

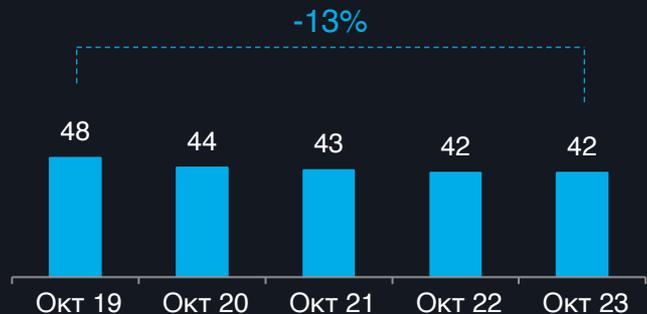
РЫНОК НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ РОССИИ

Окна в будущее: перспективы Out-of-Home 2024

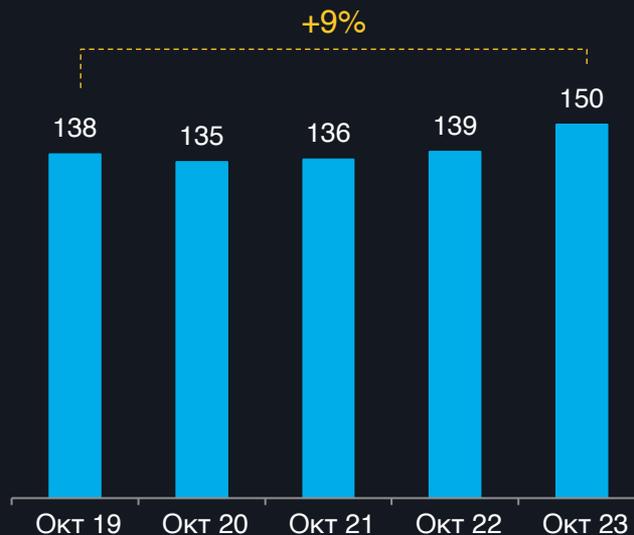
День Бренда 2023

ОБЪЕМ ДОСТУПНОГО ИНВЕНТАРЯ УВЕЛИЧИВАЕТСЯ: СТАТИЧНЫЕ КОНСТРУКЦИИ ЗАМЕНЯЮТ НА ЦИФРОВЫЕ

Количество рекламных конструкций
В тысячах штук



Количество рекламных поверхностей
В тысячах штук

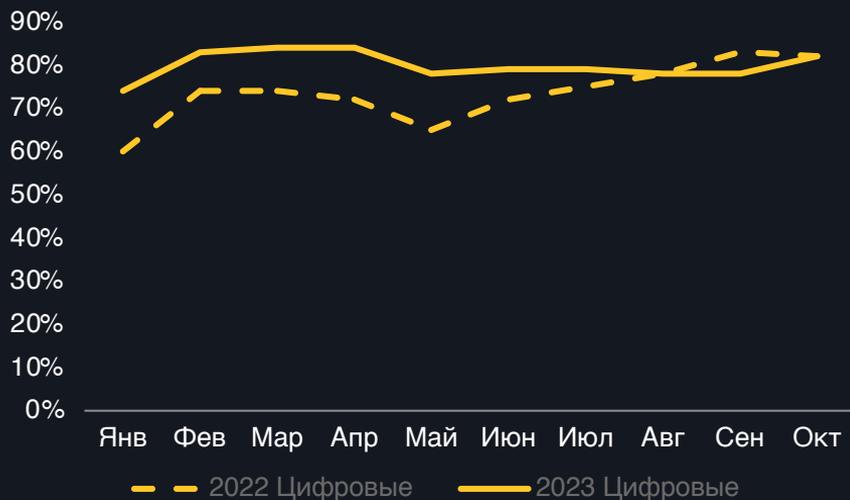


1 сторона статичной
конструкции
= 1 рекламная
поверхность

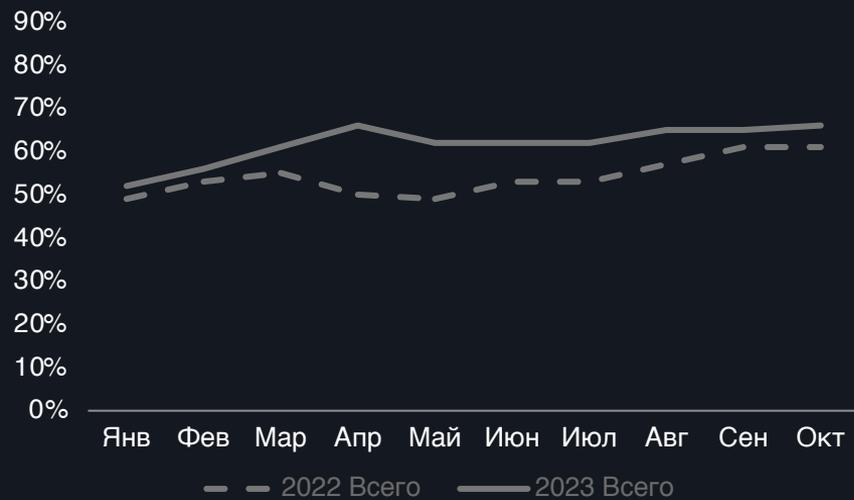
1 цифровой экран
= 10 рекламных
поверхностей

