



Digital (Outdoor)

Digital Brand Day
17 мая 2022



ОБЗОР РЫНКА

На основе данных Admetrix
и от участников outdoor-рынка

УЧАСТНИКИ:

Алексей Костин, ПИК

Вячеслав Кан, Gallery

Никита Мосеев, РИМ Mediagroup

Доля затрат рекламодателей на Digital в наружной рекламе продолжает расти и составляет 46% по состоянию на март 2022 года

Март	Доля затрат на Digital Outdoor	Динамика доли
2022	46%	+12%
2021	41%	+11%
2020	37%	+48%
2019	25%	+32%
2018	19%	

Данные Admetrix: 50 городов России, только стандартные форматы (3x6, сити-борды, супер-сайты, сити-формат, пиллары), март 2022-2021-2020-2019-2018
Без учета остановок МГТ, медиафасадов и прочих форматов
Наружная реклама (не включает индор и транзитную рекламу)

При этом количество рекламоносителей (конструкций), оборудованных цифровыми экранами в Москве составляет “всего” 14% в марте 2022

Март	Всего	Digital	Доля цифровых
2022	5 783	797	13,8%
2021	5 859	644	11,0%
2020	6 298	555	8,8%
2019	7 198	390	5,4%
2018	7 176	363	5,1%

На фоне общего сокращения количества рекламных мест на 19% (март 2022 к марту 2018)

В пяти городах доля затрат рекламодателей на Digital в наружной рекламе преодолела “планку” в 50%

Нижний Новгород	77%
Екатеринбург	70%
Самара	64%
Москва	60%
Казань	54%
Уфа	40%
Новосибирск	39%
Челябинск	38%
Санкт-Петербург	35%
Воронеж	33%
Красноярск	27%
Омск	24%
Волгоград	22%
Ростов-на-Дону	22%
Пермь	0%

Данные Admetrix: 15 городов России, только стандартные форматы (3x6, сити-борды, супер-сайты, сити-формат, пиллары), март 2022

Без учета остановок МГТ, медиафасадов и прочих форматов

Наружная реклама (не включает индор и транзитную рекламу)

Топ-20 рекламодателей на Digital в наружной рекламе: по 9 позициям из 20 произошла смена лидеров по доле эфира в апреле 2022 по отношению к марту 2022

1-31 Марта 2022 года	
	Доля эфира
СБЕР	3,9%
ИНТЕРНЕТ РЕШЕНИЯ	3,2%
ЯНДЕКС	2,8%
ТНТ	2,5%
ЦИАН	2,2%
ВТБ	2,0%
L'OREAL	1,9%
WALT DISNEY	1,7%
М.ВИДЕО	1,5%
ЛЕНТА	1,5%
ХИАОМ	1,4%
ДОНСТРОЙ	1,4%
АЛЬФА-БАНК	1,4%
SAMSUNG ELECTRONICS	1,4%
METRO GROUP	1,3%
ЦИРК НА ФОНТАНКЕ	1,3%
ГАЗПРОММЕДИА	1,2%
ГАЗПРОМБАНК	1,2%
ГРУППА ЛСР	1,2%
ЭЛЬДОРАДО	1,1%

1-30 Апреля 2022 года	
	Доля эфира
ГАЗПРОММЕДИА	4,2%
ЯНДЕКС	4,0%
ВТБ	2,9%
ВЫМПЕЛКОМ	2,8%
ФСК ЛИДЕР	2,7%
СБЕР	2,6%
АЛЬФА-БАНК	2,4%
МЕГАФОН	2,3%
КЕХ ЕКОММЕРЦ	2,3%
ЦИАН	2,0%
ГАЗПРОМБАНК	2,0%
AUTO.RU	1,8%
КУПИШУЗ	1,6%
МОБИЛЬНЫЕ ТЕЛЕСИСТЕМЫ	1,5%
METRO GROUP	1,5%
НАЦИОНАЛЬНАЯ СИСТЕМА ПЛАТЕЖНЫХ КАРТ	1,4%
ЛЕНТА	1,4%
ДОНСТРОЙ	1,4%
ПРОМСВЯЗЬБАНК	1,4%
ГРУППА ЛСР	1,3%

Данные Admetrix: 24 города России, только стандартные форматы (3x6, сити-борды, супер-сайты, сити-формат, пиллары), март-апрель 2022
 Без учета остановок МГТ, медиафасадов и прочих форматов
 Наружная реклама (не включает индор и транзитную рекламу)

В доле затрат по топ-5 категориям товаров и услуг существенных изменений не наблюдается: недвижимость, финансы и интернет-услуги “отбирают” долю эфира у СМИ и оптово-розничной торговли

1-31 Марта 2022 года

	Доля	Млн. секунд
Недвижимость и строительство	15,6%	507,3
Оптово-розничная торговля	15,2%	493,9
СМИ и полиграфия	13,9%	451,6
Интернет-ресурсы и услуги	11,3%	367,6
Финансовые услуги, банки	8,7%	283,8

1-30 Апреля 2022 года

	Доля	Млн. секунд
Недвижимость и строительство	19,2%	553,0
Финансовые услуги, банки	15,6%	449,2
Интернет-ресурсы и услуги	14,2%	406,5
СМИ и полиграфия	13,8%	396,7
Оптово-розничная торговля	9,6%	276,7

