

Заказчик года — 2026

медиасфера X

ПИКАНТА®

«ПИКАНТА» — ЗАКАЗЧИК ГОДА

Как бренд овощных консервов стал новым стандартом
российского FMCG



+260%

к узнаваемости



123 млн

общий охват кампаний



+20%

рост выручки

«Пиканта»: из Астрахани — к полкам всей страны

Пока импортозамещение звучит как вызов, «Пиканта» превращает его в триумф

«Пиканта» — это не просто заказчик года. Это заказчик новой эры российского маркетинга



«Вкусный продукт»: 27 лет качества



Основана в 1999 году

Завод полного цикла в Астрахани с итальянским оборудованием



1000+ сотрудников

Команда профессионалов, создающих качественный продукт



80+ SKU

Овощная консервация с чистым составом без консервантов и ГМО



“ Стать олицетворением лёгкого и натурального подхода к жизни, объединяя простоту и заботу в каждом продукте. Мы верим в то, что еда должна быть понятной, вкусной и доступной, чтобы поддерживать людей в их ежедневных заботах и радостях.

— Brand Vision «Пиканта»

Визитная карточка

Икра

Лечо

Фасоль

Пассата

Аджика

Ценовая политика

130–230 ₺

Доступность + качество

Целевая аудитория



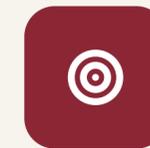
Кто

25-65 лет, средний+ доход, вся РФ, преимущественно женщины (63,3%)



10+ сегментов

Заботливые матери, ЗОЖ-аудитория, пенсионеры, веганы и др.



Фокус

Натуральность, удобство, домашний вкус



Вызов-2024: разрыв поколений

⚠ До сотрудничества с Медиасферой

- **Старшее поколение знает бренд**, молодое — нет. Ощутимый разрыв в узнаваемости между возрастными группами
- **Отсутствие системной digital-активности** — бренд не был представлен в современных каналах коммуникации
- **Низкая медийная база** — ограниченное присутствие в медиапространстве

Темпы роста

+4%

Медленный рост вместе с ростом рынка овощных консервов

НЕОБХОДИМ ПРОРЫВ!

Поиск стратегии завоевания рынка

💡 **Вывод:** необходима комплексная стратегия охвата аудитории всех возрастов через современные digital-каналы

Стратегия от Медиасферы

🎯 С 2025 года

Системный маркетинг для роста узнаваемости бренда

100+

креативов

10+

сегментов ЦА

9 каналов коммуникации по воронке

1 Первичный охват

2 Добор охвата

3 Активация

4 Лояльность

📈 Результат

Общий охват

123 млн

Видимость рекламы бренда

50%

целевой аудитории в РФ

Воронка коммуникации

1

Первичный охват

ТВ-реклама, Smart TV Яндексa, Яндекс.Медийка (баннеры/видео)

2

Добор охвата

Programmatic, VK Ads

3

Активация

ПромоСтраницы, геомедийная реклама, наружка

4

Лояльность

Дзен, SMM

Первичный охват: максимальная видимость



ТВ-реклама

Традиционный канал для охвата аудитории 45+. В каждом городе охватили 30–40% ЦА 45+ с эффективной частотой 5+

