



■ Н | М | Г |

КОНТЕНТ – КОРОЛЬ

ТВОРЦЫ

VS

РЕКЛАМО-
ДАТЕЛИ

ЭВОЛЮЦИЯ РЕКЛАМЫ

КАК МЕНЯЕТСЯ ВОСПРИЯТИЕ КОНТЕНТА

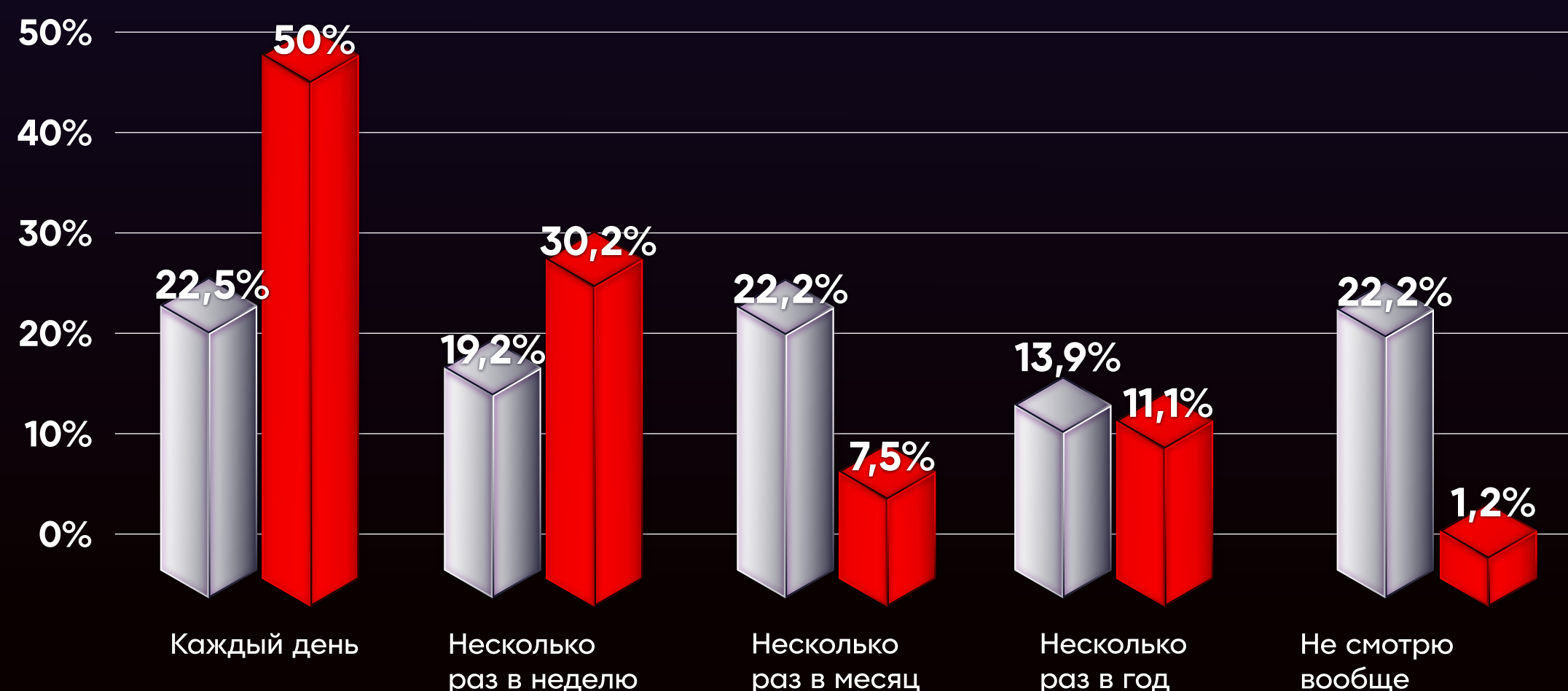
Как часто вы смотрите контент?

На ежедневной основе творцы и рекламодатели смотрят ТВ примерно одинаково, при этом творцы в два раза больше смотрят онлайн-кинотеатры

ТВОРЦЫ

Ежедневно смотрят:

- ТВ – более 20% творцов
- Онлайн-кинотеатры – 50% творцов



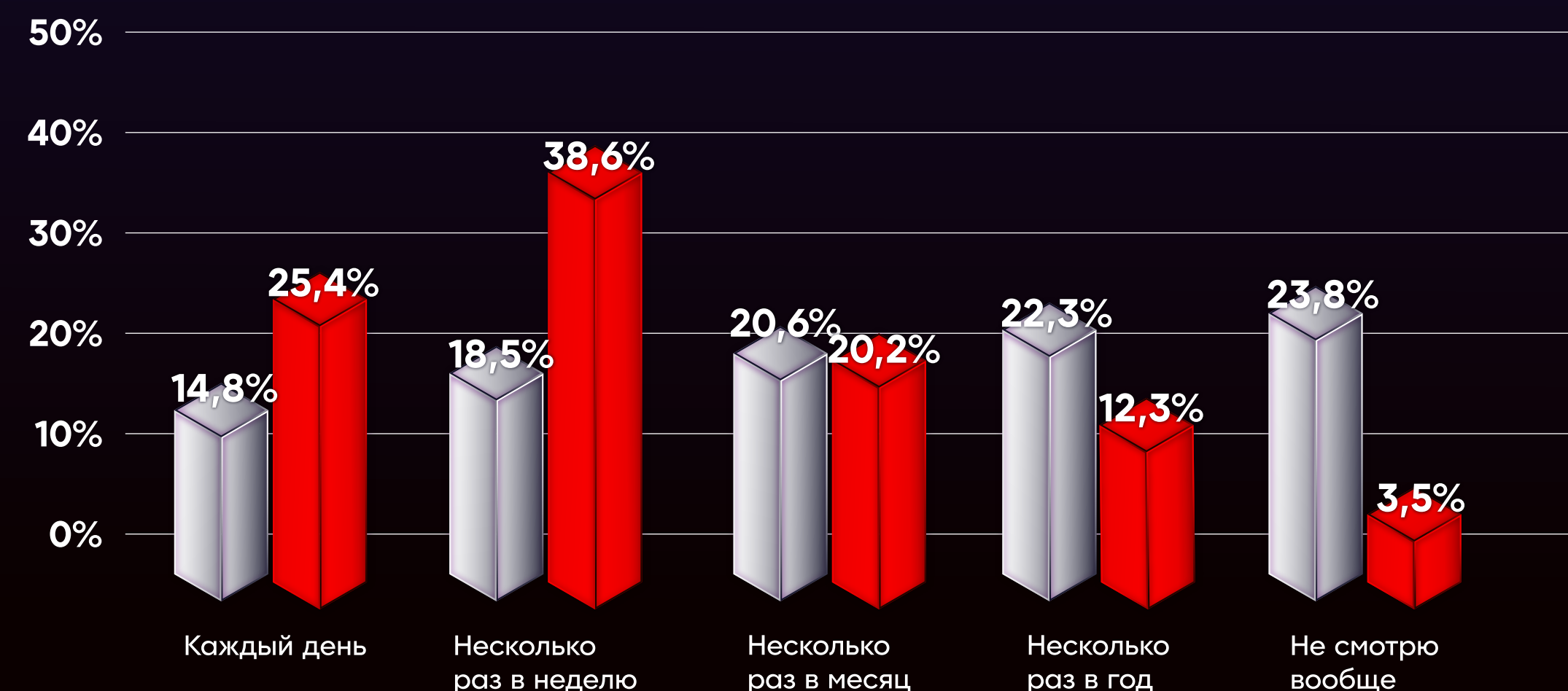
Один вариант ответа по каждому пункту

Со стороны творцов: На основе опроса представителей продакшенов. Выборка – 81 человек. Время проведения опроса – сентябрь 2025 г.

РЕКЛАМОДАТЕЛИ

Ежедневно смотрят:

- ТВ – около 15% рекламодателей
- Онлайн-кинотеатры – более 25% рекламодателей



Со стороны рекламодателей: На основе опроса представителей рекламных агентств и компаний-рекламодателей. Выборка – 114 человек. Время опроса – сентябрь 2025 г.

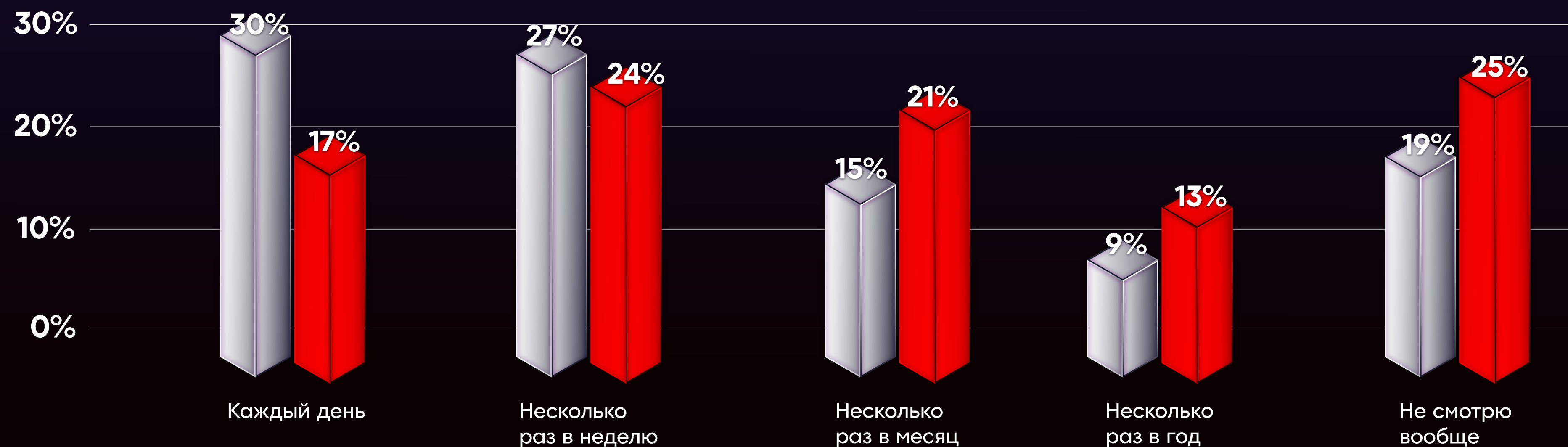
Как часто вы смотрите контент?