В апреле 2022 года на топ-5 категорий приходилось 73% эфира рекламодателей, в то время как в марте 2022 года - 65%

Тенденции и тренды

мая-июня 2022



ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЙ WEB- СЕРВИС И API

Инструменты и данные Admetrix
для работы с ДООН

УЧАСТНИКИ:

Вячеслав Ивакин, Posterscope

Марина Сурыгина, Gallery

Павел Крюков, VinEx

Мы стараемся повысить удобство и скорость работы с данными

- Снижение трудозатрат для пользователей
- Удаленная и бесперебойная работа с данными
- Интеграция данных во внутренние системы клиентов



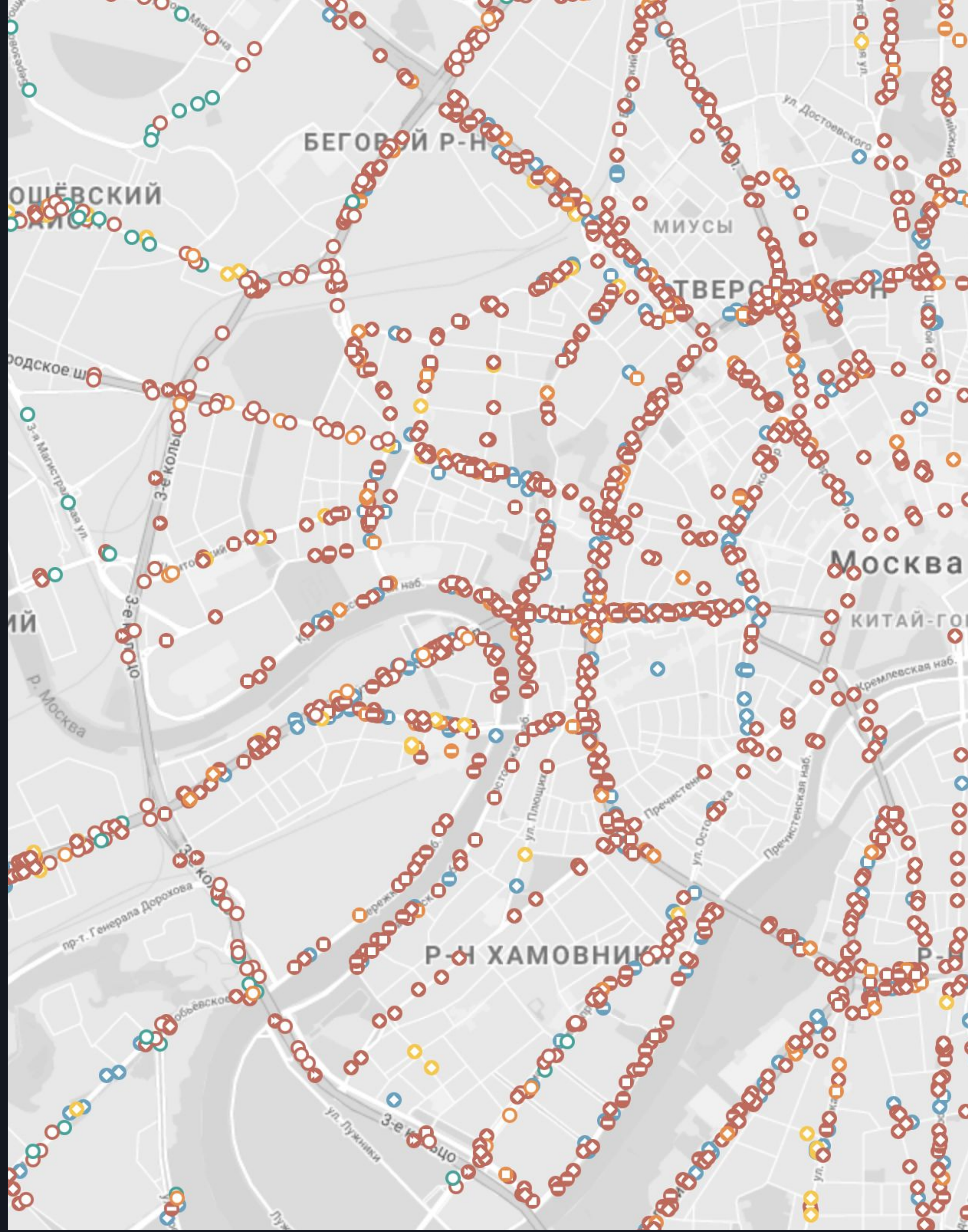
ОПТИМИЗАЦИЯ

Пользовательский web-сервис ASAP

- Данные не требуют обновлений (на стороне клиента)
- Удаленная работа с мобильного устройства
- Нормированные данные по 100% инвентаря
- “Рабочий стол” внутри сервиса
- Скорость обработки данных

API

- Данные не требуют обновлений (на стороне клиента)
- 6 методов
- Нормированные данные по 100% инвентаря
- Скорость передачи данных