КОММЕРЧЕСКАЯ ЗАГРУЗКА: В СРЕДНЕМ ВЫРОСЛА НА 6-8 ПУНКТОВ ДЛЯ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ КОНСТРУКЦИЙ

Коммерческая загрузка цифровых рекламных конструкций выросла на 6 пунктов в 2023vs2022



Коммерческая загрузка нецифровых рекламных конструкций выросла на 8 пунктов в 2023vs2022



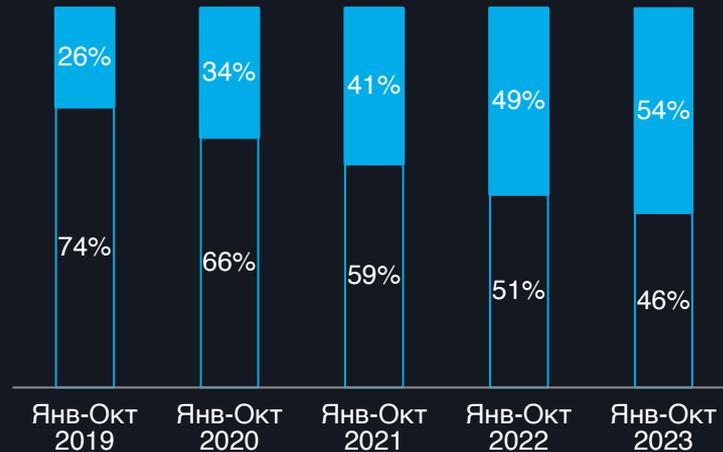
Данные Admetrix: 50 городов России, только стандартные форматы (3x6, ситиборды, суперсайты, сити-формат, пиллары), январь-октябрь 2022-2023
Без учета остановок МосГорТранса, медиафасадов, крышных конструкций и прочих нестандартных форматов
Наружная реклама (не включает индор и транзитную рекламу)