На ежедневной основе обычные люди смотрят ТВ почти в два раза больше, чем творцы и рекламодатели, а онлайн-платформы – значительно меньше

РОССИЯНЕ

Ежедневно смотрят:

- ТВ – 30% россиян
- Онлайн-кинотеатры – более 15% россиян



Один вариант ответа по каждому пункту

Всероссийский панельный онлайн-опрос россиян в возрасте от 18 лет. Проведен ЦСП «Платформа». Выборка объемом в 1200 респондентов, квотированная по социально-демографическим параметрам, типу населенного пункта и федеральным округам. Время проведения опроса – сентябрь 2025 г.

■ По телевидению

■ В онлайн-кинотеатрах, на стриминговых платформах

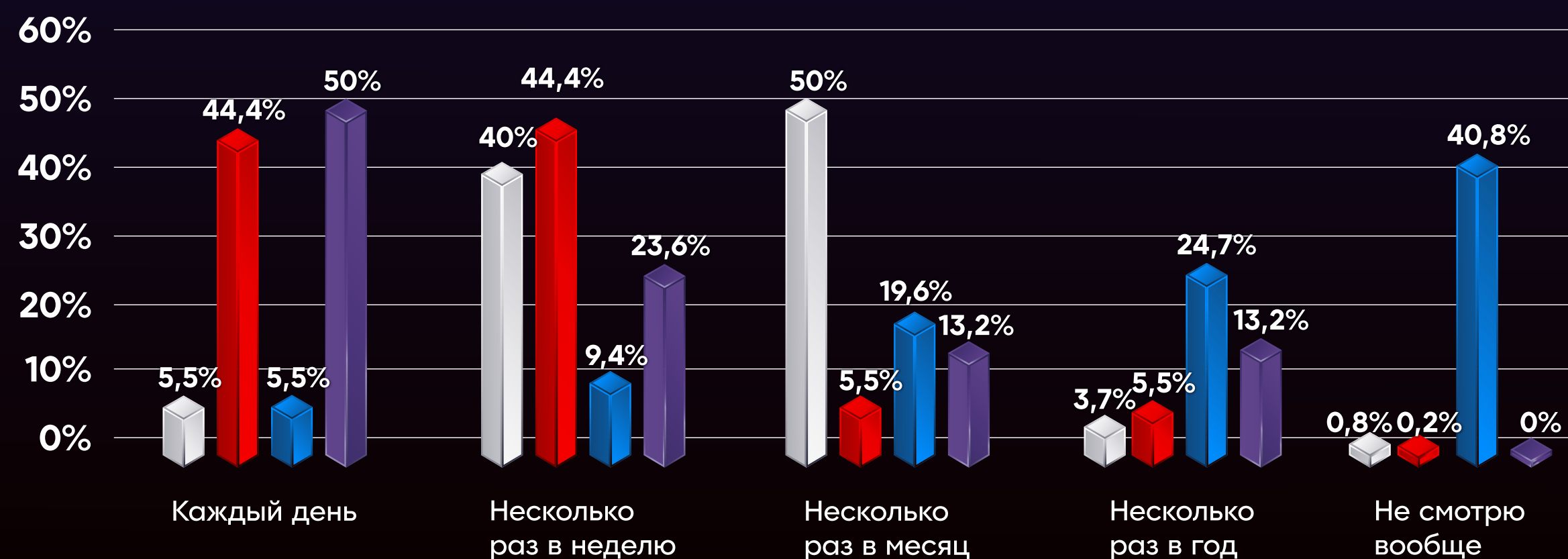
Как часто вы смотрите?