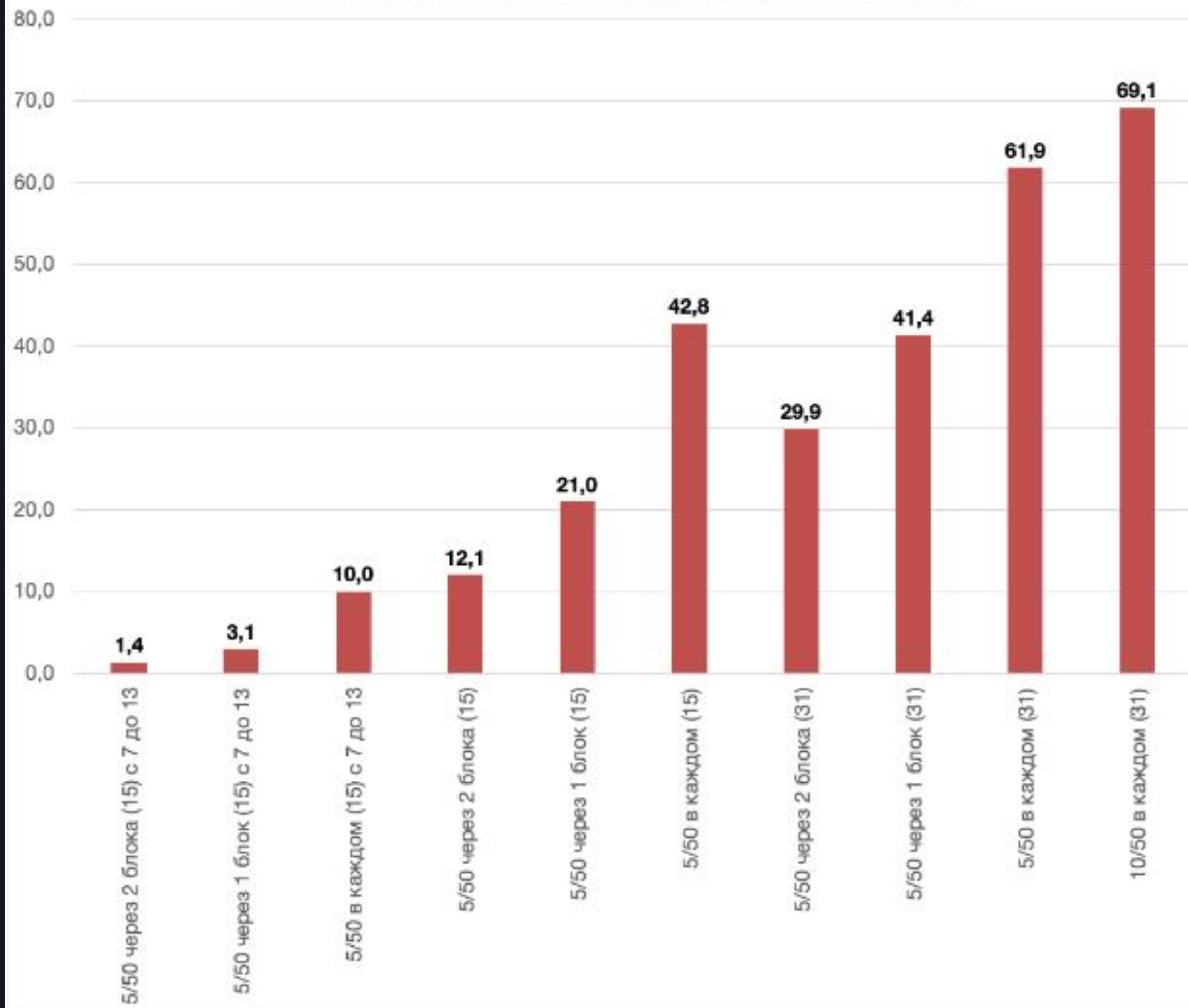
Существенные доработки

На основе обратной связи пользователей

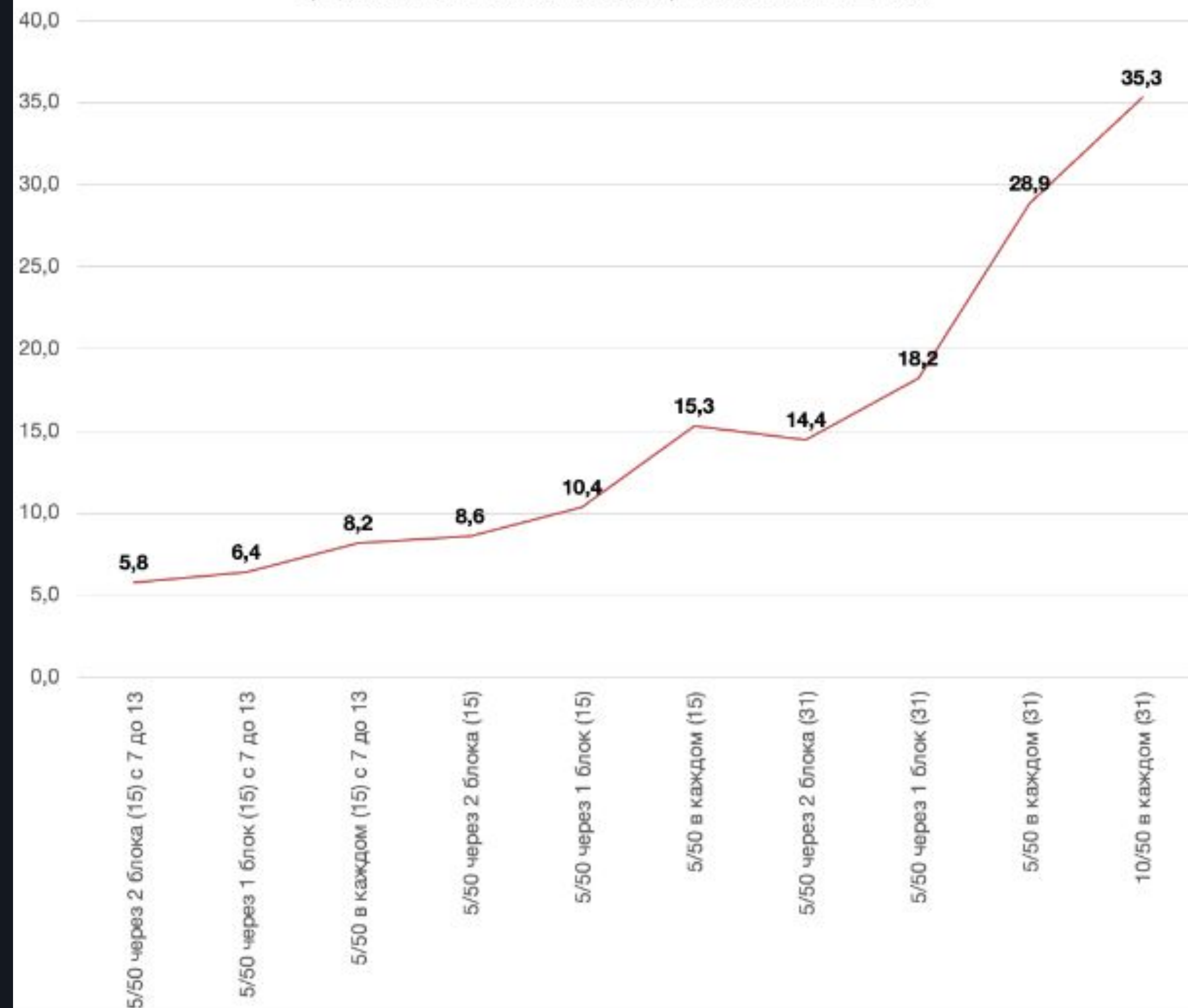
1. **Функция расчетов для нестандартных циклических digital-кампаний**