ЦИФРОВАЯ НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА: ДРАЙВЕР РЫНКА, ДОЛЯ ЗАТРАТ НА DIGITAL ПРОДОЛЖАЕТ РАСТИ

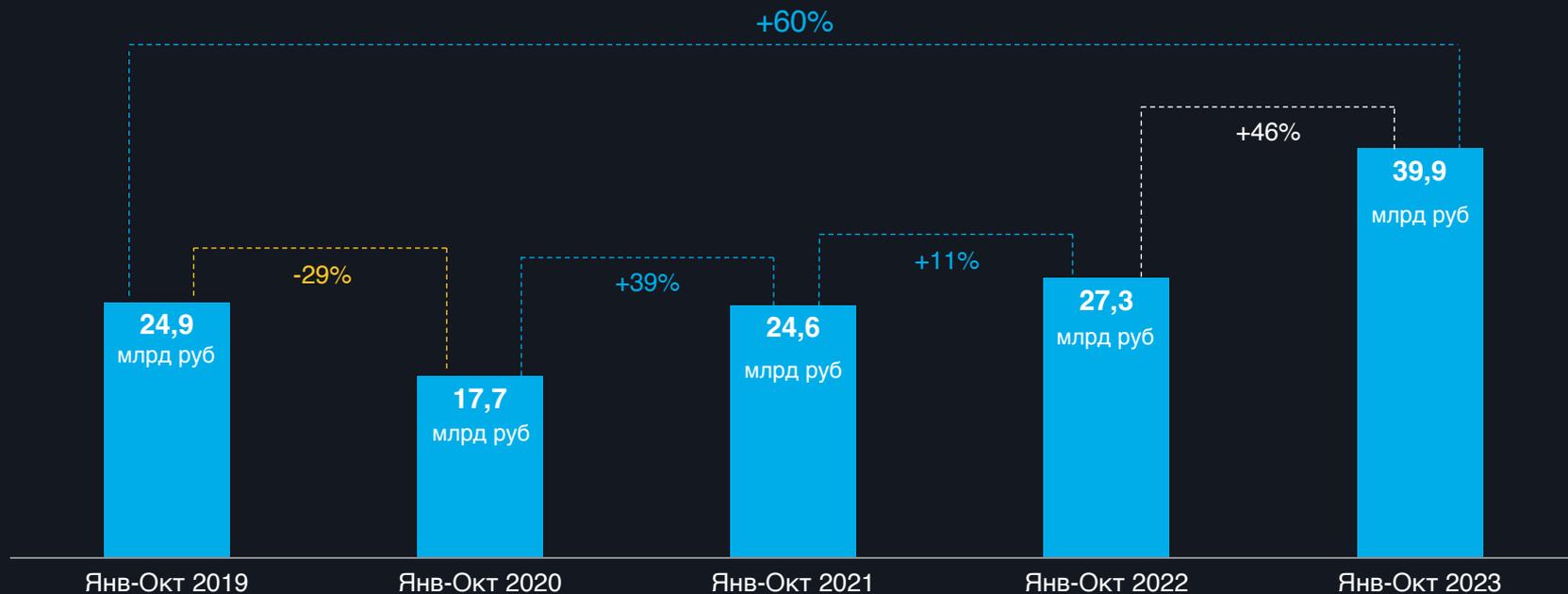
Объем затрат на наружную рекламу
млрд руб.



Доля цифровой наружной рекламы
% затрат

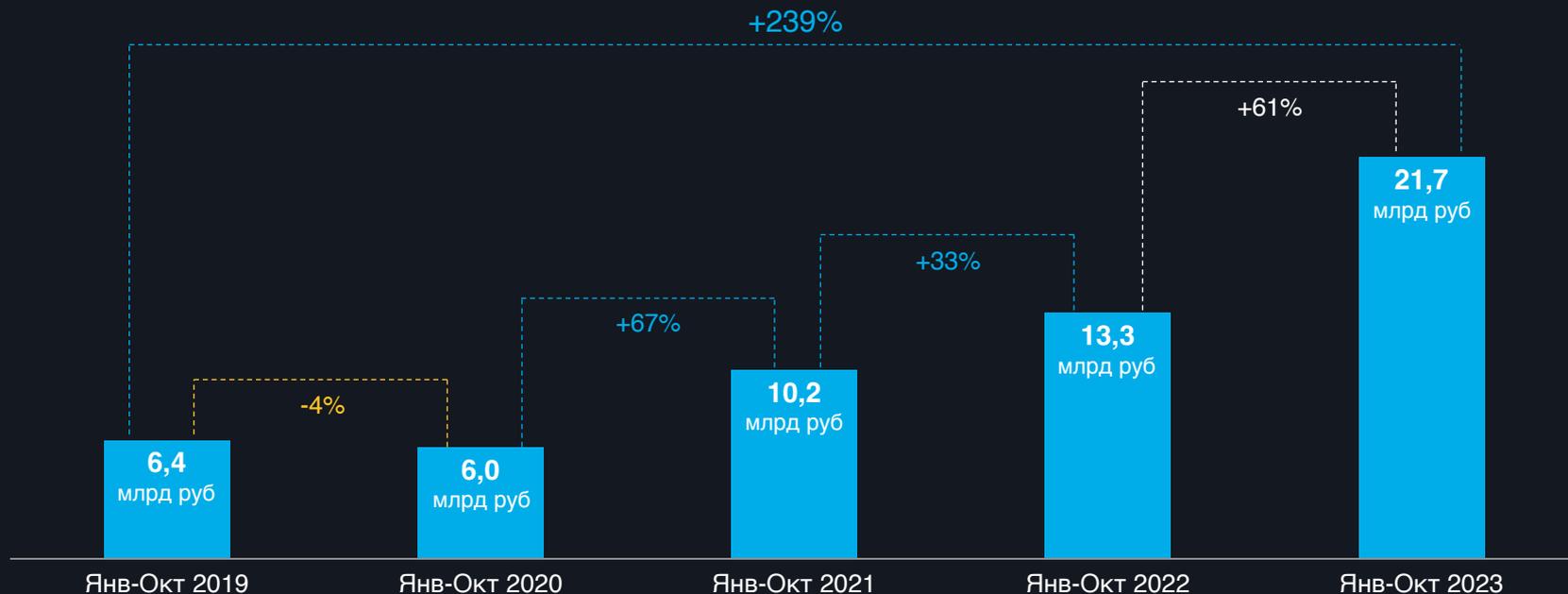


ОБЪЕМ И ДИНАМИКА ЗАТРАТ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ: РЫНОК ВЫРОС НА 46% В СРАВНЕНИИ С 2022 ГОДОМ



