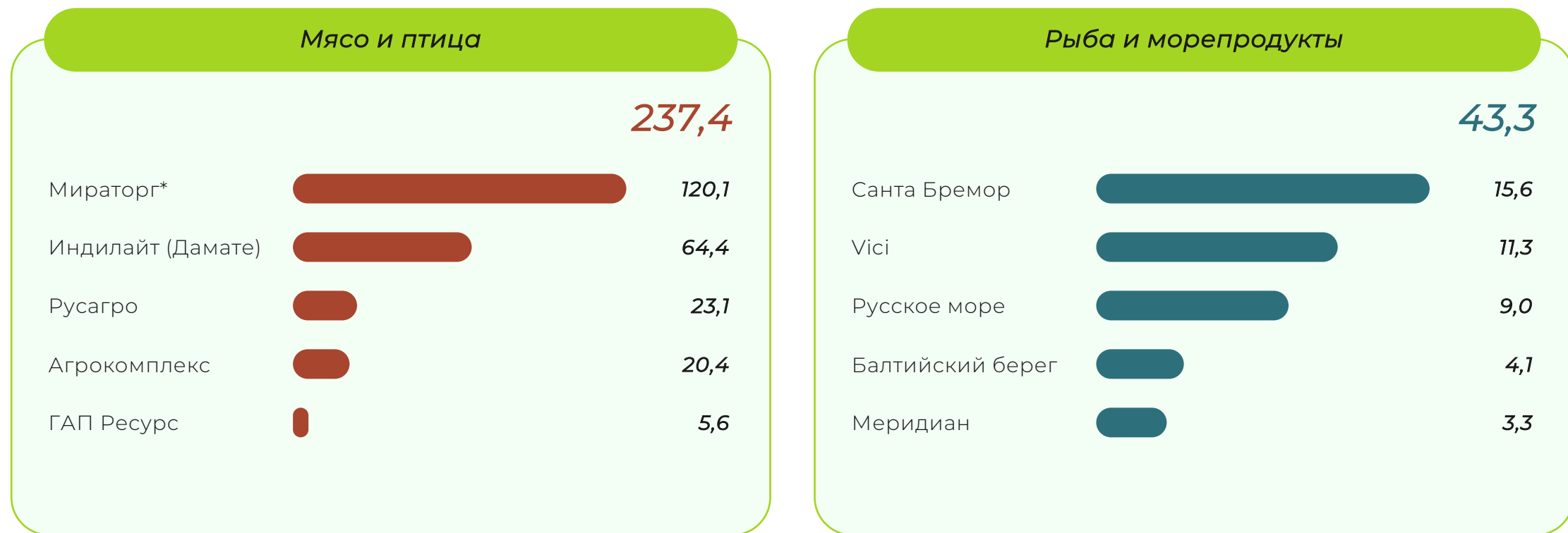


# Мясные бренды тратят в диджитале в 5,5 раза больше рыбных

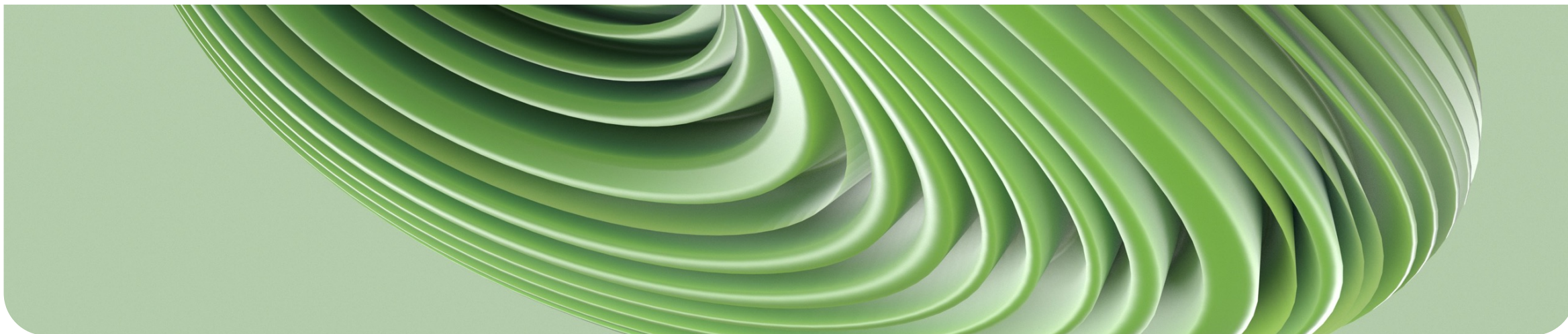
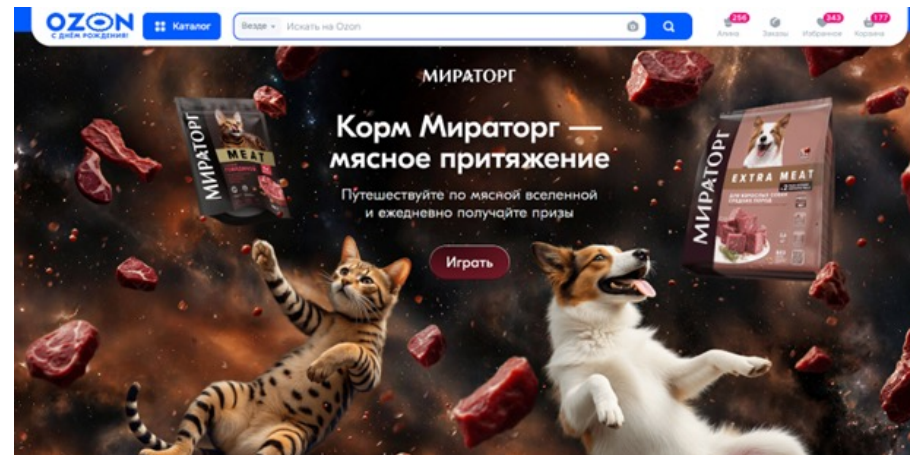
Оценка рекламных бюджетов сайтов по ТОП-5 брендам в каждой категории, январь 2022 — август 2026, млн ₽ без НДС



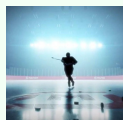
## В 2026 году Росрыболовство прямо заявило об этом разрыве

20 января 2026 года глава Росрыболовства Илья Шестаков заявил, что рекламные бюджеты рыбной отрасли примерно в пять раз ниже, чем бюджеты рекламы говядины. Для курицы и свинины разрыв, по его словам, ещё больше.

Рыба получает в **5 раз меньше рекламы**, чем мясо



# Как мясо продвигают крупные бренды



## Магнит

× Александр Овечкин

Ситуативный проект вокруг рекорда Овечкина, механика в ритейле

**Механика:** ритейл-активация  
**Формат:** ситуативный проект

**Партнёр:** Александр Овечкин  
**Охват:** 18,1 млн участников



## «Папа Может» × TNT

Бренд-интеграция, ТВ

Брендированное межпрограммное шоу «Готовим вместе с Папа Может», 10 выпусков

**Охват 25–49:** 12 млн  
уник.  
**Продажи:** +10%

**TRP к плану:** +38%

## «Папа Может» × Influencio

Influencer-кампания

Несколько волн influencer-кампании

**Волны:** 3 завершено + 4-я  
**Стоимость показа:** в 10 раз ниже плана

**Кейс:** опубликован  
**Партнёр:** Influencio

## Индилайт

× Александр Овечкин