СПб/Ленобласть

Екатеринбург

Краснодар

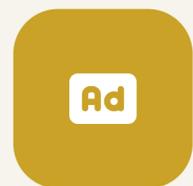


Smart TV Яндекс

Премиум-размещение на устройствах Smart TV

Ауд. 25–55

80% не пересекается с ТВ

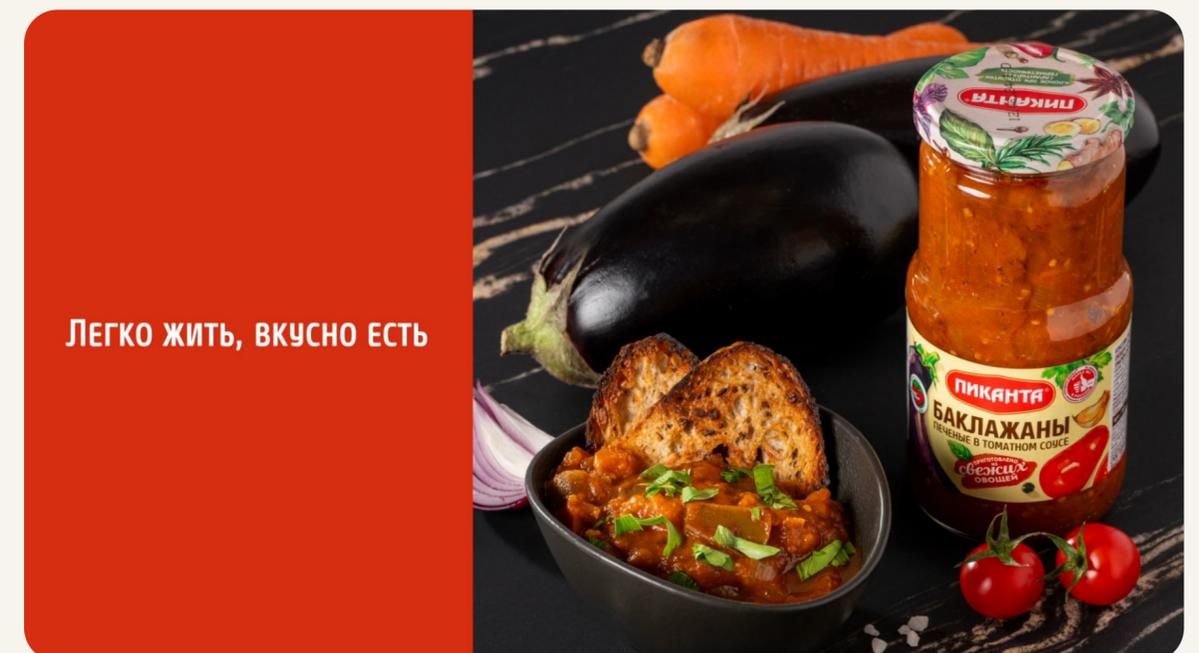
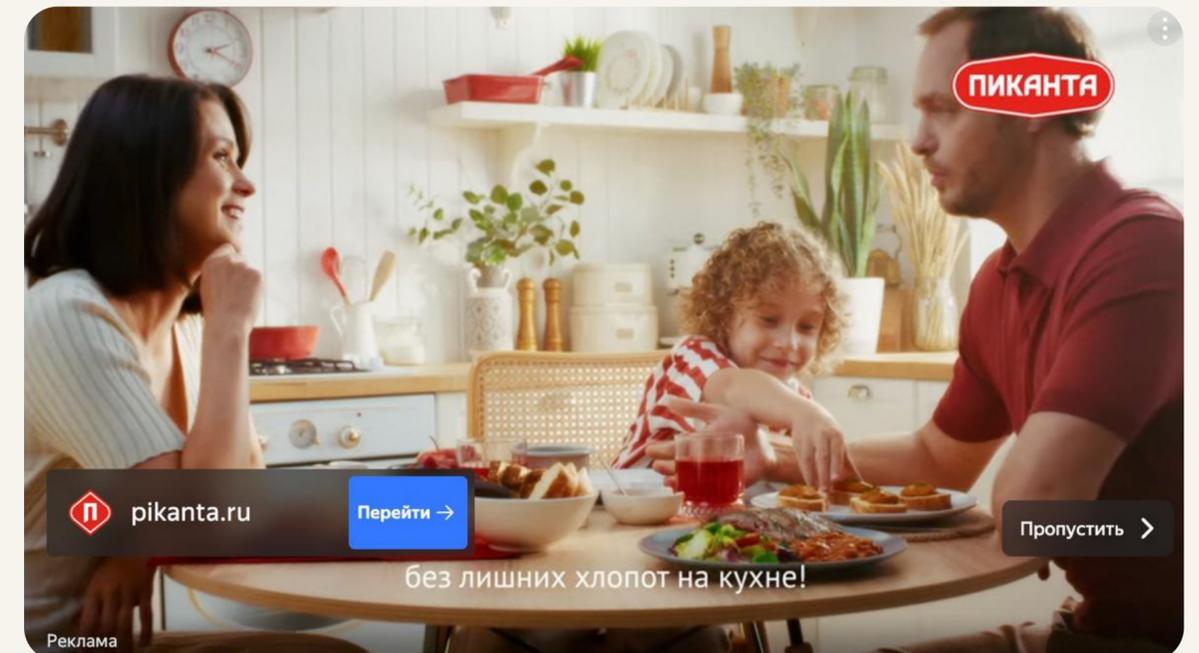