2. ASAP - новый раздел для работы с данными мониторинга 100% эфира цифровых конструкций (картография)
3. API - передача креативов и данных по дням/по часам



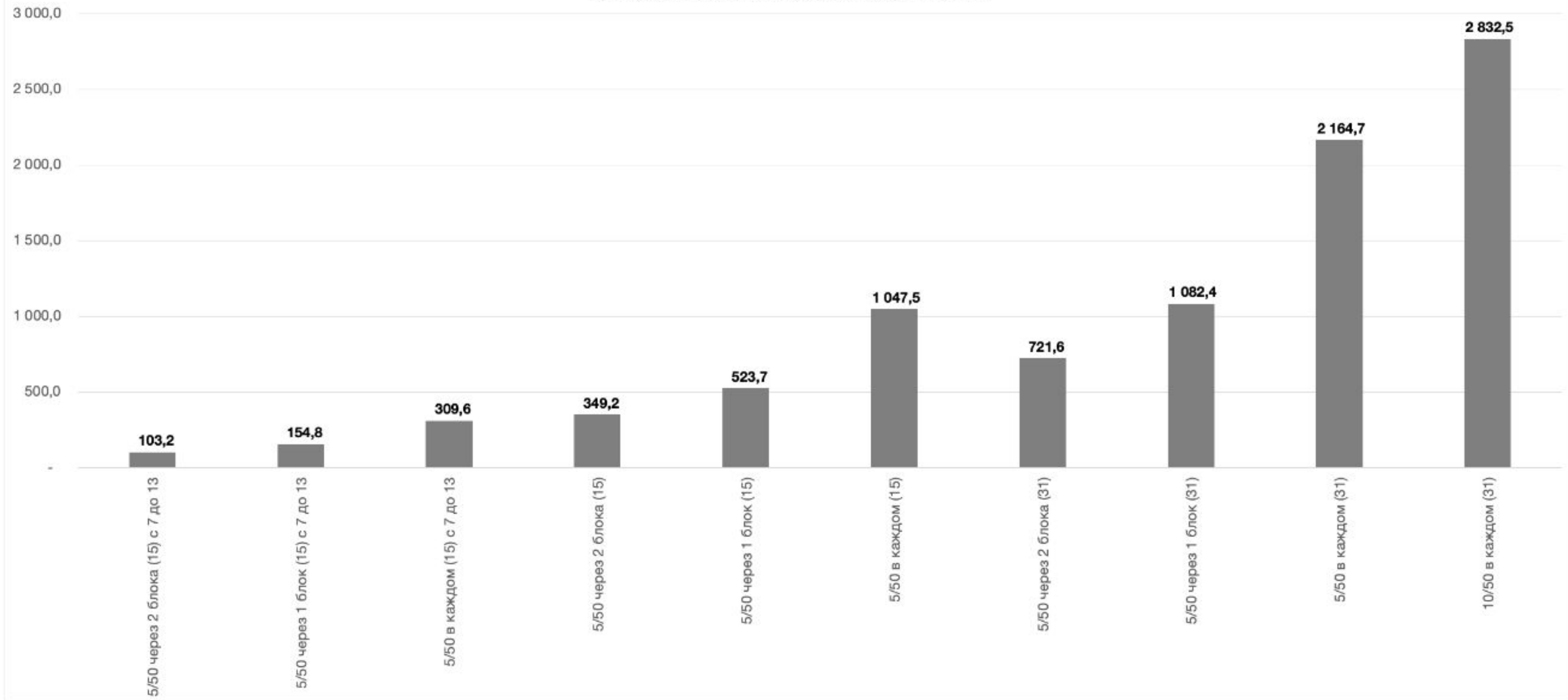
Охват кампании на частоте 15+ для различных схем вещания