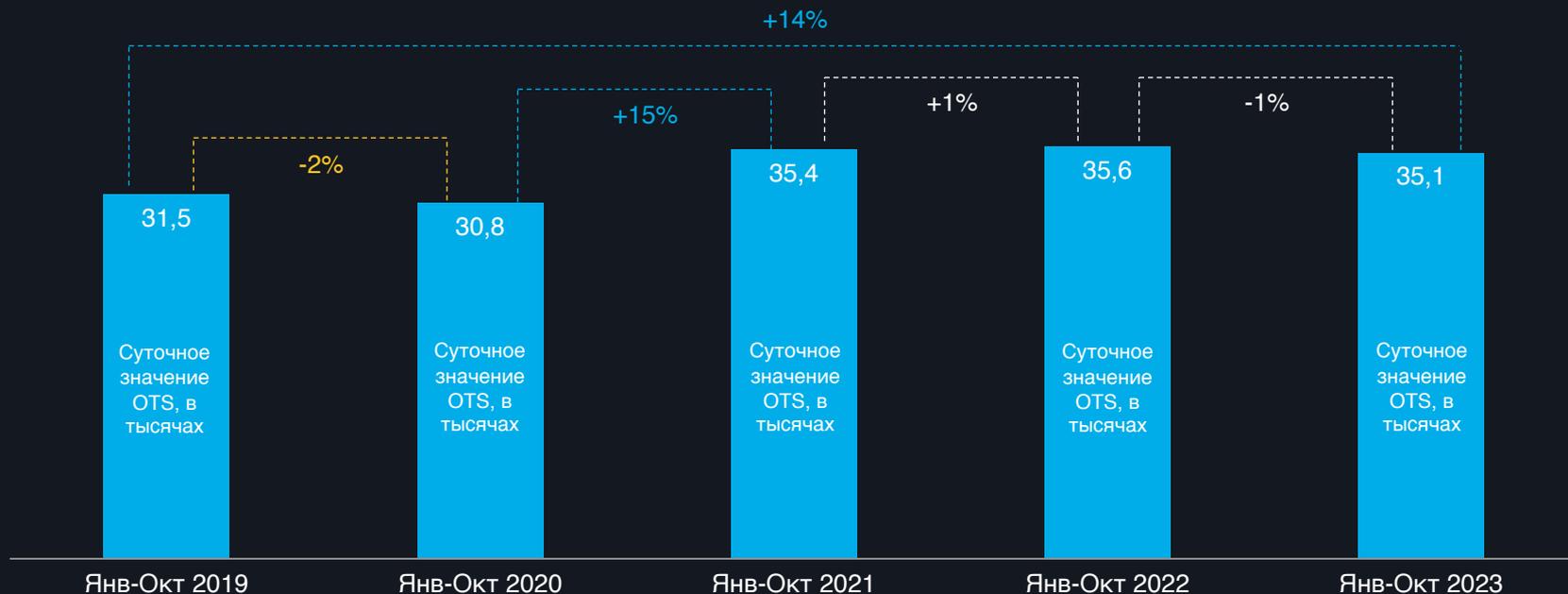
Оценка Admetrix: 50 городов России, только стандартные форматы (3x6, ситиборды, суперсайты, сити-формат, пиллары), январь-октябрь 2019-2023, с учетом НДС
Без учета остановок МосГорТранса, медиафасадов, крышных конструкций и прочих нестандартных форматов
Наружная реклама (не включает индор и транзитную рекламу)