Очень небольшая часть творцов и рекламодателей каждый день смотрит фильмы, но почти половина творцов успевает посмотреть сериалы

ТВОРЦЫ

Ежедневно смотрят:

- Фильмы – 5% творцов
- Сериалы – 44% творцов



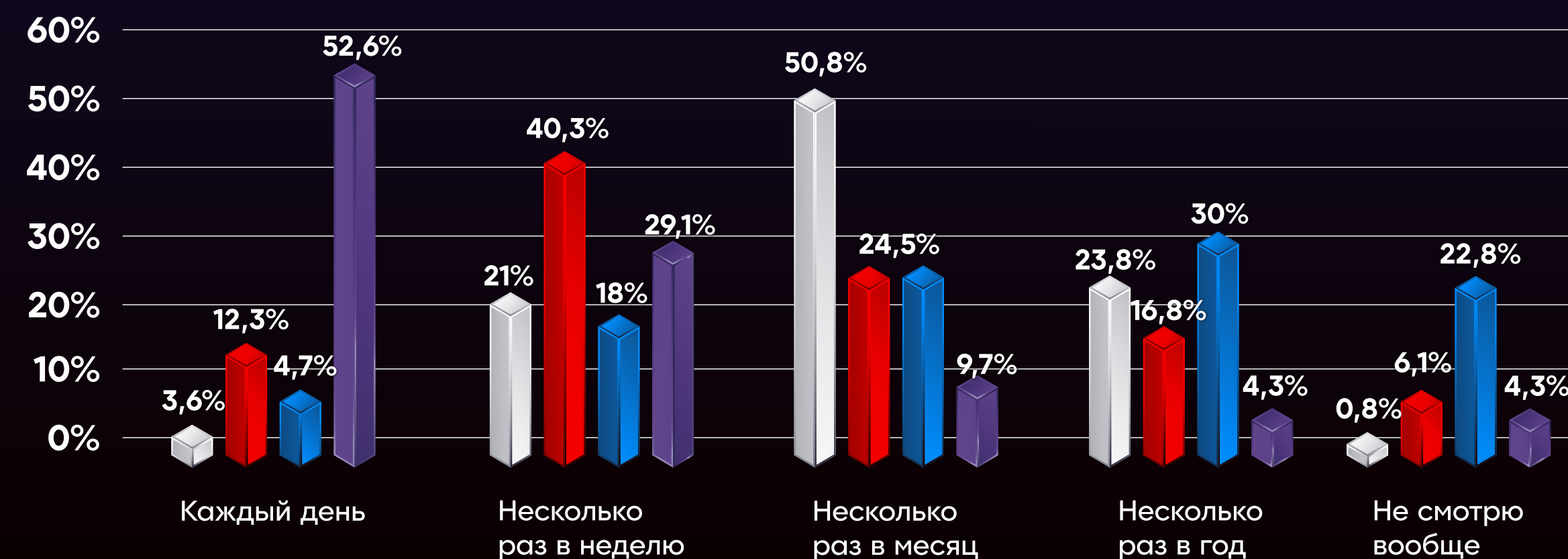
Один вариант ответа по каждому пункту

Со стороны творцов: На основе опроса представителей продакшенов. Выборка – 81 человек. Время проведения опроса – сентябрь 2025 г.

РЕКЛАМОДАТЕЛИ

Ежедневно смотрят:

- Фильмы – менее 5% рекламодателей
- Сериалы – 12% рекламодателей



Со стороны рекламодателей: На основе опроса представителей рекламных агентств и компаний-рекламодателей. Выборка – 114 человек. Время опроса – сентябрь 2025 г.

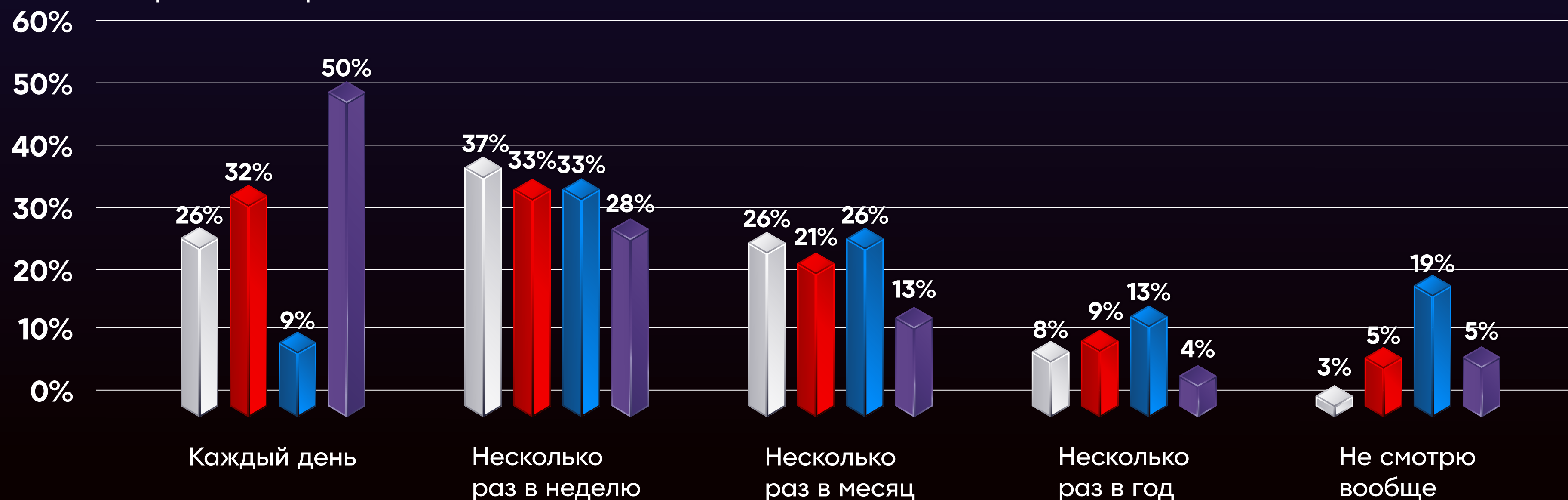
Как часто вы смотрите?

