

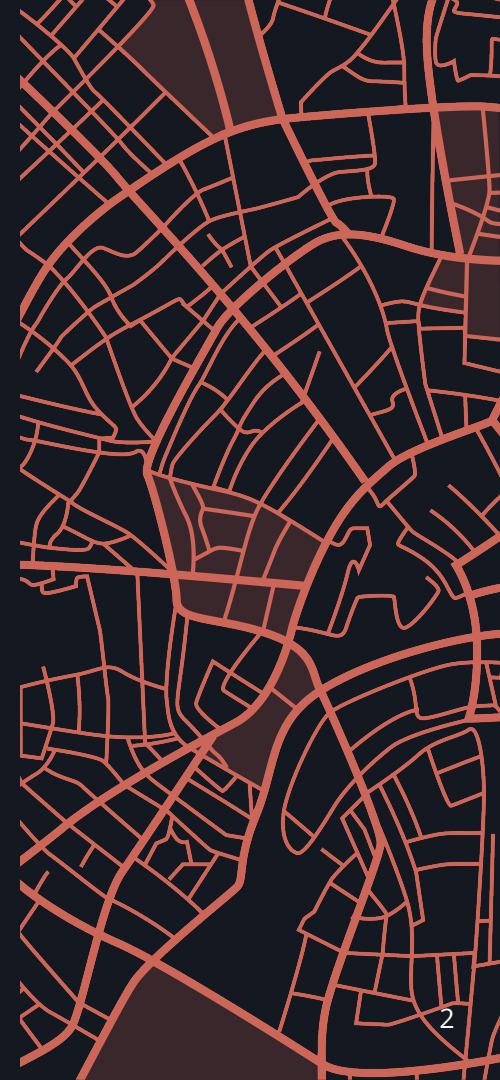
# ОБЗОР РЫНКА ЦИФРОВОЙ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

---

Встреча комитета ДООН АРИР  
23 августа 2024

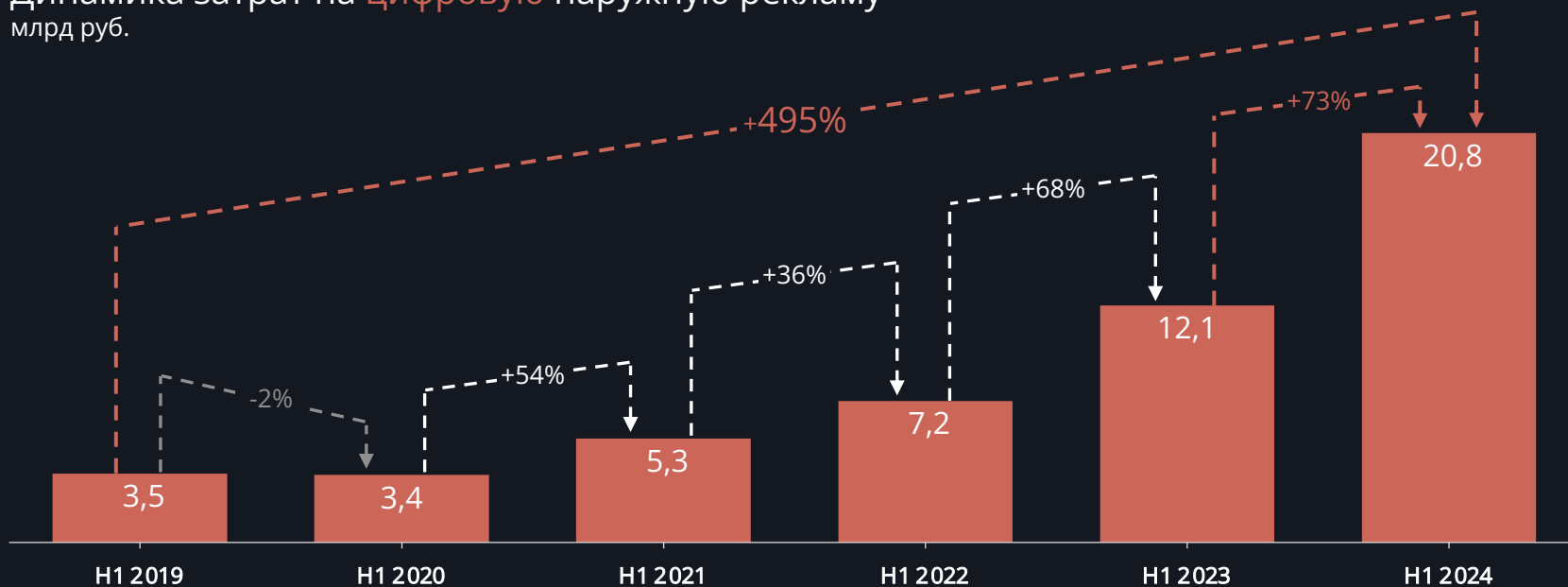
# ПАРАМЕТРЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

- Обзор рынка наружной рекламы подготовлен на основе данных мониторинга и оценок компании Admetrix
- Данные собираются и обрабатываются ежемесячно методом визуальных инспекций (физических объездов) всех рекламных конструкций стандартных форматов
  - Стандартные форматы – щиты 3х6, сити-борды 2,7х3,7, супер-сайты 4х12 и 5х15, сити-формат 1,8х1,2, пиллары 3х1,4
  - Нестандартные форматы – медиафасады, крышные конструкции, штендеры, вывески и пр.
- Мониторинг осуществляется в 50 городах России, актуальный список исследуемых городов находится по ссылке:  
<https://docs.google.com/spreadsheets/d/10hRLxPKvklWmAfpTtWmhkm5ExVqSo0Z2MDptEYZ6cni/edit#gid=549019014>
- Измерение объемов и профиля аудитории осуществляется на основе GPS-данных и данных оператора сотовой связи (МТС)
- Обзор не включает сегменты индор-рекламы и транзитной рекламы, т.к. эти виды размещений не охвачены регулярным мониторингом и измерениями аудитории
- Отдельная база данных мониторинга цифровых конструкций (оперативный мониторинг), фиксирующая 100% выходов рекламы. По состоянию на июнь 2024 года включает 4923 экранов (слайд №17)



# ОБЪЕМ И ДИНАМИКА ЗАТРАТ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ: РЫНОК ВЫРОС НА 73% В СРАВНЕНИИ С 2023 ГОДОМ

