



Пресс-релиз

18.04.2026

Легендарное российское пиво «Балтика» выходит на мировые подиумы: реклама бренда появилась на центральных площадях Нью-Йорка, Милана и Токио

Крупнейший пивоваренный бренд России — «Балтика» — запускает масштабную международную рекламную кампанию. Яркие рекламные ролики бренда уже появились на центральных площадях Нью-Йорка, Милана и Токио.

«Балтика» — бренд № 1 в алкогольной индустрии России и одна из самых популярных экспортных марок, которая поставляется более чем в 45 стран мира. Это не просто пиво — это культурное наследие и визитная карточка нашей страны, узнаваемая и любимая потребителями по всему миру.

1 апреля стартует масштабная федеральная рекламная кампания «Там, где Россия». Она приглашает зрителей отправиться в путешествие не только по просторам России, но и в те мировые столицы, где живут почитатели нашего продукта.

Международная часть кампании подчёркивает глобальный статус бренда. Выбор городов не случаен: Нью-Йорк, Милан и Токио — мировые столицы моды, культуры и бизнеса, места, где собираются люди со всего света, которые предпочитают пиво «Балтика».

Размещение рекламы в Нью-Йорке, Милане и Токио напоминает о первоклассном качестве российского пива в самых известных городах мира, подчёркивает престиж и конкурентоспособность «Балтики» на международной арене (качество бренда неоднократно высоко оценивалось на международных конкурсах) и позволяет быть ближе к потребителю, где бы он ни находился.

Ключевые цели глобальной рекламной кампании — заявить о качестве легендарного российского пива на весь мир, укрепить имидж «Балтики» как бренда с богатой историей и современными амбициями, а также подчеркнуть объединяющую роль пива — его способность стирать границы между странами, ведь всегда приятно собраться хорошей компанией за бокалом любимого пива.

Пиво «Балтика» можно найти в самых разных уголках планеты. Например, в Нью-Йорке оно широко представлено в легендарном квартале Брайтон-Бич. Даже в тех странах, где формально прекращён официальный импорт, спрос на



«Балтику» остается: владельцы российских магазинов стараются предоставить своим покупателям возможность приобрести любимое пиво.

«Мы гордимся тем, что «Балтика» — это не просто пиво, а часть культурного кода России. Запуск рекламной кампании в мировых столицах — это наш способ сказать: качество российского продукта признано во всём мире. Мы хотим, чтобы каждый, кто видит нашу рекламу в Нью-Йорке, Милане или Токио, вспомнил о вкусе «Балтики» и почувствовал связь с Россией — большой, красивой и гостеприимной страной», — отметил **директор по маркетингу пивоваренной компании «Балтика», Константин Тамиров.**