**Анализ потребительских предпочтений на российском рынке замороженных полуфабрикатов в 2025 г.**

*В июле-августе 2025 года исследовательская компания NeoAnalytics завершила проведение маркетингового исследования потребительских предпочтений на российском рынке замороженных полуфабрикатов.*

В ходе исследования, проведенного NeoAnalytics на тему «Usage & attitude: потребительские предпочтения на российском рынке замороженных полуфабрикатов в 2025 г.» выяснилось, что сегодня потребители в первую очередь выбирают традиционное русское блюдо - пельмени (включая манты). Данный ответ составил долю в 81% и существенно опережает другие категории замороженных полуфабрикатов. На втором месте по популярности идут мясные продукты, их доля составила 50%. Третью строчку занимают вареники с долей ответов в 42%. Рыбные/морские продукты с долей в 37% опережают замороженные овощные смеси (33%)

Несмотря на то, что пельмени, манты пользуются значительной популярностью среди российских потребителей, мужчины более склоны к их покупке. У мужчин среди наиболее востребованных замороженных полуфабрикатов 96% ответов пришлось на пельмени и манты. В то время, как у женщин эта доля составляет существенно меньше, в частности, 66%.

У мужчин второй по популярности идет категория мясных продуктов. На данный ответ пришлось 60% ответов. И замыкают тройку лидеров по популярности рыбные и морские замороженные продукты. В свою очередь, у женщин на втором месте идут вареники. Далее идет овощные смеси.

Таким образом, мужчины предпочитают (по степени убывания) пельмени, манты, мясные, рыбные/морские продукты, пиццу, вареники. Когда женщины отдают предпочтения пельменям, мантам, вареникам, овощным смесям, а потом уже идут мясные продукты.

У мужчин доля пиццы и лазаньи больше, в то время как у женщин – больше доля блинов, сырников и ягод.

Данный отчет является продуктом интеллектуальной собственностью исследовательской компании NeoAnalytics.

Более подробно с результатами исследования можно ознакомиться на официальном сайте www.neoanalytics.ru