ОБЪЕМ И ДИНАМИКА ЗАТРАТ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ: СЕКТОР DIGITAL ПРИБАВИЛ 61% В 2023 ГОДУ

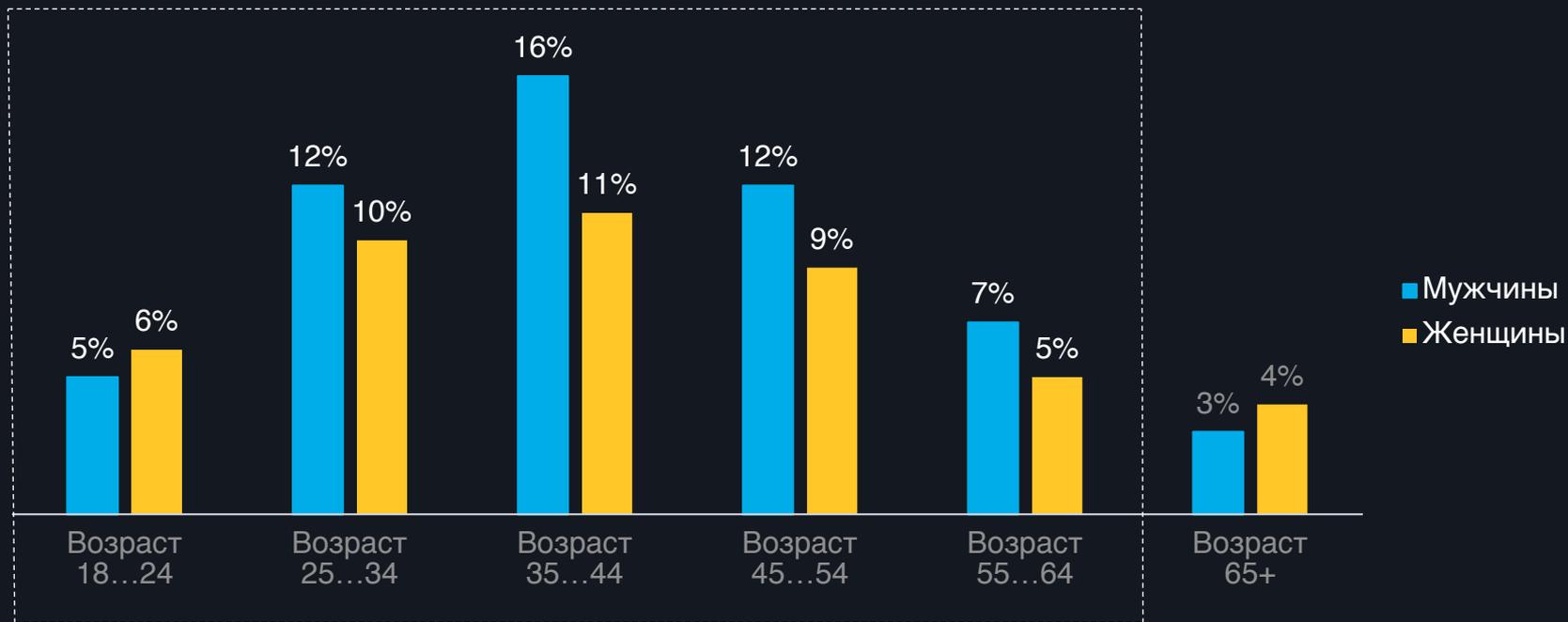


Оценка Admetrix: 50 городов России, только стандартные форматы (3x6, ситиборды, суперсайты, сити-формат, пиллары), январь-октябрь 2019-2023, с учетом НДС
Без учета остановок МосГорТранса, медиафасадов, крышных конструкций и прочих нестандартных форматов
Наружная реклама (не включает индор и транзитную рекламу)

ДИНАМИКА ОБЪЕМОВ АУДИТОРИИ: ЗНАЧЕНИЕ OTS СТАБИЛЬНО ПОСЛЕДНИЕ ДВА ГОДА

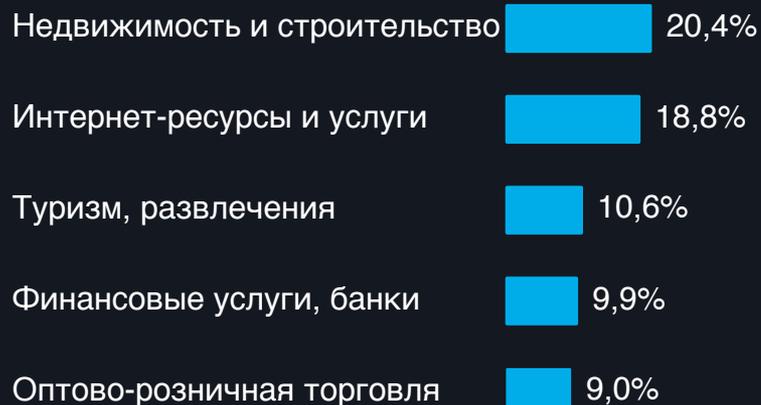


ПОРТРЕТ АУДИТОРИИ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ: 93% СОСТАВЛЯЮТ МУЖЧИНЫ И ЖЕНЩИНЫ В ВОЗРАСТЕ 18-64