Средняя частота кампании для разных схем вещания



Сумма GRP кампании для разных схем вещания

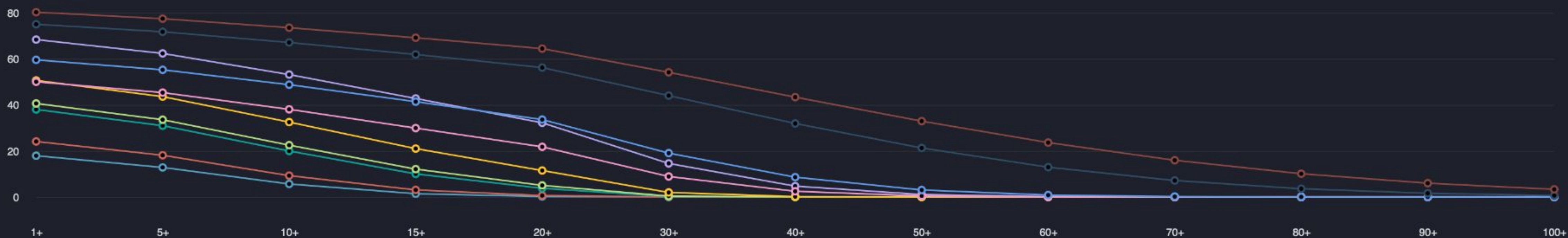


	Продолжительность, в днях	Население 18+, в тыс.	Кол-во поверхностей	Охват населения города 18+, в %	Охват населения города 18+, в тыс.	Средняя частота контактов	Сумма GRP	Средний GRP
5/50 через 2 блока (15) с 7 до 13	15	10 302,50	106	17,90	1 844,15	5,76	103,21	0,97
5/50 через 1 блок (15) с 7 до 13	15	10 302,50	106	24,09	2 481,87	6,43	154,81	1,46
5/50 в каждом (15) с 7 до 13	15	10 302,50	106	37,99	3 913,92	8,15	309,63	2,92
5/50 через 2 блока (15)	15	10 302,50	106	40,60	4 182,81	8,60	349,15	3,29
5/50 через 1 блок (15)	15	10 302,50	106	50,61	5 214,10	10,35	523,73	4,94
5/50 в каждом (15)	15	10 302,50	106	68,34	7 040,73	15,33	1 047,45	9,88
5/50 через 2 блока (31)	31	10 302,50	106	50,02	5 153,31	14,42	721,58	6,81
5/50 через 1 блок (31)	31	10 302,50	106	59,53	6 133,08	18,18	1 082,37	10,21
5/50 в каждом (31)	31	10 302,50	106	74,99	7 725,84	28,87	2 164,73	20,42
10/50 в каждом (31)	31	10 302,50	106	80,23	8 265,70	35,30	2 832,51	26,72

▼ % охвата населения города с разной частотой. Кампания с накоплением

- 5/50 через 2 блока (15) с 7 до 13
- 5/50 через 1 блок (15) с 7 до 13
- 5/50 в каждом (15) с 7 до 13
- 5/50 через 2 блока (15)
- 5/50 через 1 блок (15)
- 5/50 в каждом (15)
- 5/50 через 2 блока (31)
- 5/50 через 1 блок (31)
- 5/50 в каждом (31)
- 10/50 в каждом (31)

Охват, %



Частота, ед.

Существенные доработки

На основе обратной связи пользователей

1. Функция расчетов для нестандартных циклических digital-кампаний
2. **ASAP** - новый раздел для работы с данными мониторинга 100% эфира цифровых конструкций (картография)
3. API - передача креативов и данных по дням/по часам



Эфирная справка

2022-04-01

2022-04-30

ГАЗПРОММЕДИА

Выберите города

Формат

Продавец

Бренд

Применить

Статистика по рекламодателю ГАЗПРОММЕДИА

Статистика размещения

Период	Кол-во поверхностей	Кол-во брендов	Кол-во городов	Кол-во продавцов	Кол-во форматов
01.04.2022 - 30.04.2022	534	2	12	2	3

Статистика вещания

Суммарное кол-во выходов	Суммарное время вещания	Кол-во хронометража	Кол-во креативов
21 908 693	120 218 805	2	14

Детализация размещения (таблица)

Наименование параметров

Типы значений

Город

Форматы

Суммарный хронометраж

Город	Форматы	Суммарный хронометраж	Показы	Экраны
Москва	Щиты 3x6	48 012 089	9 601 738	285
Санкт-Петербург	Щиты 3x6	46 617 011	7 461 357	133
Ростов-на-Дону	Щиты 3x6	4 024 035	804 697	20
Москва	Суперсайт	3 696 233	739 247	42
Нижний Новгород	Щиты 3x6	3 204 302	640 860	8
Новосибирск	Щиты 3x6	2 598 731	519 744	6
Омск	Щиты 3x6	2 218 909	391 248	7
Екатеринбург	Суперсайт	1 997 141	399 434	7
Ростов-на-Дону	Суперсайт	1 349 215	269 843	3