Яндекс Медийка

Баннеры и видеоформаты в сети Яндекса

Более 120 млн показов

Частота 5+



Первичный охват: синергия каналов

Синергия каналов: ТВ-реклама,
Smart TV Яндекса и Яндекс Медийка

- ✓ Комплексный охват ядра аудитории 35–55 лет
- ✓ Максимизация частоты контакта



Добор и активация: цифровая экосистема



Programmatic

Интерактивные креативы для молодой аудитории

4,5 млн

охват

3

частота



VK Ads

Охват социальной сети “Вконтакте” и “Одноклассники”

>32 млн

показов

11 коп.

стоимость касания



Яндекс ПромоСтраницы

Статьи для просмотревших ТВ и Smart TV

111 млн

показов статей

570 000

переходов на сайт бренда

5 коп.

стоимость касания



Добор и активация: цифровая экосистема



Наружная реклама (DOOH)

Диджитал-экраны и билборды

420 тыс.

ОХВАТ

7,4 млн

OTS

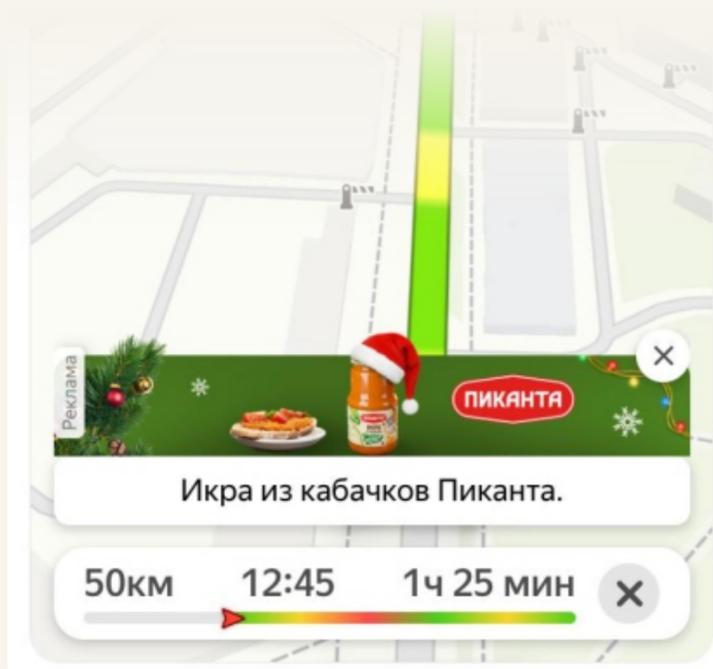


Геомедийная реклама Яндекс

Яндекс Карты, Навигатор. Только Москва и Санкт-Петербург

2,6 млн

ОХВАТ



☆ ПИКАНТА

ОКТ-НОЯ'25

Как медийная реклама в Картах растит знание о бренде производителя и приводит покупателей в точки продаж

Медийные форматы в Картах увеличили интерес к производителю и привлекли целевую аудиторию в точки дистрибуции бренда