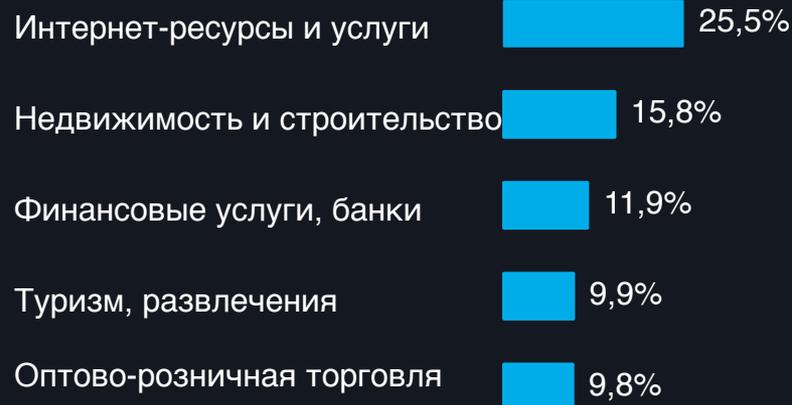


ТОП-5 ТОВАРНЫХ КАТЕГОРИЙ ПО ДОЛЕ ЗАТРАТ ЯНВАРЬ-ОКТАБРЬ 2023

От всех затрат на наружную рекламу
% затрат



От всех затрат на цифровую наружную рекламу
% затрат



ТОП-10 РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ ПО ДОЛЕ ЗАТРАТ

ЯНВАРЬ-ОКТЯБРЬ 2023

От всех затрат на наружную рекламу
% затрат

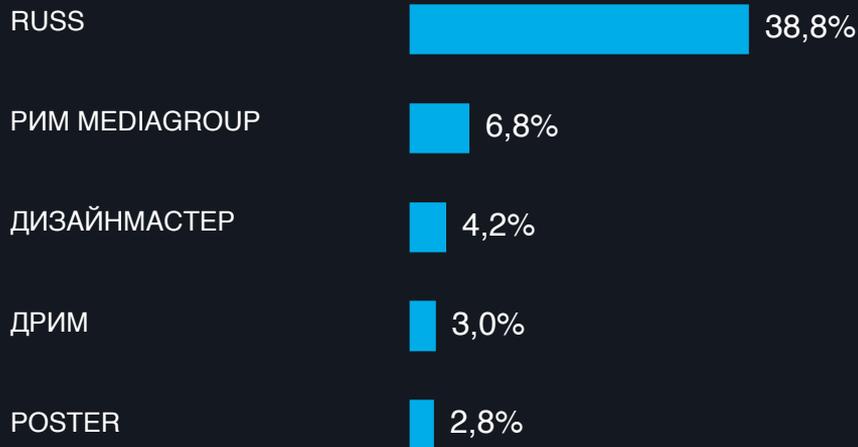


От всех затрат на цифровую наружную рекламу
% затрат



КРУПНЕЙШИЕ ВЛАДЕЛЬЦЫ РЕКЛАМНЫХ ПОВЕРХНОСТЕЙ: ТОП-5 ОПЕРАТОРОВ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

Доля операторов
% от всех рекламных поверхностей



55,6%

рекламных поверхностей
приходится на топ-5
операторов наружной рекламы

ГЛАВНОЕ

- В 2023 году рекламодатели существенно увеличили затраты на наружную рекламу
- Количество рекламных конструкций сокращается, объем рекламного инвентаря при этом растет за счет цифровых конструкций, коммерческая загрузка (продажи) увеличивается
- Драйвером рынка являются цифровые рекламносители, доля затрат рекламодателей на цифровые конструкции составила 54% в 2023 году
- На цифровые конструкции рекламодатели потратили на 61% больше, чем в прошлом году
- Объемы аудитории наружной рекламы не меняются в течение последних двух лет
- 93% аудитории наружной рекламы – мужчины и женщины в возрасте 25-64 года
- Крупнейшей категорией рекламодателей в наружной рекламе является «Недвижимость и строительство», в цифровом сегменте - «Интернет-ресурсы и услуги»
- Крупнейший рекламодатель по объему затрат в наружной рекламе - «Яндекс»
- На топ-5 операторов наружной рекламы приходится 56% рекламных поверхностей





СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