Среди обычных людей в шесть раз больше тех, кто смотрит фильмы ежедневно, по сравнению с творцами и рекламодателями

РОССИЯНЕ

Ежедневно смотрят:

- Фильмы – 26% россиян
- Сериалы – 32% россиян



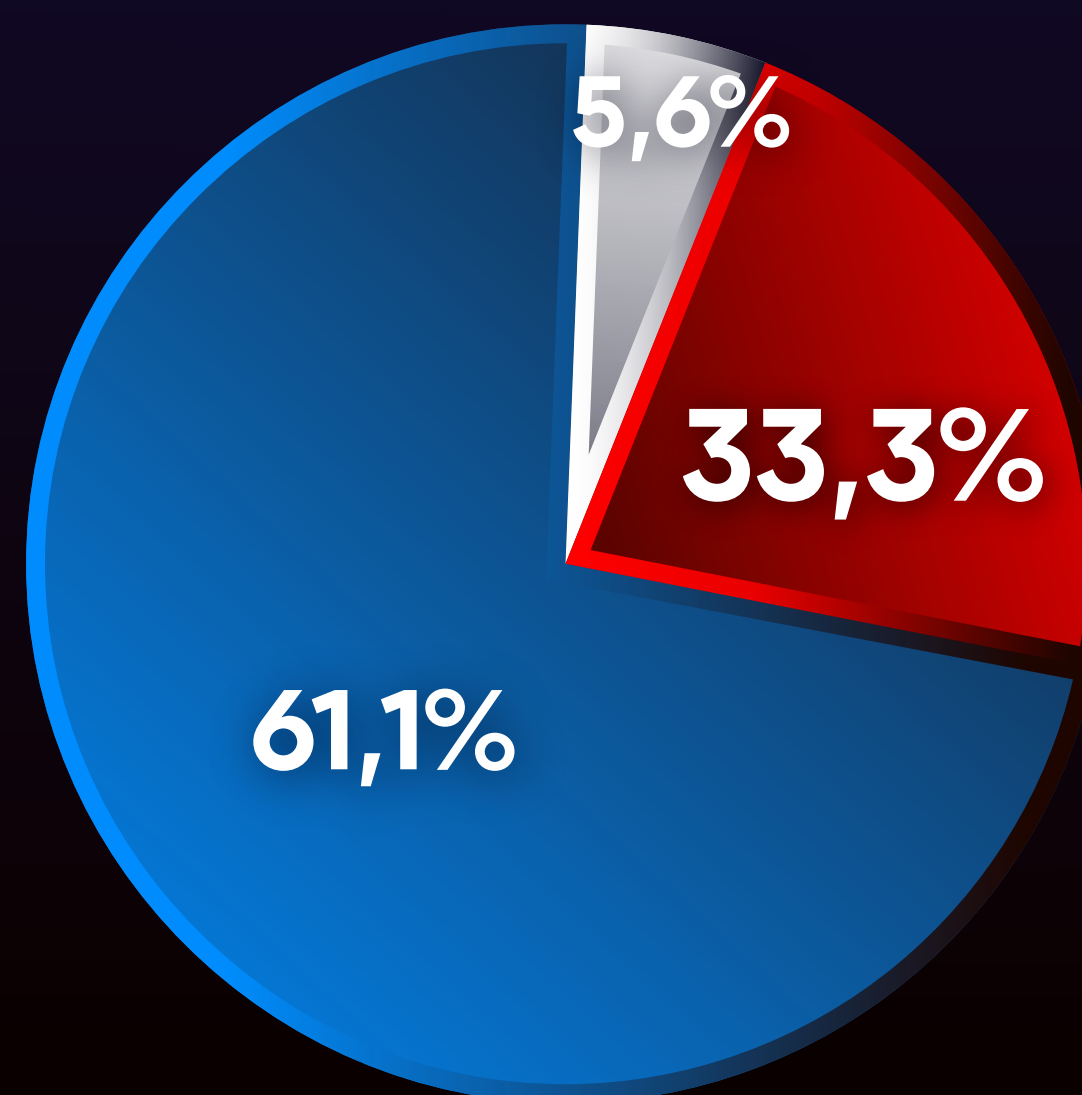
Один вариант ответа по каждому пункту

Всероссийский панельный онлайн-опрос россиян в возрасте от 18 лет. Проведен ЦСП «Платформа». Выборка объемом в 1200 респондентов, квотированная по социально-демографическим параметрам, типу населенного пункта и федеральным округам. Время проведения опроса – сентябрь 2025 г.