+ 40%*

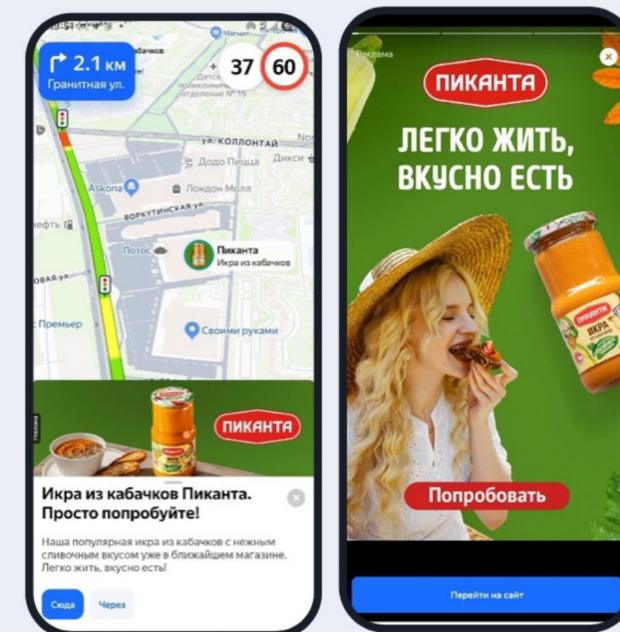
Открытие карточки организации

+ 42%*

Построение маршрута

36 321

Пользователь Карт посетил точки продаж**



Лояльность: долгосрочные связи

Дзен — статьи для органики

- 
Рецепты и кулинарные лайфхаки
 Практичный контент для повседневного использования
- 
Здоровое питание
 Полезные материалы о ЗОЖ и натуральных продуктах
- 
Инфографика и советы
 Простые способы интеграции овощей в рацион