Эфирная справка

2022-04-01

2022-04-30

ГАЗПРОММЕДИА

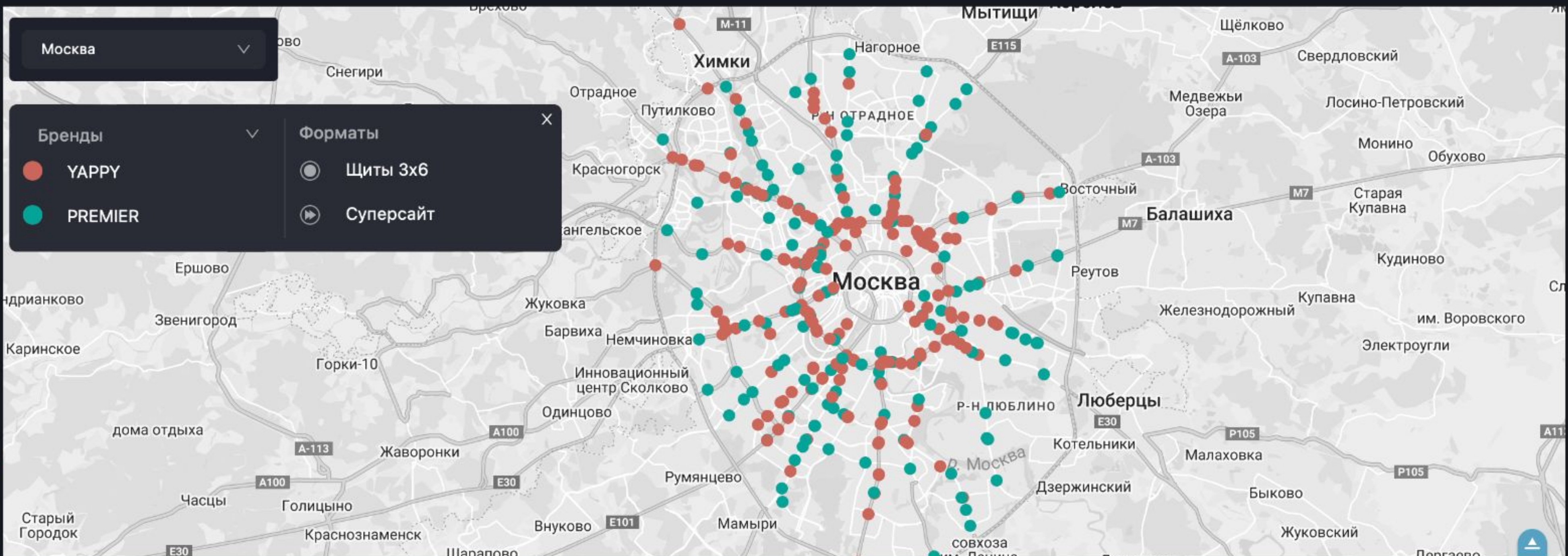
Выберите города

Формат

Продавец

Бренд

Применить



Город	Продавец	ID Продавца	ID GEO Short	Адрес Продавца	Размер	Сторона	Формат
Москва	RUSS OUTDOOR	MSBB19715A1	14033821	Щелковское ш., 250 м после X с СВХ (Di	3x6	A	Щиты 3x6
Москва	RUSS OUTDOOR	MSBB19715A1	14033821	Щелковское ш., 250 м после X с СВХ (Di	3x6	A	Щиты 3x6
Москва	RUSS OUTDOOR	MSBB19715A1	14033821	Щелковское ш., 250 м после X с СВХ (Di	3x6	A	Щиты 3x6
Москва	RUSS OUTDOOR	MSBB19715A1	14033821	Щелковское ш., 250 м после X с СВХ (Di	3x6	A	Щиты 3x6
Москва	RUSS OUTDOOR	MSBB19715A1	14033821	Щелковское ш., 250 м после X с СВХ (Di	3x6	A	Щиты 3x6
Москва	RUSS OUTDOOR	MSBB19715A1	14033821	Щелковское ш., 250 м после X с СВХ (Di	3x6	A	Щиты 3x6
Москва	RUSS OUTDOOR	MSBB19715A1	14033821	Щелковское ш., 250 м после X с СВХ (Di	3x6	A	Щиты 3x6
Москва	RUSS OUTDOOR	MSBB19715A1	14033821	Щелковское ш., 250 м после X с СВХ (Di	3x6	A	Щиты 3x6
Москва	RUSS OUTDOOR	MSBB19715A1	14033821	Щелковское ш., 250 м после X с СВХ (Di	3x6	A	Щиты 3x6
Москва	RUSS OUTDOOR	MSBB19715A1	14033821	Щелковское ш., 250 м после X с СВХ (Di	3x6	A	Щиты 3x6
Москва	RUSS OUTDOOR	MSBB19715A1	14033821	Щелковское ш., 250 м после X с СВХ (Di	3x6	A	Щиты 3x6
Москва	RUSS OUTDOOR	MSBB19715A1	14033821	Щелковское ш., 250 м после X с СВХ (Di	3x6	A	Щиты 3x6
Москва	RUSS OUTDOOR	MSBB19715A1	14033821	Щелковское ш., 250 м после X с СВХ (Di	3x6	A	Щиты 3x6
Москва	RUSS OUTDOOR	MSBB19715A1	14033821	Щелковское ш., 250 м после X с СВХ (Di	3x6	A	Щиты 3x6