Как вы обычно поступаете с рекламой при просмотре фильмов, сериалов, телешоу?

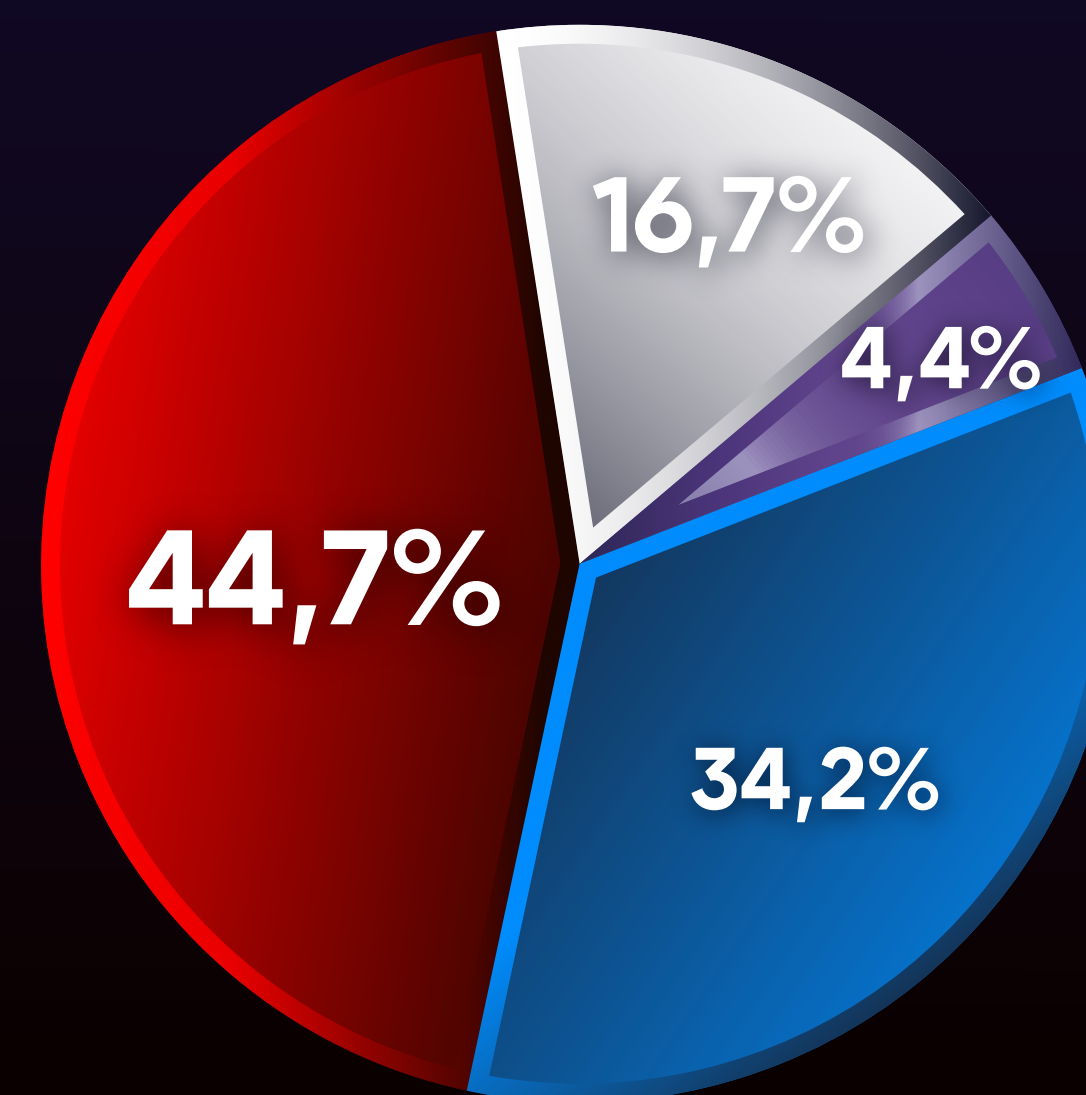
Рекламодатели более склонны смотреть рекламу, чем творцы

ТВОРЦЫ



- Более 5% творцов всегда смотрят рекламу полностью
- Треть творцов готова досмотреть рекламу, если она их зацепила

РЕКЛАМОДАТЕЛИ



- ~17% рекламодателей всегда просматривают рекламу до конца
- ~45% рекламодателей готовы досмотреть рекламу, если она их зацепила

Один ответ

Со стороны творцов: На основе опроса представителей продакшенов. Выборка – 81 человек. Время проведения опроса – сентябрь 2025 г.