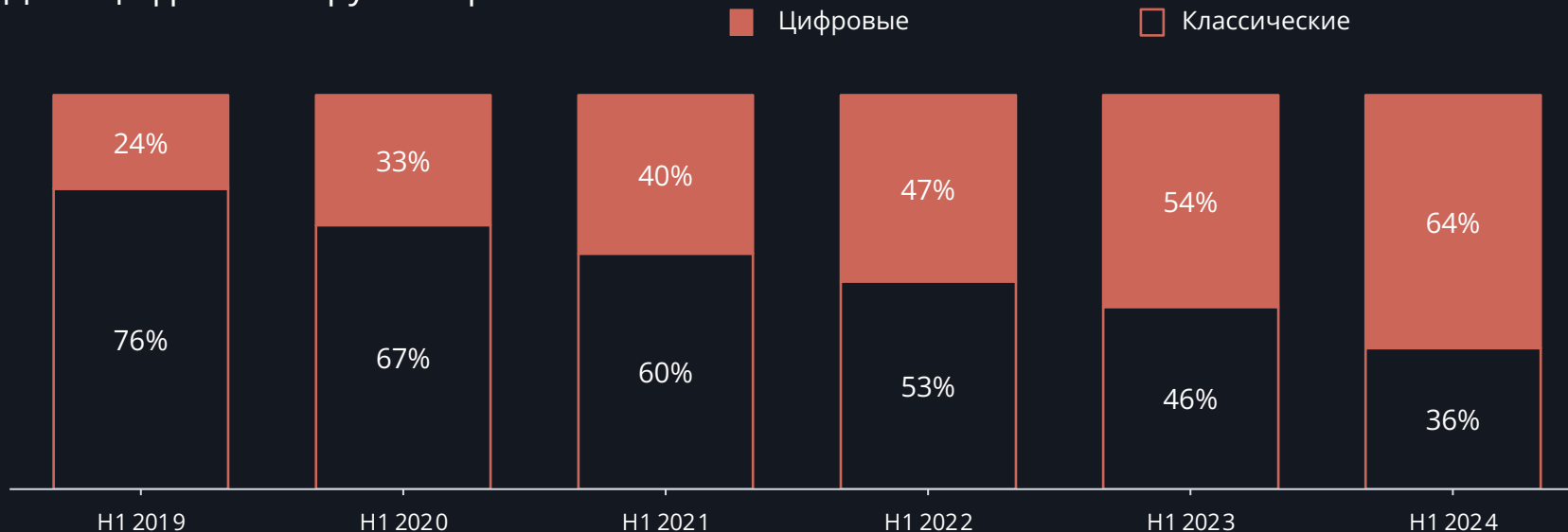
Динамика затрат на **цифровую** наружную рекламу  
млрд руб.



Оценка Admetrix: 50 городов России, только стандартные форматы (3x6, ситиборды, суперсайты, сити-формат, пиллары), январь-июнь 2019-2024, с учетом НДС  
Без учета остановок МосГорТранса, медиафасадов, крышных конструкций и прочих нестандартных форматов  
Наружная реклама (не включает индор и транзитную рекламу)

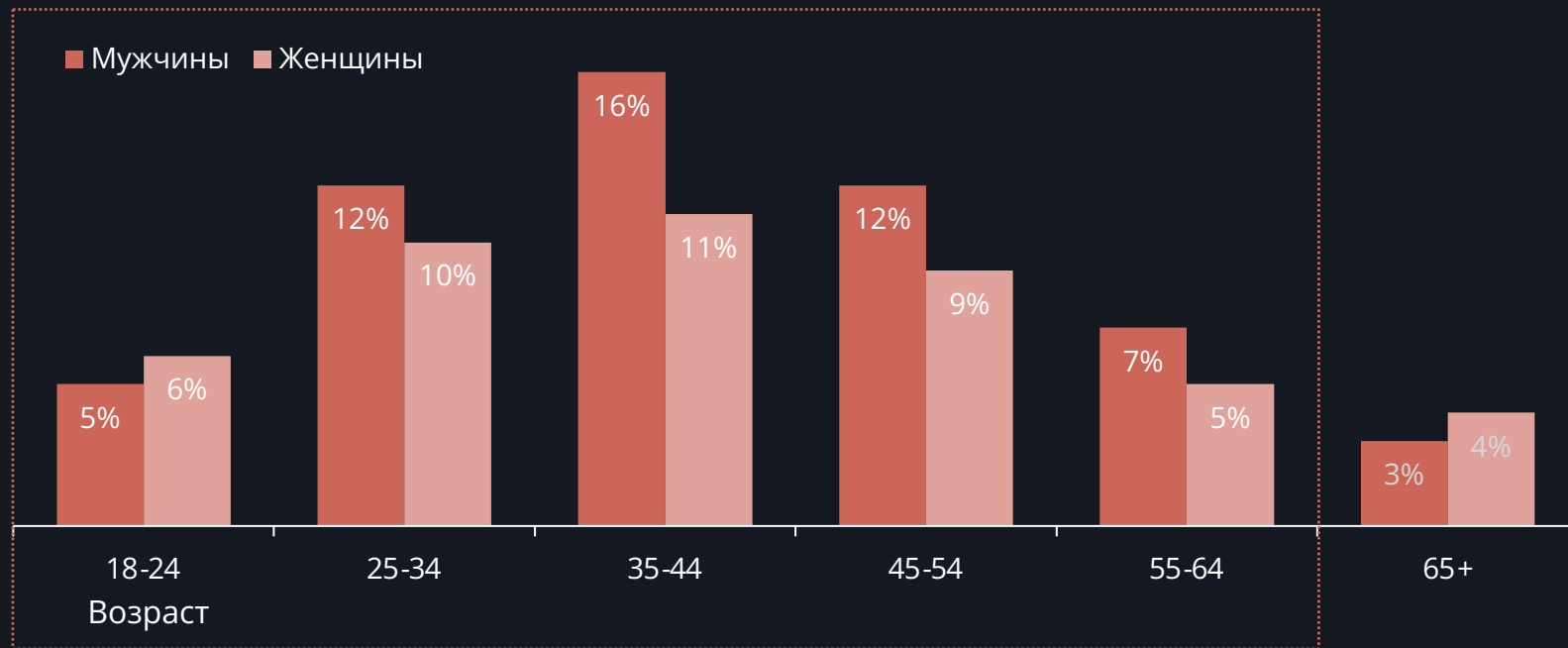
# НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА: ДОЛЯ ЗАТРАТ НА DIGITAL ПРОДОЛЖАЕТ РАСТИ