Большая celebrity-кампания с Овечкиным и его семьёй

**Старт:** конец 2025  
**Примечание:** вне календаря 2026

**Партнёр:** Ал. Овечкин + семья

# Что делает рыба

## **Рецепты и гастрономия:**

Кулинарный контент и рецепты - основной формат, в котором рыба появляется в медиа

## **Польза и здоровье**

Коммуникация о пользе рыбы и здоровом питании

## **Популяризация потребления:**

Просветительские материалы о том, почему стоит чаще выбирать рыбу

## **Отраслевые инициативы:**

Профессиональные программы и проекты по продвижению категории

**Крупные спецпроекты о рыбе - редкость**



# Огромный неиспользованный потенциал

*Разрыв между  
знанием и  
разговором*

Люди знают, что рыба  
полезна,

но рыба редко даёт повод  
говорить о ней

**86%**  
**считают**  
рыбу полезной

**63%**  
**ХОТЯТ**  
больше знать о рыбе

**39%**  
**выбирают**  
рыбу в рационе

# *Рыба недоинвестирована в двух измерениях*

## *Деньги:*

Рекламные бюджеты рыбной отрасли примерно в 5 раз ниже, чем у говядины, а к курице и свинине разрыв ещё больше.

## *Итог:*

Рыба недоинвестирована в обоих измерениях - и в деньгах, и в больших идеях.

## *Большие идеи:*

У мяса - celebrity, entertainment и gaming-спецпроекты. У рыбы - в основном продуктовая коммуникация.