Со стороны рекламодателей: На основе опроса представителей рекламных агентств и компаний-рекламодателей. Выборка – 114 человек. Время опроса – сентябрь 2025 г.

■ Всегда просматриваю полностью

■ Могу посмотреть, если реклама зацепила с первых секунд

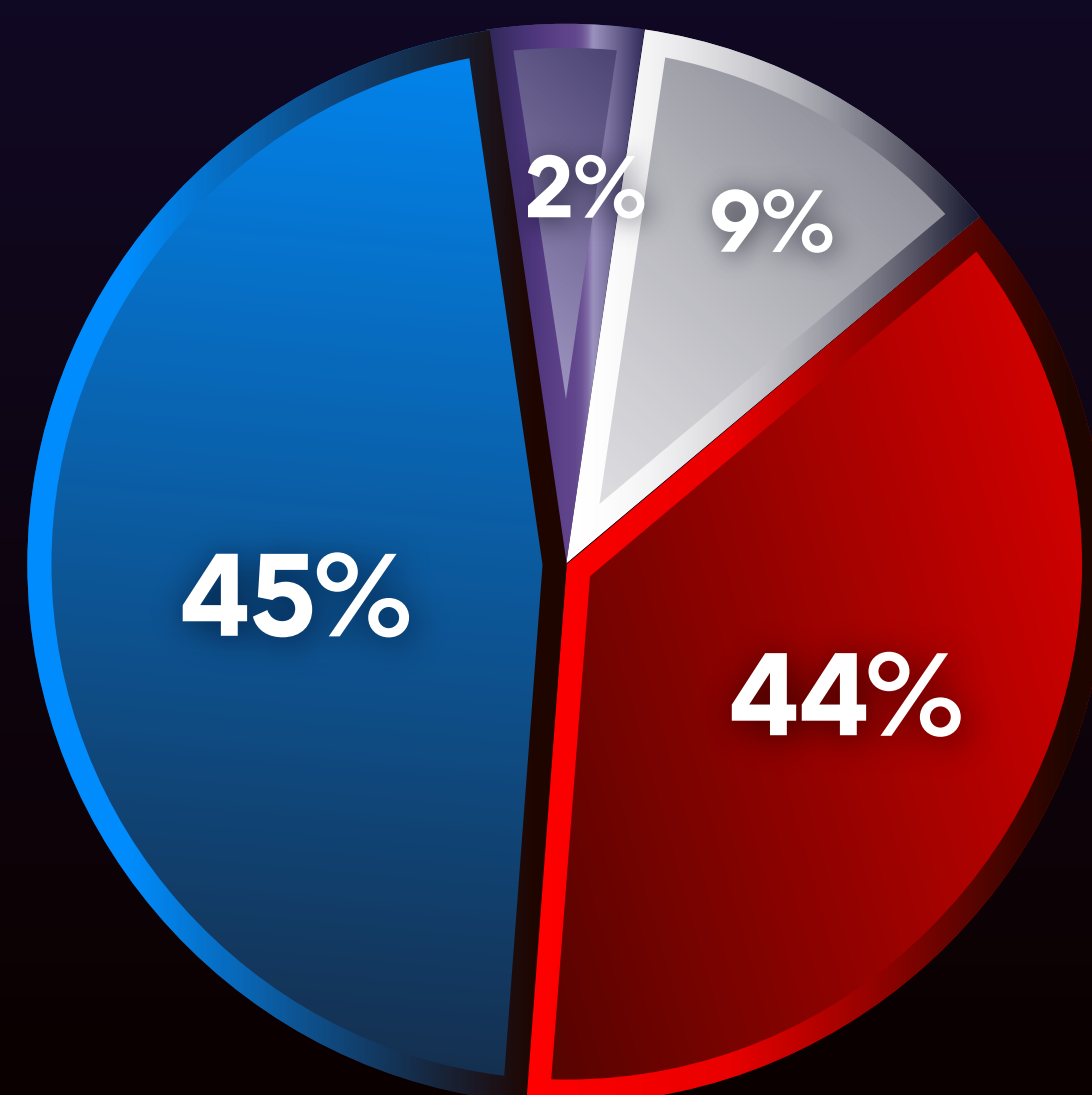
■ Всегда стараюсь пропустить: проматываю вручную, выключаю звук и т.д.

■ Затрудняюсь ответить

Как вы обычно поступаете с рекламой при просмотре фильмов, сериалов, телешоу?