Доля цифровой наружной рекламы



Оценка Admetrix: 50 городов России, только стандартные форматы (3х6, ситиборды, суперсайты, сити-формат), январь-июнь 2019-2024  
Без учета медиафасадов, крышных конструкций и прочих нестандартных форматов  
Наружная реклама (не включает индор и транзитную рекламу)

# ПОРТРЕТ АУДИТОРИИ ЦИФРОВОЙ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ: МУЖЧИНЫ И ЖЕНЩИНЫ В ВОЗРАСТЕ 18-64 СОСТАВЛЯЮТ 94%



Данные Admetrix: Москва, различные форматы (Зхб, сити-борды, супер-сайты, сити-формат, медиафасады), апрель 2023, рекламные конструкции RUSS и SUNLIGHT OUTDOOR  
Без учета крышных конструкций и прочих нестандартных форматов  
Наружная реклама (не включает индор и транзитную рекламу)

# ТОП-10 КАТЕГОРИЙ ПО ДОЛЕ ЗАТРАТ

## КАТЕГОРИЯ «ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ» ЛИДИРУЕТ С ДОЛЕЙ 24%

От всех затрат на **цифровую** наружную рекламу в Н1 2024



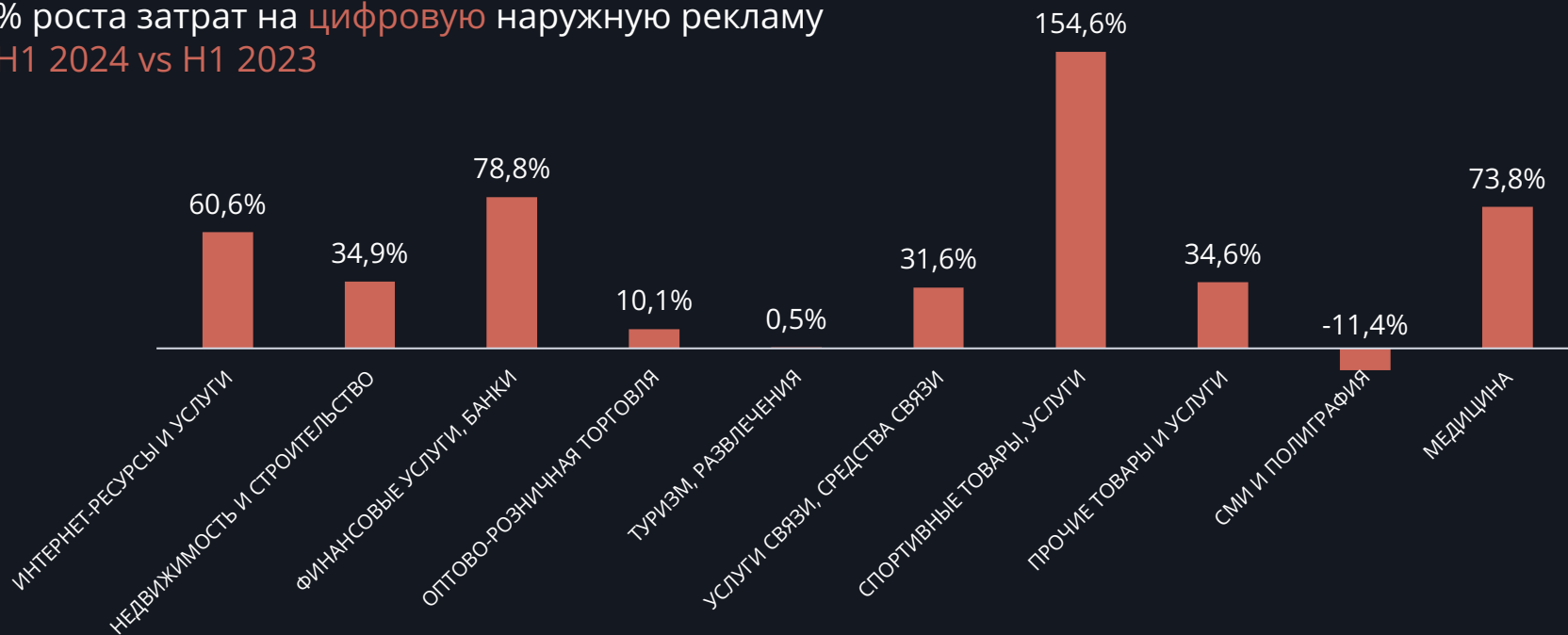
54,7%

затрат  
приходится  
на ТОП-10  
категорий

# ТОП-10 КАТЕГОРИЙ

## ПОЛОЖИТЕЛЬНУЮ ДИНАМИКУ ДЕМОНСТРИРУЮТ 9 ИЗ 10

% роста затрат на цифровую наружную рекламу  
H1 2024 vs H1 2023

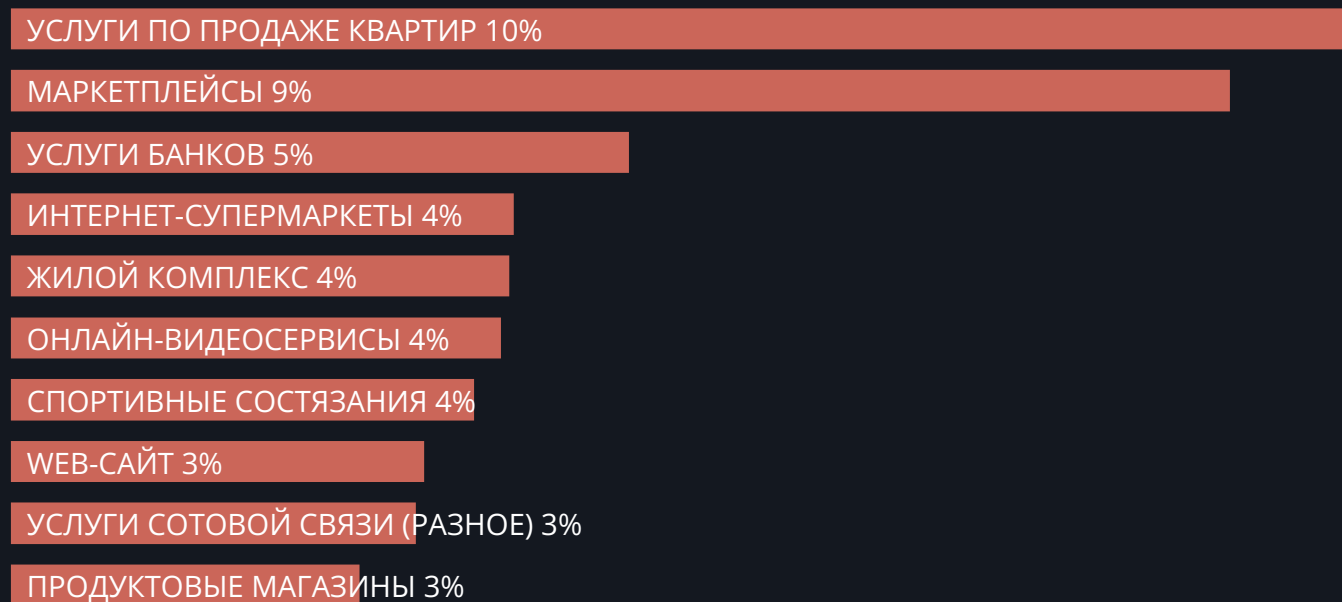


Данные Admetrix: 50 городов России, только стандартные форматы (3х6, ситиборды, суперсайты, сити-формат), январь-июнь 2023-2024  
Без учета остановок МосГорТранса, медиафасадов, крышных конструкций и прочих нестандартных форматов  
Наружная реклама (не включает индор и транзитную рекламу)

# ТОП-10 ПРОДУКТОВ ПО ДОЛЕ ЗАТРАТ

## ЛИДЕР «УСЛУГИ ПО ПРОДАЖЕ КВАРТИР»

Н1 2024 Затраты рекламодателей распределены на 514 продуктов



48%

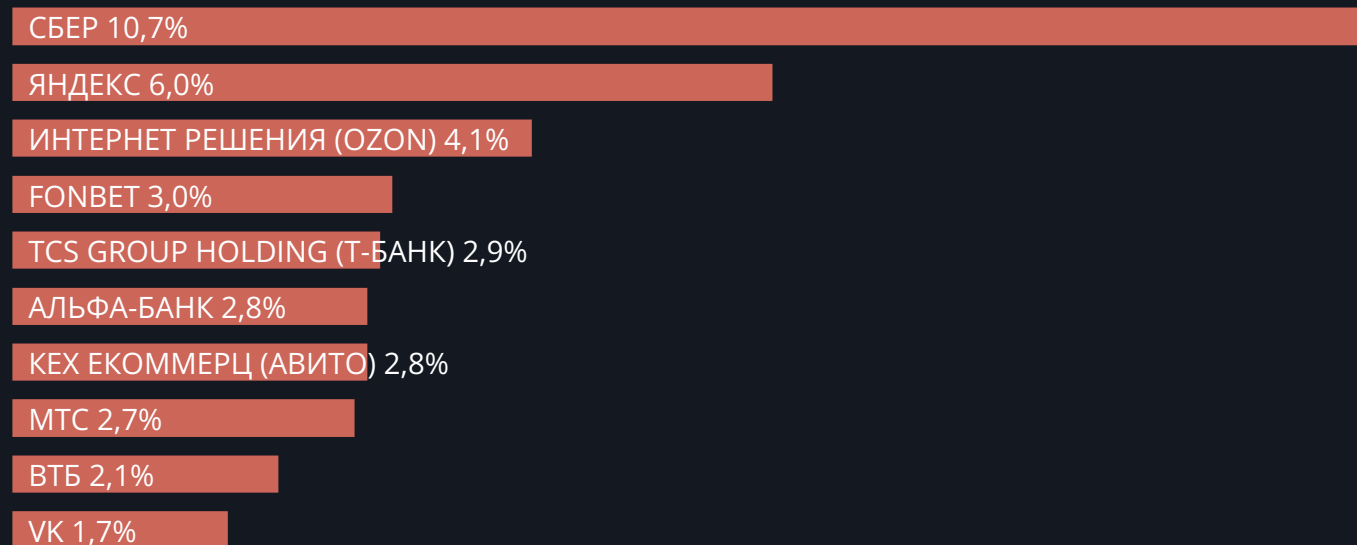
затрат  
приходится  
на ТОП-10  
продуктов



