» г. Долгопрудный. Мороженое пломбир с ароматом ванили в вафельном стаканчике	**4,15 балла**
ООО «Чистая линия» г. Долгопрудный. Мороженое пломбир с ароматом ванили в вафельном рожке в шоколадной глазури	**4,26 балла**

Самый частый отзыв об образце «Мариайс» звучал с неподдельным восхищением и удивлением: «Это же вкус детства!», «Как в детстве» — покупатели отмечали консистенцию самого продукта, а также и вафельный стаканчик, который имел приятный нейтральный вкус и не крошился.

По итогам конкурсных мероприятий в пресс-центре ТАСС состоится круглый стол. Журналистам федеральных СМИ будет предложено попробовать образцы мороженого, получившие знак «ИДЕАЛЬНЫЙ ВЫБОР».

В ходе круглого стола с участием представителей производителей, Национального союза защиты прав потребителей, журналистов и экспертов планируется обсудить:

- на что следует обратить внимание при выборе мороженого;
- чем определяется цена продукции;
- почему цена на одну и ту же продукцию может различаться в разных магазинах;
- как убедиться в правильном хранении мороженого;
- на какие новинки следует обратить внимание;
- каковы прогнозы развития рынка.