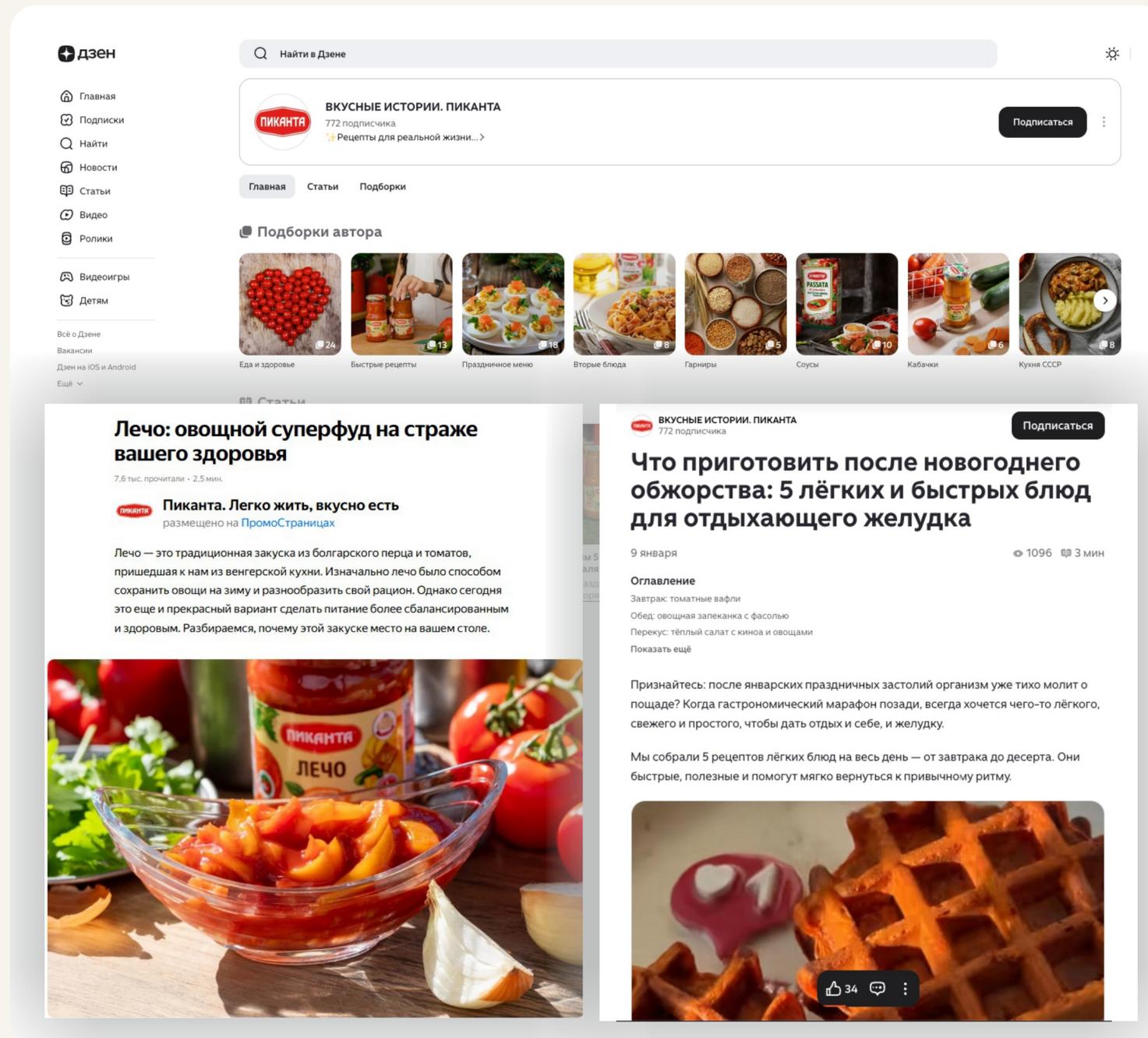
Результаты проникновения

10,82 млн

домохозяйств

16,4%

населения России



Дзен

Найти в Дзене

ВКУСНЫЕ ИСТОРИИ. ПИКАНТА
772 подписчика
Рецепты для реальной жизни...>

Подписаться

Главная Статьи Подборки

Подборки автора

Еда и здоровье 24 Быстрые рецепты 13 Праздничное меню 16 Вторые блюда 6 Гарниры 5 Соусы 10 Кабачки 6 Кухня СССР 8

Всё о Дзене
Вакансии
Дзен на iOS и Android
Ещё

Лечо: овощной суперфуд на страже вашего здоровья
7,6 тыс. прочитали · 2,5 мин.

Пиканта. Легко жить, вкусно есть
размещено на ПромоСтраницах

Лечо — это традиционная закуска из болгарского перца и томатов, пришедшая к нам из венгерской кухни. Изначально лечо было способом сохранить овощи на зиму и разнообразить свой рацион. Однако сегодня это еще и прекрасный вариант сделать питание более сбалансированным и здоровым. Разбираемся, почему этой закуске место на вашем столе.

Что приготовить после новогоднего обжорства: 5 лёгких и быстрых блюд для отдыхающего желудка
9 января 1096 3 мин

Подписаться

Оглавление

Завтрак: томатные вафли
Обед: овощная запеканка с фасолью
Перекус: тёплый салат с киноа и овощами
Показать ещё

Признайтесь: после январских праздничных застолий организм уже тихо молит о пощаде? Когда гастрономический марафон позади, всегда хочется чего-то лёгкого, свежего и простого, чтобы дать отдых и себе, и желудку.

Мы собрали 5 рецептов лёгких блюд на весь день — от завтрака до десерта. Они быстрые, полезные и помогут мягко вернуться к привычному ритму.

34

100+ креативов: персонализация для каждого

JTBD-сегменты ЦА

 **Мамы 25-55 с детьми**

Ужины для семьи, забота о питании

 **ЗОЖ-аудитория**

Натуральность, чистый состав

 **Любители готовить**

Кулинарные эксперименты, рецепты

 **Молодые 25-35**

Без детей, ценят удобство

Психографическая сегментация



Независимые
Свобода



Интеллигенты
Традиции



Обыватели
Стабильность



Гедонисты
Удовольствие

Примеры креативов



Форматы рекламы

Постановочные видео ролики, анимированные баннеры, статичные банеры, фотоконтент, текстовые статьи

Достижения

медиасфера X

ПИКАНТА®

РЕЗУЛЬТАТЫ



x5

быстрее рынка



+40,54%

Brand Lift



+260%

к узнаваемости

Прорыв в узнаваемости

данные Русопрос

Узнаваемость без подсказки

2024 2025
3% → 8%

+260%

рост узнаваемости

Узнаваемость с подсказкой

2024 2025
38% → 51%

+34%

рост узнаваемости



Brand Lift

в Programmatic

+40,54%

РЕКОРД КАТЕГОРИИ

“ Не догнать покупателя скидками, а быть для него по-настоящему полезными и заметными — там, где он находится, и в той форме, которую он готов воспринимать.