# ТОП-10 РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ ПО ДОЛЕ ЗАТРАТ «СБЕР», «ЯНДЕКС», OZON В ТРОЙКЕ ЛИДЕРОВ

От всех затрат на **цифровую** наружную рекламу

Н1 2024



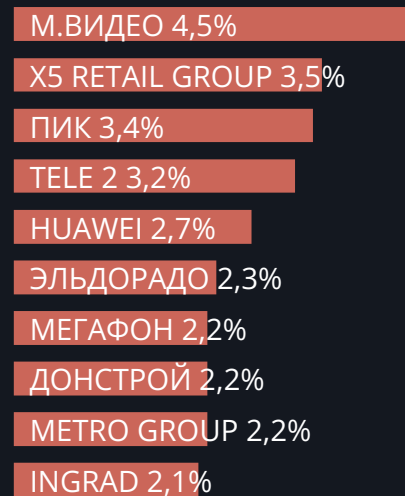
20,8%

затрат  
приходится  
на ТОП-3

# ТОП-10 РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ ПО ДОЛЕ ЗАТРАТ ЗА 5 ЛЕТ ОБНОВИЛСЯ ПОЛНОСТЬЮ

От всех затрат на цифровую наружную рекламу

## Н1 2019



## Н1 2024



20,8%

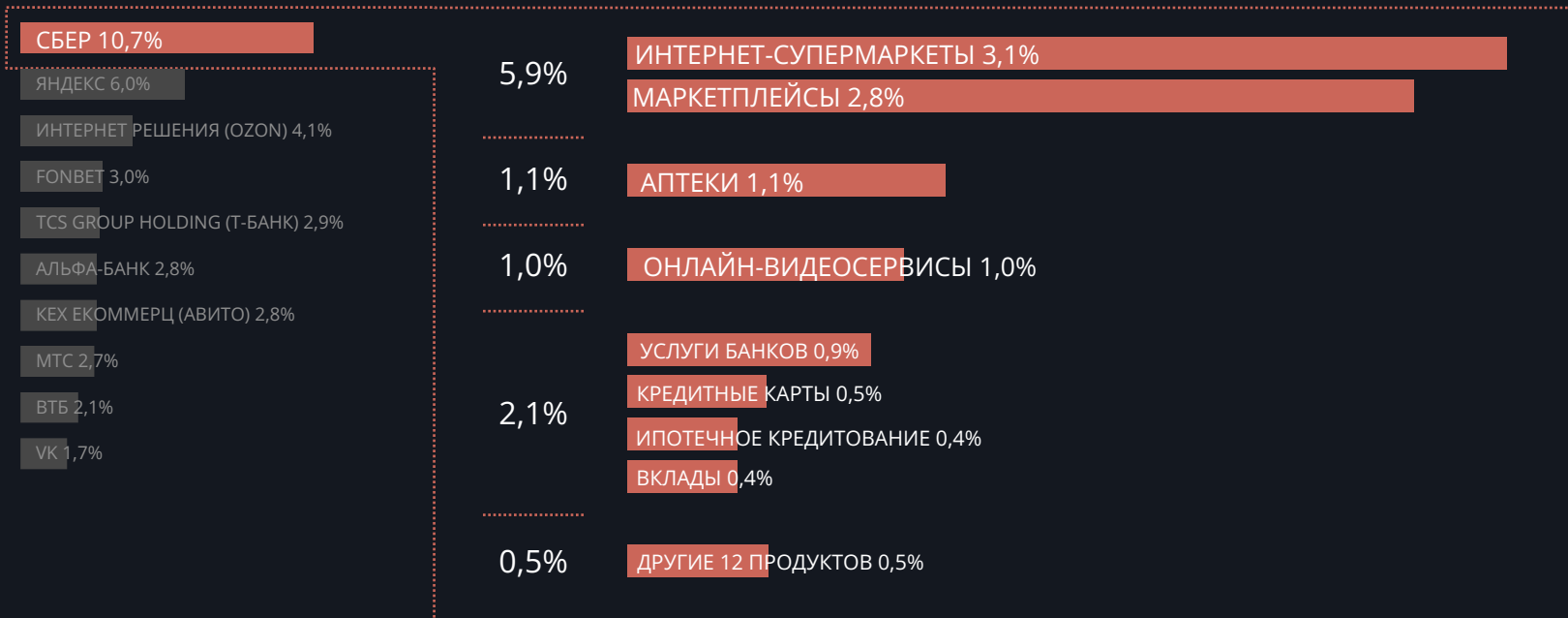
затрат  
приходится  
на ТОП-3

# ТОП-10 РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ

## РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЗАТРАТ ПО ПРОДУКТАМ

Н1 2024

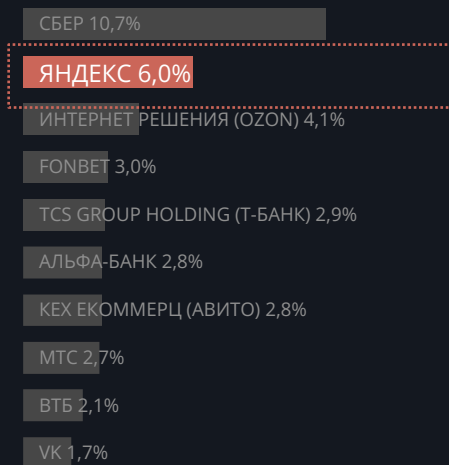
Затраты рекламодателя распределены на 20 продуктов



# ТОП-10 РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ

## РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЗАТРАТ ПО ПРОДУКТАМ

Н1 2024



Затраты рекламодателя распределены на 16 продуктов



# ТОП-10 РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ

## РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЗАТРАТ ПО ПРОДУКТАМ

Н1 2024

СБЕР 10,7%

ЯНДЕКС 6,0%

ИНТЕРНЕТ РЕШЕНИЯ (OZON) 4,1%

FONBET 3,0%

TCS GROUP HOLDING (Т-БАНК) 2,9%

АЛЬФА-БАНК 2,8%

КЕХ ЕКОММЕРЦ (АВИТО) 2,8%

МТС 2,7%

ВТБ 2,1%

VK 1,7%

МАРКЕТПЛЕЙСЫ 3,5%

БАНКОВСКИЕ КАРТЫ 0,5%

ДРУГИЕ 3 ПРОДУКТА 0,06%

5 продуктов

СПОРТИВНЫЕ СОСТЯЗАНИЯ 3,0%

УСЛУГИ БУКМЕКЕРСКИЕ 0,005%

СПОРТИВНЫЕ КЛУБЫ 0,001%

3 продукта

КРЕДИТНЫЕ КАРТЫ 0,83%

УСЛУГИ БАНКОВ 0,82%

БАНКОВСКИЕ КАРТЫ 0,53%

УСЛУГИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ КОМПАНИЙ 0,42%

СТРАХОВАНИЕ ТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ 0,14%

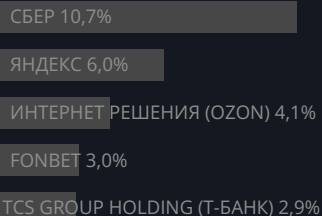
ДРУГИЕ 6 ПРОДУКТОВ 0,10%

11 продуктов

# ТОП-10 РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ

## РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЗАТРАТ ПО ПРОДУКТАМ

### Н1 2024



АЛЬФА-БАНК 2,8%

КЕХ ЕКОММЕРЦ (АВИТО) 2,8%

МТС 2,7%

ВТБ 2,1%

VK 1,7%

УСЛУГИ БАНКОВ 1,5%

БАНКОВСКИЕ КАРТЫ 0,5%

РАСЧЕТНО-КАССОВОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ (РАЗНОЕ) 0,4%

