

Н:Р:А



ДЕНЬ БРЕНДА 2022: НОВЫЕ СМЫСЛЫ ИНДУСТРИИ РЕКЛАМЫ

Алексей Толстогоан
Генеральный директор НРА



Е-СОМ, ТЕЛЕКОМ И ФИНТЕХ ПОМОГЛИ ТВ-РЫНКУ СОХРАНИТЬ УСТОЙЧИВОСТЬ

Доля категории, %
Янв-сент 2022

Динамика доли категории, %
Янв-сент 2022

Категория	Доля категории, % Янв-сент 2022	Динамика доли категории, % Янв-сент 2022
Е-сom и сервисы	18%	36%
Финансовые услуги	15%	18%
Досуг и развлечения*	9%	17%
Кафе и рестораны	3%	4%
Телеком	5%	0,2%
Ритейл	6%	-2%
Фарма	17%	-26%
Парфюмерия и косметика (прочее)	1%	-37%
Продукты питания**	6%	-47%
Средства по уходу за волосами	1%	-48%

Данные: внутренняя аналитика НРА, федеральное ТВ, январь — сентябрь 2022

* Включая букмекеров, ** Кроме напитков и шоколада

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТЬ И ВЫХОД ЦИФРОВЫХ КАТЕГОРИЙ В ТОП ОБУСЛАВЛИВАЮТ РОСТ PERFORMANCE

Все направления ТВ

31%

доля performance
янв-сен 2022

+4%

динамика бюджетов
янв-сен 2022/2021

Федеральное ТВ

29%

доля performance
янв-сен 2022

+5%

динамика бюджетов
янв-сен 2022/2021

Данные: внутренняя аналитика НРА, все направления ТВ, январь — сентябрь 2021–2022

ЛОКАЛИЗАЦИЯ И УХОД ИНОСТРАННЫХ ИГРОКОВ ПОВЫШАЮТ ДОЛЮ РОССИЙСКИХ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ

79%

доля
мар-сен 2022

84%

доля
июн-сен 2022

+19%

динамика бюджетов
июн-сен 2022/2021

73%

доля
янв-сен 2022

Это хорошо, потому что в краткосрочном периоде рынок будет меньше зависеть от геополитики

Это временно, потому что целый ряд зарубежных игроков уже зашли на рынок России, но еще не успели зайти в рекламу

ОСЕННИЙ TOP OF MIND ТОВАРНЫХ КАТЕГОРИЙ НА ТВ*

Продукты питания

**Внимание
аудитории
максимально
в категориях,
где снизилась
плотность
размещения**

Недвижимость

Банковские услуги

Доставка

Авто

Электроника

Мобильная связь

Маркетплейсы

Напитки

Лекарства

Бытовая техника

Корма для животных

ОСЕННИЙ TOP OF MIND ТЕЛЕВИЗИОННЫХ БРЕНДОВ*

**Фокус внимания
аудитории —
на известных
брендах**

Сбер

МТС

Ozon

Яндекс

Тинькофф

Вкусно — и точка

*На основе ответов на открытый вопрос анкеты:

Можете назвать что-то новое, что запомнилось из телевизионной рекламы, зацепило внимание?

Напишите все, что запомнилось: название марки, какие-то особенности товара и т.п.

НОВИЗНА И ВЫГОДА — КЛЮЧЕВЫЕ АКЦЕНТЫ В КОММУНИКАЦИИ*

Самые популярные ответы респондентов на вопрос «Можете назвать что-то новое, что запомнилось из телевизионной рекламы, зацепило внимание?»

Новые бренды

- Появилось много отечественных производителей
- Новые названия компаний
- Множество новых производителей в пищевой промышленности
- Новые названия ресторанов
- Новые российские бренды по уходу, косметике



NEW

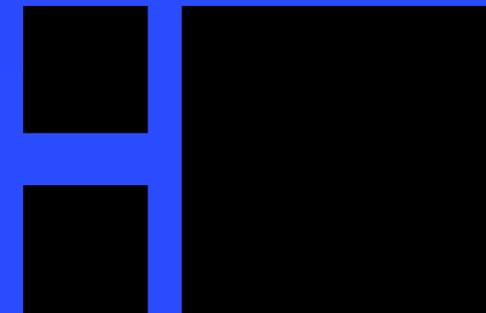
Скидки/спецпредложения

- Скидки на технику
- Акции, скидки
- Можно обменивать минуты на скидку на телефоны
- Кешбэк на товары
- Большие скидки, распродажи
- Смартфон за баллы
- Появилось больше распродаж, акций



SALE

Наши прогнозы на 2023 год



- Мы уже видим серьезное обновление клиентского листа, оно будет усиливаться
- Будет расти влияние СМБ на повестку рекламного рынка, это уже происходит в региональной рекламе
- К концу года ряд средних национальных производителей вырастут в крупных — топ рекламодателей обновится снова
- Спрос на годовые контракты останется высоким
- Крупные игроки продолжают усиливать присутствие в региональном ТВ
- Бум коротких продающих креативов пройдет, рынок найдет новый баланс branding/performance

TV4BRANDS

ТЕЛЕВИДЕНИЕ ДЛЯ БРЕНДОВ

- 1 Влияние ТВ на имидж бренда
- 2 Качество внимания аудитории при просмотре ТВ-рекламы
- 3 Баланс имиджевой и продающей коммуникации, наиболее комфортный для аудитории
- 4 ROI TV





**ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ
НА TELEGRAM-КАНАЛ НРА**

Н:Р:А