— Идея маркетинговой стратегии

Бизнес-эффект стратегии

Рост выручки

+20%

Рынок

+4%

📍 В 5 раз быстрее роста рынка

% Доля рынка

49,8%

в категориях «икра», «фасоль», «лечо»
в топ-7 сетей ретейла

📈 Пассата

x2

Категория удвоилась по итогам 2025 года



Каждая третья семья в России покупала продукты
«Пиканта» в 2025 году



Награды и лидерство в отрасли



«Здоровое питание — 2025»

Лауреат премии [«Здоровое питание — 2025»](#) в номинации «Компания-лидер по популяризации ЗОЖ»



Топ-10 «Любимые бренды»

Впервые в топ-10 [«Любимые бренды россиян»](#) (ОМІ), обогнали «Лента»



6-е место из 200

Благодаря широкой линейке овощных блюд «Пиканта» заняла 6-е место в рейтинге, представленном компанией [Marketing LAB](#)



2025		2024	
1.	Bonduelle (BONDUELLE) 42.4% ❤️ 0 🏆	Bonduelle 39.4% 0	
2.	Дядя Ваня (ДЯДЯ ВАНЯ) 19.2% ❤️ 0 🏆	Дядя Ваня 22.6% 0	
3.	GLOBAL VILLAGE 17.5% ❤️ 0 🏆	GLOBAL VILLAGE 11.7% 0	
4.	GLOBUS (GLOBUS) 5.5% ❤️ +2	6 соток 8.1% 0	
5.	6 СОТОК 5% ❤️ -1	Heinz 5.2% +1	
6.	Heinz (HEINZ) 3.6% ❤️ -1	GLOBUS 4.6% -1	
7.	МАГНИТ (МАГНИТ) 2.1% ❤️ new	2.5% -	
8.	КРАСНАЯ ЦЕНА 1.9% ❤️ new	Фруити Мента 2.4% -1	
9.	ПИКАНТА (ПИКАНТА) 1.5% ❤️ -	лента 2% new	
10.	лента (ЛЕНТА) 1.4% ❤️ -1	GreenRay 1.6% -2	

- ТОП-15 брендов по числу предложений:
- «Дядя Ваня»
 - «Семилукская трапеза»
 - «Скатерть-самобранка»
 - «Лукашинские»
 - Federici
 - «Пиканта»
 - «Кубаночка»
 - Kuhne
 - Bonduelle
 - Ecofood
 - «Угощение славянки»
 - BURCU
 - «Гала-Гала»
 - El Greko
 - «Ресторация Обломов»

