

**H:P:A**

# **Конвергентный экран: стратегии развития и синергии в STV**

**Марина Карацева**

Тренд-вотчер, аналитик R&D НРА

# Рынок СТВ: итоги и перспективы

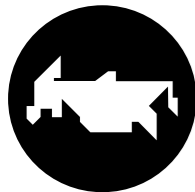
## Объём рынка РФ 2025

15–20 млрд руб. (по разным оценкам)

**+30% доля брендов, использующих Smart TV** для рекламных кампаний  
январь – май 2026/2025<sup>1</sup>

## Smart TV в РФ 2025

60,6 млн активных устройств (70% парка)<sup>2</sup>



## Доля СТВ в общем ТВ-бюджете

**3,5–5,5%**

Россия

**~38%**

США<sup>3</sup>

В 2028 году рекламные расходы на СТВ в США впервые превысят доходы линейного ТВ (\$46 млрд)<sup>4</sup>



1. Агентство Launcher  
2. J'son & Partners Consulting

3. Adwave  
4. eMarketer

# Преимущества для рекламодателей

Динамично растущая аудитория



Более низкий порог входа по сравнению  
с линейным ТВ — возможность для МСБ



Возможность глубокого таргетинга



Возможность отслеживания конверсий



# Ключевые вызовы рынка

Высокая фрагментация



Отсутствие единых стандартов  
измерения и размещения

Фрод



Отсутствие понятных инструментов таргетирования



Сложности с измерением эффективности



# Connected TV НРА



**Продукт запущен в 2024 году** — инновационное решение, которое позволяет бесшовно пересобрать рекламный блок под конечное устройство пользователя в IPTV-среде.

**Ближайший шаг** — расширение продукта и добавление тематических каналов.

---

**Стратегия 2027** — запуск ещё более интересных продуктов для решения проблемы конвергентности и измерений цифровых таргетируемых кампаний (совместно с Mediascope)

---



**H:P:A**