КРЕДИТНЫЕ КАРТЫ 0,2%

ВКЛАДЫ 0,1%

ДРУГИЕ 4 ПРОДУКТА 0,02%

9 продуктов

WEB-САЙТ 1,6%

МАРКЕТПЛЕЙСЫ 0,5%

ИНТЕРНЕТ-АГРЕГАТОРЫ НЕДВИЖИМОСТИ 0,5%

ИНТЕРНЕТ-АГРЕГАТОРЫ ВАКАНСИЙ 0,2%

ИНТЕРНЕТ-АГРЕГАТОРЫ 0,06%

5 продуктов

# ТОП-10 РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ

## РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЗАТРАТ ПО ПРОДУКТАМ

### Н1 2024

СБЕР 10,7%

ЯНДЕКС 6,0%

ИНТЕРНЕТ РЕШЕНИЯ (OZON) 4,1%

FONBET 3,0%

TCS GROUP HOLDING (Т-БАНК) 2,9%

АЛЬФА-БАНК 2,8%

КЕХ ЕКОММЕРЦ (АВИТО) 2,8%

МТС 2,7%

ВТБ 2,1%

VK 1,7%

ОНЛАЙН-ВИДЕОСЕРВИСЫ 1,1%

УСЛУГИ СОТОВОЙ СВЯЗИ (РАЗНОЕ) 0,9%

ИНТЕРНЕТ-ПРОВАЙДЕР, УСЛУГИ СОТОВОЙ СВЯЗИ (РАЗНОЕ) 0,3%

МОБИЛЬНЫЙ ИНТЕРНЕТ, УСЛУГИ СОТОВОЙ СВЯЗИ (РАЗНОЕ) 0,3%

ДРУГИЕ 6 ПРОДУКТОВ 0,1%

10 продуктов

БАНКОВСКИЕ КАРТЫ 0,6%

НАКОПИТЕЛЬНЫЕ СЧЕТА 0,5%

УСЛУГИ БАНКОВ 0,4%

КРЕДИТНЫЕ КАРТЫ 0,3%

ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ КРЕДИТОВАНИЕ 0,1%

ИПОТЕЧНОЕ КРЕДИТОВАНИЕ 0,1%

ДРУГИЕ 2 ПРОДУКТА 0,01%

8 продуктов

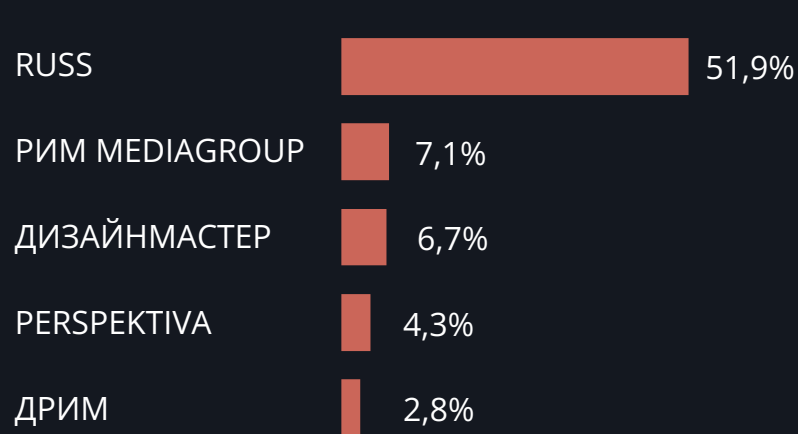
МОБИЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ 1,2%

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ 0,4%

ДРУГИЕ 2 ПРОДУКТА; 0,02%

4 продукта

# КРУПНЕЙШИЕ ПРОДАВЦЫ ЦИФРОВЫХ РЕКЛАМНЫХ ПОВЕРХНОСТЕЙ



72,9%

цифровых рекламных поверхностей  
приходится на топ-5  
операторов наружной рекламы