Эфирная справка

На основе мониторинга 100% эфира цифровых рекламных конструкций

Дата создания отчета: 28.04.2022
Количество страниц: 16

Рекламодатель:
Бренды: МТС, ШАХМАТЫ
Отчетный период:

ASAP, Admetrix statistical and planning system - инструмент для анализа рынка наружной рекламы, исследования конкурентной среды, планирования рекламных кампаний, оценки объемов и динамики рынка.



Узнать больше

admetrixcis.com

Эфирная справка

На основе мониторинга 100% эфира цифровых рекламных конструкций



Admetrix statistical and planning system

Общая информация об объемах кампании:

Количество городов:	6
Количество экранов:	327
Количество показов:	2 733 504
Суммарный хронометраж (в секундах):	13 668 058
Количество брендов:	2

Доля вещания для роликов различного хронометража:

	Суммарный хронометраж (в секундах)	Доля от общего хронометража (в секундах)
5 секунд	13 666 810	100,0 %
6 секунд	282	0,0 %
4 секунд	228	0,0 %
98 секунд	98	0,0 %
95 секунд	95	0,0 %
92 секунд	92	0,0 %
78 секунд	78	0,0 %
10 секунд	60	0,0 %
11 секунд	55	0,0 %
8 секунд	48	0,0 %
9 секунд	45	0,0 %
7 секунд	42	0,0 %
38 секунд	38	0,0 %
34 секунд	34	0,0 %
26 секунд	26	0,0 %
12 секунд	24	0,0 %
3 секунд	3	0,0 %

География

	Экранов	Показов	Суммарный хронометраж (в секундах)
Москва	291	2 231 407	11 157 408
Санкт-Петербург	20	241 925	1 209 627
Ростов-на-Дону	6	81 595	408 046
Екатеринбург	6	81 523	407 615
Воронеж	1	49 731	248 655
Омск	3	47 323	236 707
Итого	327	2 733 504	13 668 058

Отчет составлен в сервисе ASAP на основе мониторинга 100% эфира цифровых рекламных конструкций и по оценке компании AdMetrix

Дата создания отчета 28.04.2022

admetrixcis.ru

2 / 16

Эфирная справка

На основе мониторинга 100% эфира цифровых рекламных конструкций



Admetrix statistical and planning system

Форматы

	Экранов	Показов	Суммарный хронометраж (в секундах)
Щиты 3x6	288	2 537 919	12 690 134
Суперсайт	39	195 585	977 924
Итого	327	2 733 504	13 668 058

Продавец

	Экранов	Показов	Суммарный хронометраж (в секундах)
RUSS OUTDOOR	148	2 105 747	10 529 273
GALLERY	179	627 757	3 138 785
Итого	327	2 733 504	13 668 058

География, форматы, продавец

Город	Формат	Продавец	Экранов	Показов	Суммарный хронометраж (в секундах)
Москва	Щиты 3x6	RUSS OUTDOOR	93	1 515 755	7 579 149
Москва	Щиты 3x6	GALLERY	160	529 412	2 647 060
Санкт-Петербург	Щиты 3x6	RUSS OUTDOOR	20	241 925	1 209 627
Москва	Суперсайт	RUSS OUTDOOR	25	169 418	847 080
Ростов-на-Дону	Щиты 3x6	RUSS OUTDOOR	6	81 595	408 046
Екатеринбург	Щиты 3x6	GALLERY	5	72 178	360 890
Воронеж	Щиты 3x6	RUSS OUTDOOR	1	49 731	248 655
Омск	Щиты 3x6	RUSS OUTDOOR	3	47 323	236 707
Москва	Суперсайт	GALLERY	13	16 822	84 110
Екатеринбург	Суперсайт	GALLERY	1	9 345	46 725
Итого			327	2 733 504	13 668 058

Адресная программа

Город	Продавец	GID	Формат	Адрес	Показов	Суммарный хронометраж (в секундах)	Доля от общего суммарного вещания
Воронеж	RUSS OUTDOOR	VR880100361	Щиты 3x6	Пешеходная ул., д. 161 / Героя Сибиряков ул. (Digital)	49 731	248 655	32,9 %
Москва	GALLERY	MOS2633A7GGDB	Щиты 3x6	Волгоградский пр-т, д. 4, стр. 16, (по Остаповскому пр-ту)	19 068	95 940	12,3 %
Москва	GALLERY	MOS2681A1GGDB	Щиты 3x6	Борисовские Пруды ул., д. 7, м в (поз. 2)	18 694	93 020	12,0 %

Отчет составлен в сервисе ASAP на основе мониторинга 100% эфира цифровых рекламных конструкций и по оценке компании AdMetrix

Дата создания отчета 28.04.2022

admetrixcis.ru

3 / 16

Существенные доработки

На основе обратной связи пользователей

1. Функция расчетов для нестандартных циклических digital-кампаний
2. ASAP - новый раздел для работы с данными мониторинга 100% эфира цифровых конструкций (картография)
3. **API - передача креативов и данных по дням/по часам**