Просвещение и социальная ответственность



ЗОЖ для всех

Делаем здоровое питание [доступным](#),
меняем потребление поколения Z

- ✓ Короткие видео
- ✓ Лайфхаки
- ✓ Инфографика



Поддержка региона

1000+ рабочих мест

Астраханские фермеры

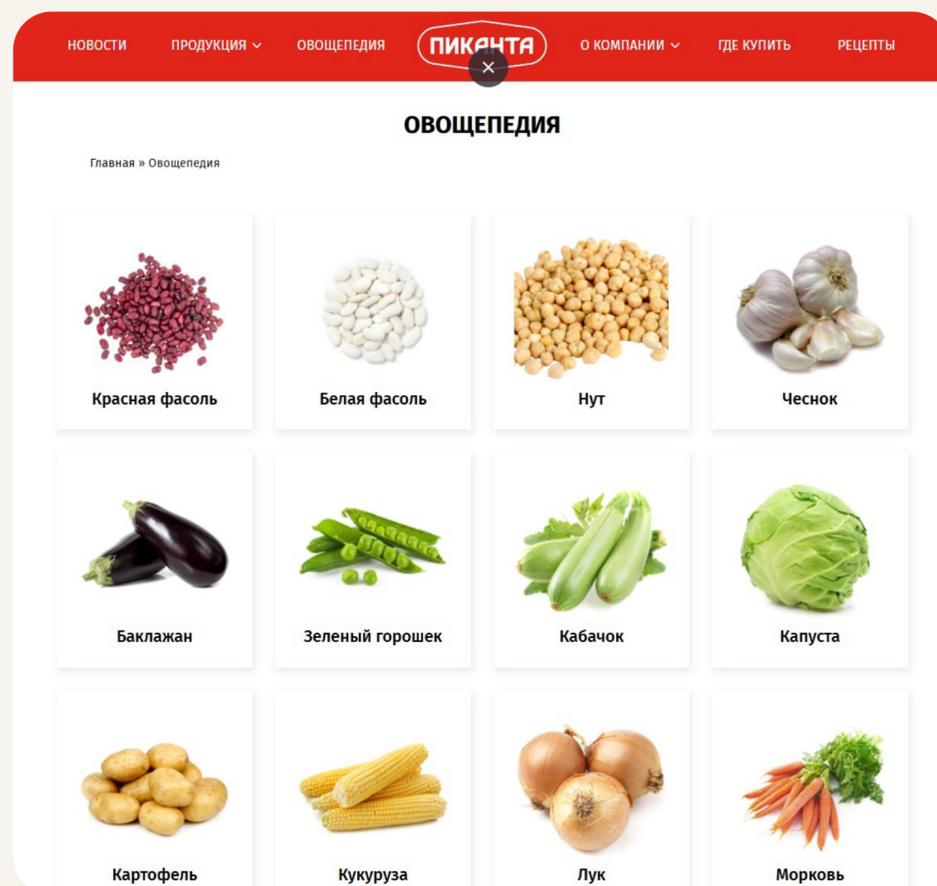
Закупки сырья у локальных производителей



Спорт

Вклад в локальную экономику и
массовые спортивные мероприятия

- 🏆 «Кубок единства»
- 🏂 Лыжные марафоны
- Турнир по хоккею
- Поддержка спорта



Вклад в развитие

Импортозамещение



Конкуренция

«Пиканта» помогает российским брендам [конкурировать глобально](#)



Альтернатива

Пассата — альтернатива томатной пасте с итальянской ноткой: более натуральная, менее кислая, из свежих томатов, а не из дегидратированного концентрата



Возможности

Открылись новые возможности для российских производителей консервации



Успешные продукты

Запуск протертой мякоти томатов Пассата стал [одним из самых успешных продуктов последних лет](#)



медиасфера X

ПИКАНТА®

Новый стандарт для FMCG

₽

Эконометрическое моделирование

для оценки ROI каждого канала

10+

Количество сегментов

целевой аудитории в рекламных креативах

+20%

Рост годовой выручки

при рыночных +4%

+260%

Рост знания бренда

без подсказки (с 3% до 8%),
с подсказкой — 34% (с 38% до 51%)



Новый стандарт для FMCG

Отзыв клиента



Результаты запуска мультиканальной рекламной кампании с Медиаферой:

- “
- 1) средний рост по уходимости продукта в ключевых сетях в период с начала марта 2025 года составил **от 50% до 200%** (лечо, пассата, фасоль, кабачковая икра, закуски);
 - 2) рекламные кампании использованы для поддержки заведения продукта в сети: например, листинги по протёртой мякоти томатов (пассате) достигли **14 ключевых сетей** в период до июня 2025 года;
 - 3) впервые для компании «Вкусный продукт» рост продаж в категории брендов опередил общерыночный тренд роста выпуска и роста категории СТМ с темпами роста **более 10%** в объёме продаж.

— Максим Сироткин, директор по маркетингу, «Вкусный продукт» (ТМ «Пиканта»)

20% → +25%

Продолжаем задавать стандарты роста



География

Реклама во всех субъектах РФ — полное покрытие всей страны



Частота покупок

Персонализированные коммуникации и лояльностные механики



Новые каналы

Блогеры с UGC-контентом для молодёжи и retail media для влияния на продажи

Партнёрство Медиасфера + «Пиканта»

Стратегический альянс - Эконометрическое моделирование - Измеримый маркетинг

2024 → 2026

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПАРТНЕРСТВО

«ПИКАНТА» — ЗАКАЗЧИК ГОДА!