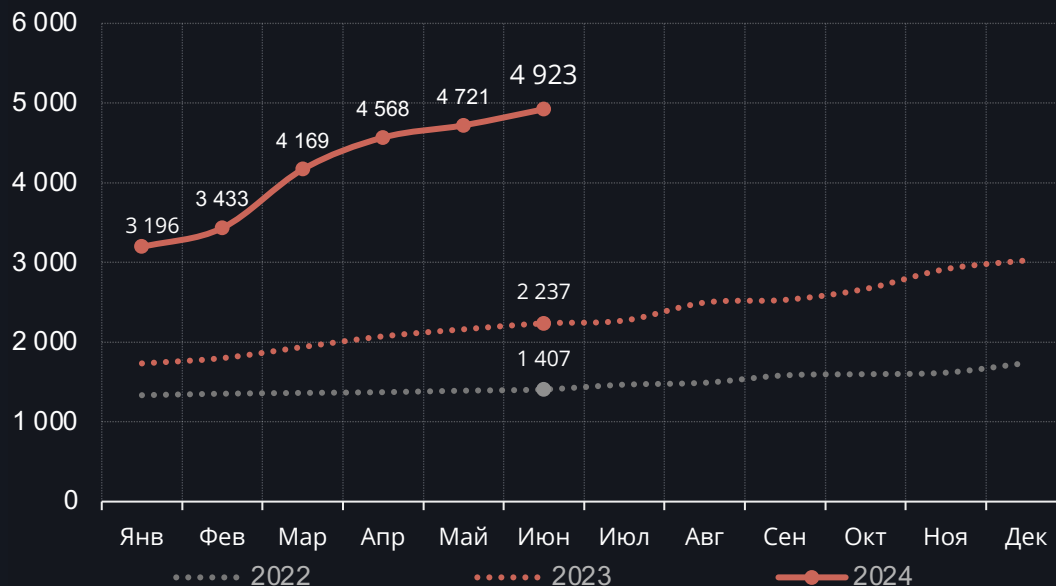


# ОПЕРАТИВНЫЙ МОНИТОРИНГ: РЕКЛАМОДАТЕЛЯМ ДОСТУПНЫ ДАННЫЕ ОБ ЭКРАНАХ 9 ВЛАДЕЛЬЦЕВ DOOH-ИНВЕНТАРЯ

## Участники проекта

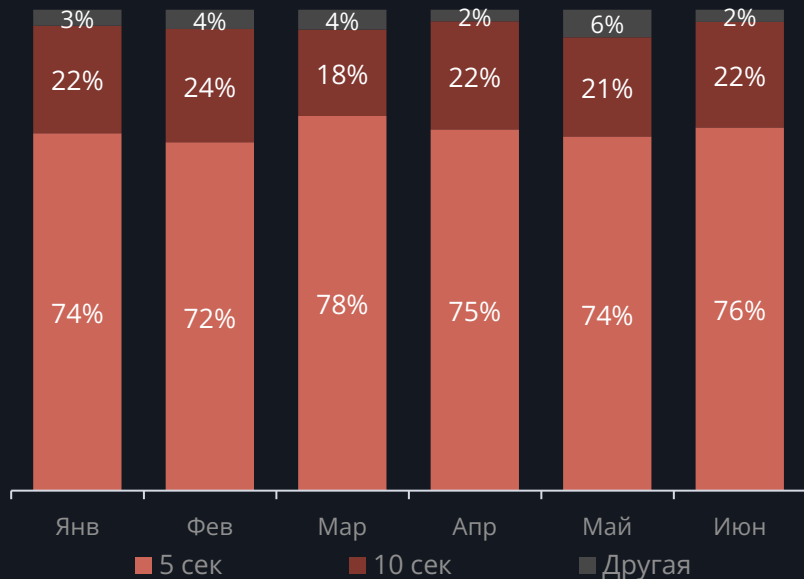
	2022	2023	2024
<b>Итого</b>	<b>3</b>	<b>9</b>	<b>9</b>
Gallery	■	■	
Insight Media		■	
Intention		■	■
LBL		■	■
RGB Graphics	■	■	■
Russ	■	■	■
Sunlight Outdoor		■	■
Второй Этаж			■
Дизайнмастер			■
Расвэро		■	■
Эфир		■	■

## Количество экранов 2022-2024

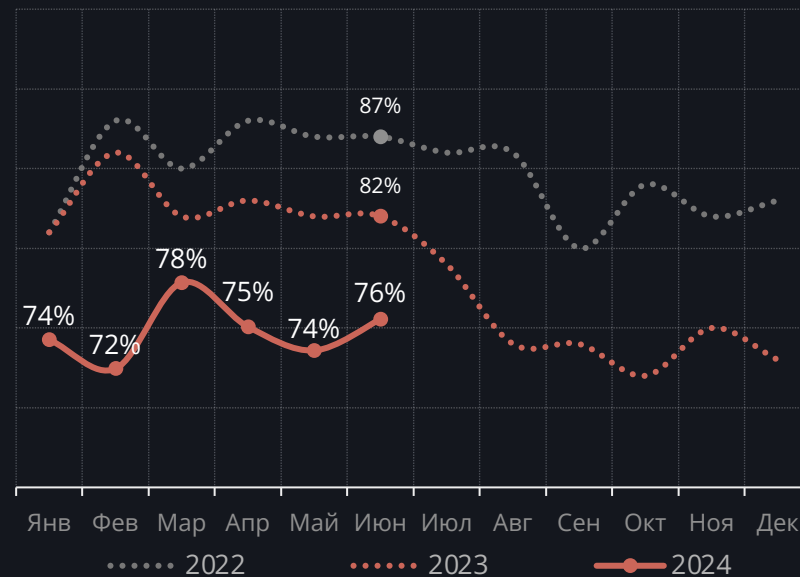


# ОПЕРАТИВНЫЙ МОНИТОРИНГ: ДОЛЯ ЭФИРА С РОЛИКАМИ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬЮ 5 СЕКУНД СОКРАЩАЕТСЯ

