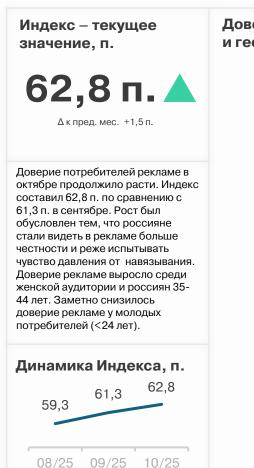
## Индекс доверия рекламе (октябрь 2025)





Комплексный показатель, построенный на данных опроса и отражающий общее настроение потребителей и уровень их осторожности при восприятии рекламных сообщений. Замеряется и публикуется ежемесячно.

## Метолология • Об онлайн-панели









<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Q. «Какое из утверждений лучше всего описывает ваше (вашей семьи) материальное положение?». Для представления на диаграмме ответы преобразованы: Очень плохое = «Едва сводим концы с концами. Денег не хватает даже на продукты»; Плохое = «На продукты денег хватает, но покупка одежды уже затруднительна»; Ниже среднего = «Денег хватает на продукты и одежду, но покупка телевизора, стиральной машины, мебели – для нас проблема»; Выше среднего = «Можем без труда купить крупную бытовую технику, но мы не могли бы купить автомобиль»; Хорошее = «Денег хватает на все, кроме покупки недвижимости (дачи или квартиры)»; Очень хорошее = «Можем позволить себе практически все: машину, квартиру, дачу и многое другое»,

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Правдивость = купленные товары, услуги соответствовали тому, что обещала реклама VS как правило, товары или услуги не соответствовали обещанному в рекламе. Честность = реклама была понятной, ничего не утаивала, не скрывала важной информации VS оставляла впечатление, что есть какой-то подвох, скрытые условия, рождала сомнения. Компетентность подачи = выглядела профессионально и внушала доверие VS выглядела непрофессионально, некачественно и не внушала доверие. Соответствие ценностям = соответствовала моим ценностям и взглядам, ее было приятно смотреть VS вызывала у меня отторжение, неприятие, нежелание смотреть. Чувство контроля = ничего не навязывала, не вызывала ощущения давления VS пыталась навязать мне ненужное, я чувствовал(а) давление. Эмоциональная связь = создавала впечатление, что бренды хотят заслужить доверие, а не просто продать VS создавала впечатление, что мне хотят лишь продать что-то, а не заслужить доверие на долгое время. Готовность покупать = вызывала желание попробовать или купить товары или услуги из рекламы VS не вызывала желания покупать рекламируемые товары или услуги. Готовность рекомендовать = содержала предложения, которые я готов(а) был(а) бы рекомендовать своим знакомым VS не вызывала желания советовать товары или услуги из рекламы знакомым и близким.