Digital ООН

**Новые источники данных для измерений
объемов аудитории каждого выхода**

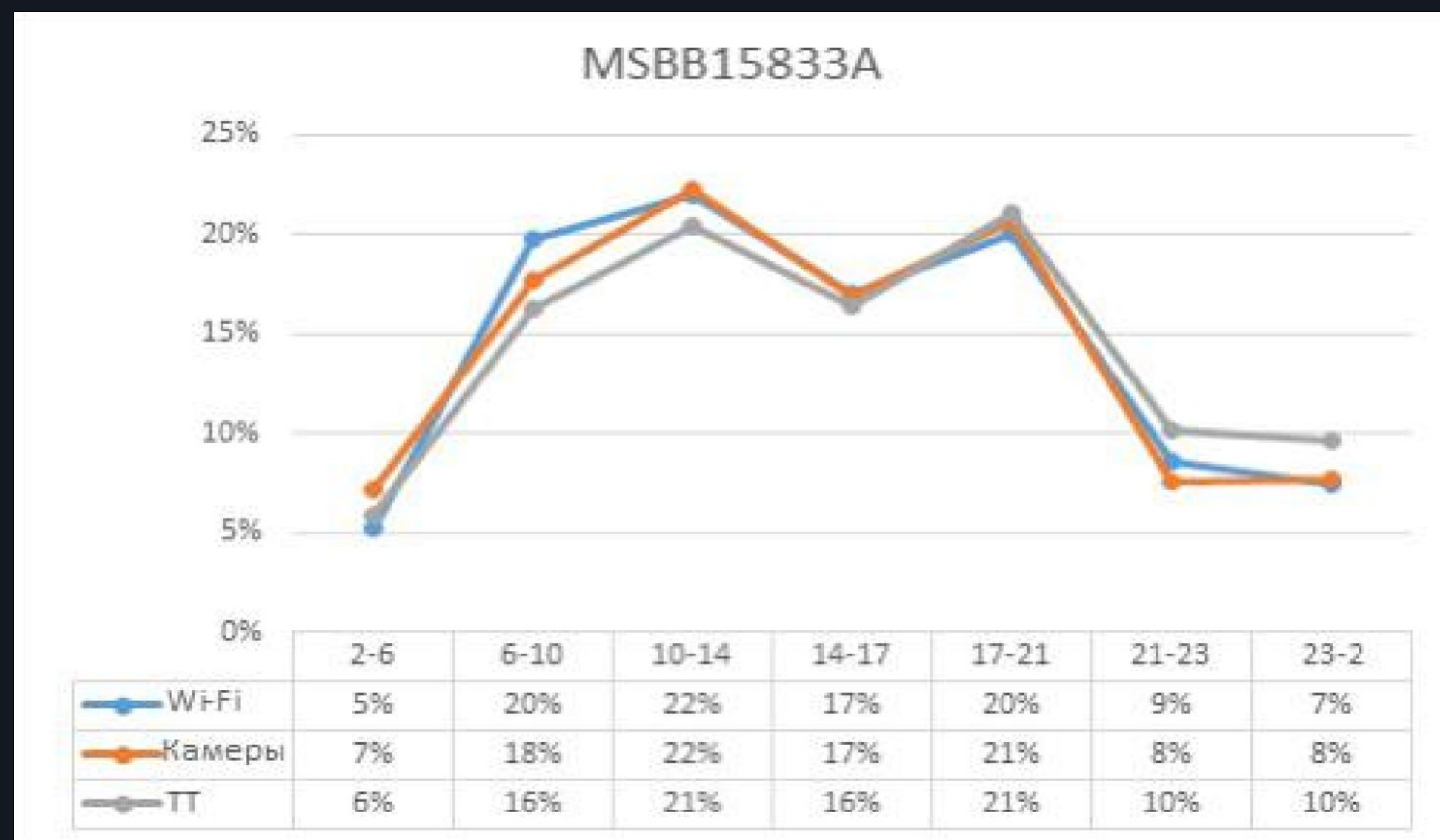
УЧАСТНИКИ:

Алексей Костин, ПИК

Марина Сурыгина, Gallery

Никита Мосеев, РИМ Mediagroup

Данные WiFi отражают реальное долевое распределение аудитории в течение суток



Доступность данных WiFi позволит нам в ближайшее время - ориентировочно в июле-августе 2022 года - разработать методологию расчета объема аудитории (OTS) каждого выхода и вывести на рынок новые данные

При каких условиях данные WiFi могут участвовать в расчете OTS каждого выхода

1. Оператор является клиентом Admetrix (по расчетам OTS и GRP)
2. Оператор передает в Admetrix исходные потоковые данные с WiFi-“ловушек”
3. Проверка и сопоставление на стороне Admetrix данных с WiFi-“ловушек” с другими данными (верификация)
4. Перевзвешивание суммарного OTS за месяц (из стандартной индустриальной поставки) на долевое распределения кол-ва зафиксированных устройств в течение месяца > каждого дня в месяце > каждого часа в сутках > каждого выхода
5. Показатель OTS каждого выхода как результат измерений Admetrix, ежемесячные индустриальные поставки

Мы начали тестирование данных и описание методологии



Digital (Outdoor)

Digital Brand Day
17 мая 2022