## Доля роликов по продолжительности 2024

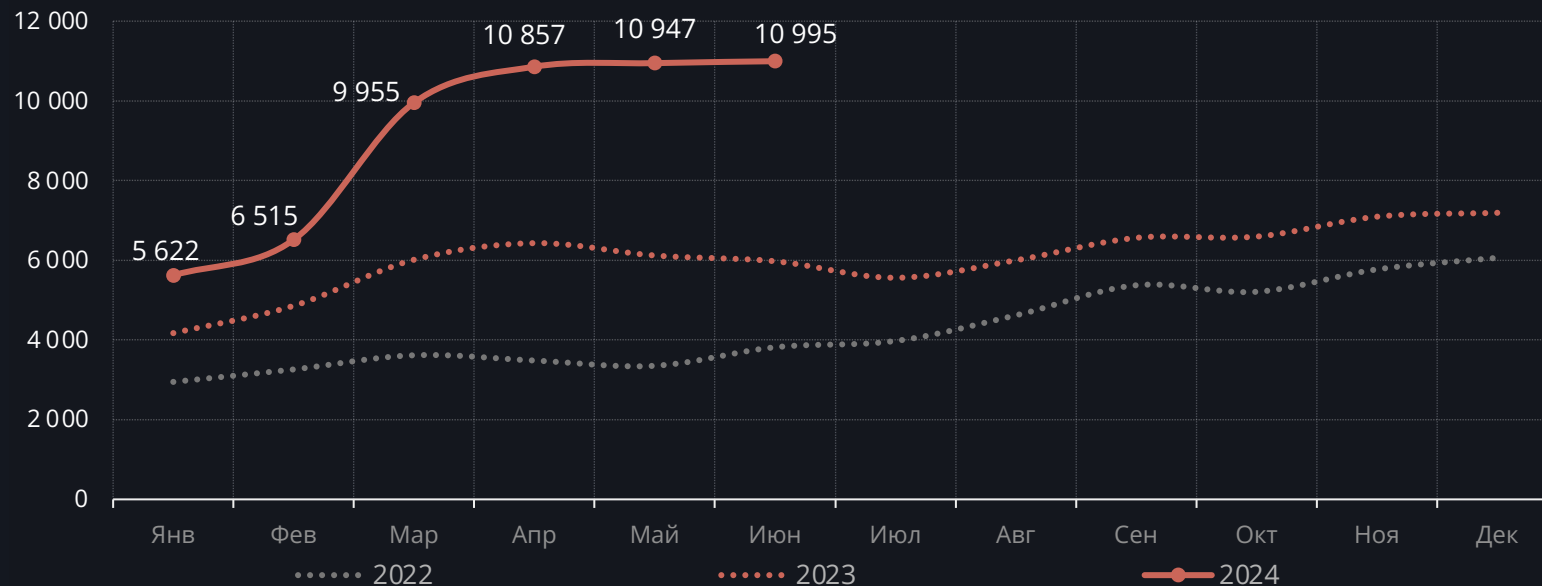


## Доля эфира с роликами 5 секунд 2022-2024



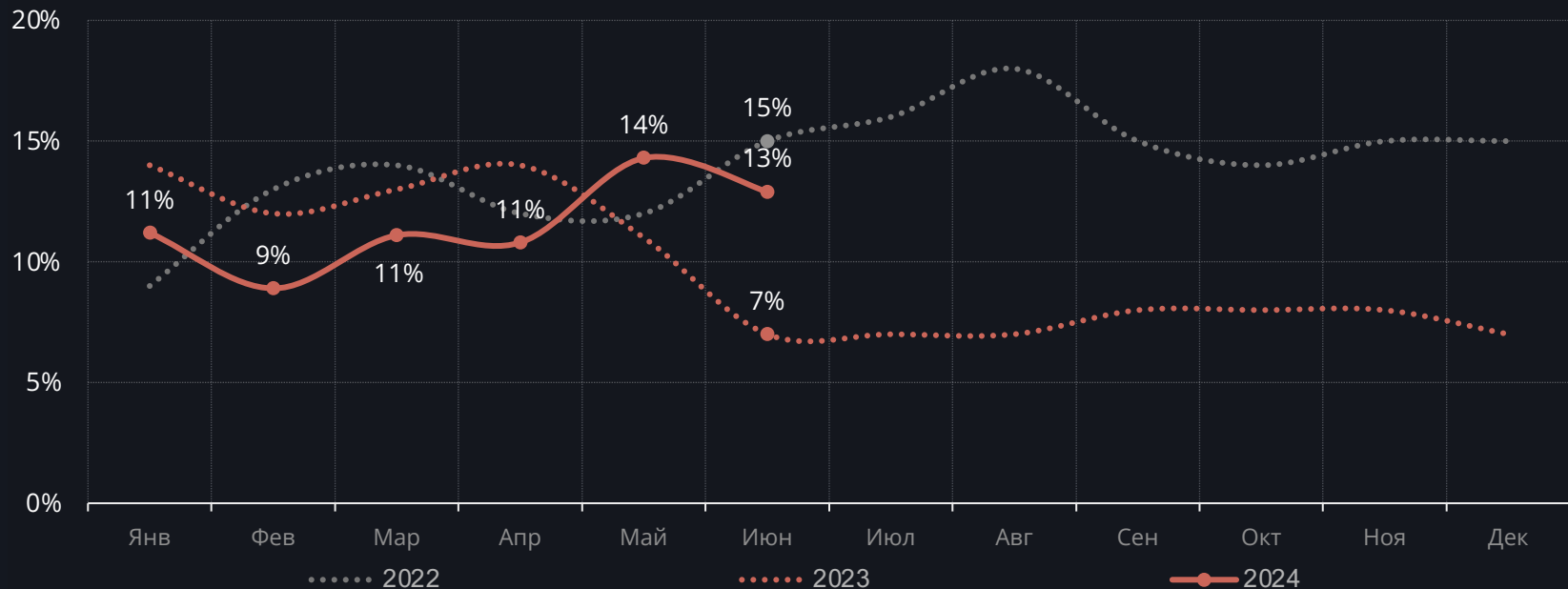
# ОПЕРАТИВНЫЙ МОНИТОРИНГ: ЧИСЛО УНИКАЛЬНЫХ КРЕАТИВОВ РАСТЕТ

Количество креативов  
2022-2024



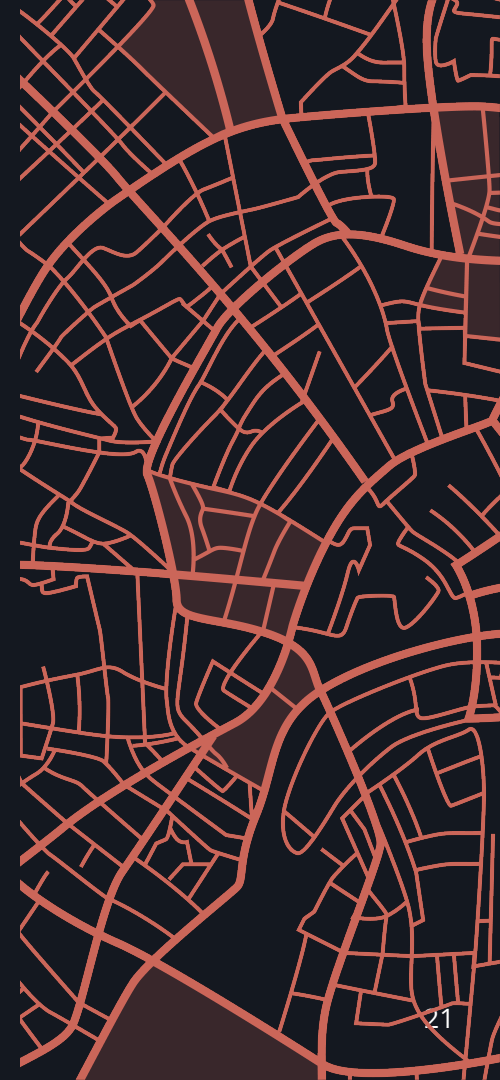
# ОПЕРАТИВНЫЙ МОНИТОРИНГ: НА НЕСТАНДАРТНУЮ СХЕМУ ВЕЩАНИЯ ПРИХОДИТСЯ 9-14% ОТ ВСЕГО ЭФИРА

## Нестандартная схема вещания 2022-2024



# ГЛАВНОЕ

- В первом полугодии 2024 года рекламодатели нарастили затраты на цифровой сегмент наружной рекламы на 73% в сравнении с аналогичным периодом 2023 года
- Доля затрат рекламодателей на цифровые конструкции составила 64% в 2024 году, что на 10 пунктов превышает показатель 2023 года
- 94% аудитории цифровой наружной рекламы – мужчины и женщины в возрасте 18-64 года
- Крупнейшей категорией рекламодателей в цифровой наружной рекламе является «Интернет-ресурсы и услуги», на нее приходится четверть всех затрат
- Крупнейший рекламодатель – «СБЕР», 10,7% от всех затрат на цифровой сегмент наружной рекламы
- На топ-5 продавцов цифровой наружной рекламы приходится около 73% цифровых рекламных поверхностей
- В 2024 году доля эфира с роликами 5 секунд продолжает сокращаться, уступая место роликам большей продолжительности
- На нестандартную схему вещания в первой половине 2024 года приходится 9-14% от всего эфира



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

---