Обычные люди в плане потребления рекламы ближе к рекламодателям, чем к творцам

РОССИЯНЕ



- 9% россиян просматривают рекламу полностью
- 44% россиян готовы досмотреть рекламу, если она зацепила

Один ответ

Всероссийский панельный онлайн-опрос россиян в возрасте от 18 лет. Проведен ЦСП «Платформа». Выборка объемом в 1200 респондентов, квотированная по социально-демографическим параметрам, типу населенного пункта и федеральным округам. Время проведения опроса – сентябрь 2025 г.

■ Всегда просматриваю полностью

■ Могу посмотреть, если реклама зацепила с первых секунд

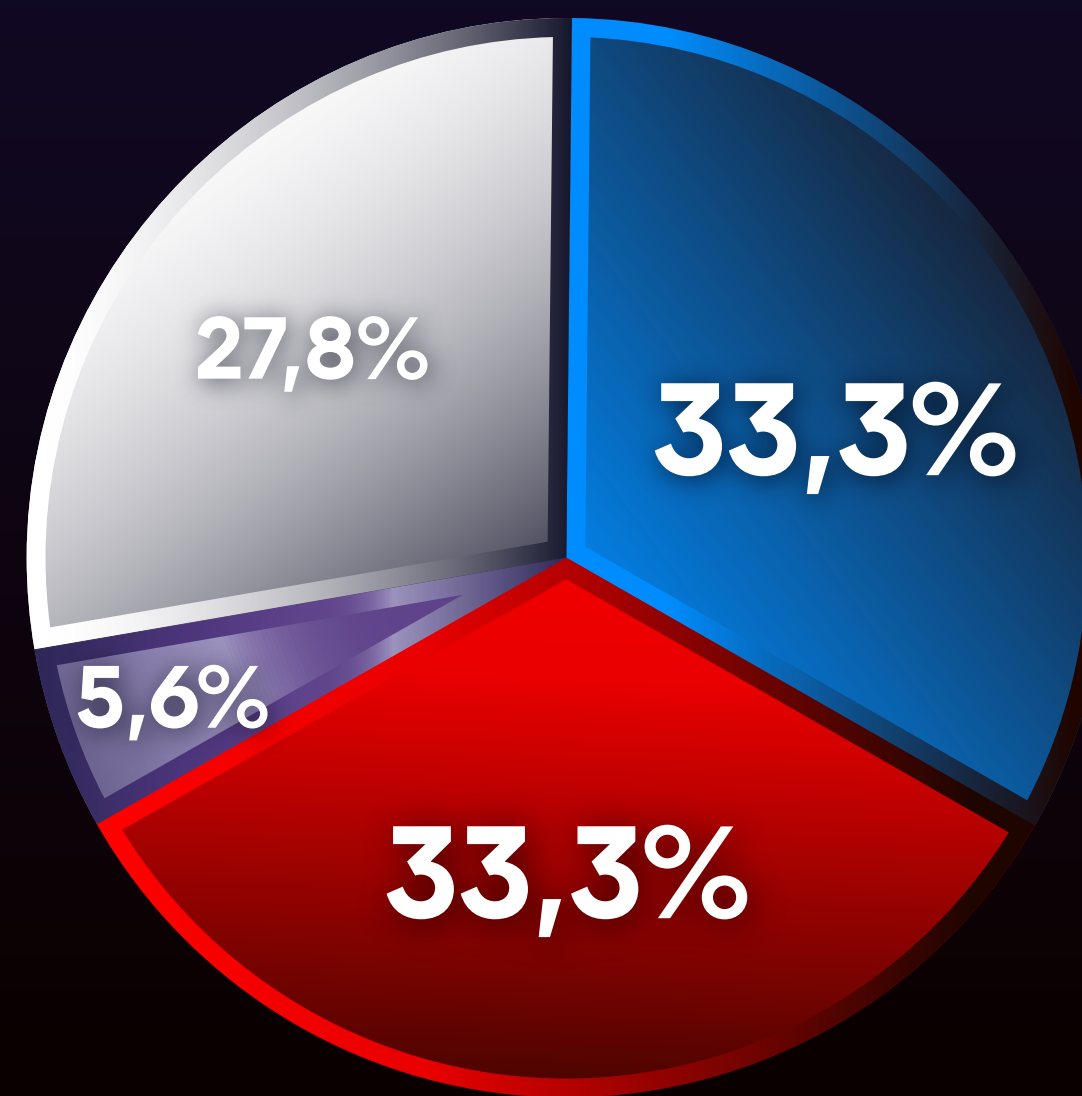
■ Всегда стараюсь пропустить: проматываю вручную, выключаю звук и т.д.

■ Затрудняюсь ответить

По вашей оценке, как влияют рекламные интеграции на художественную ценность фильмов и сериалов?

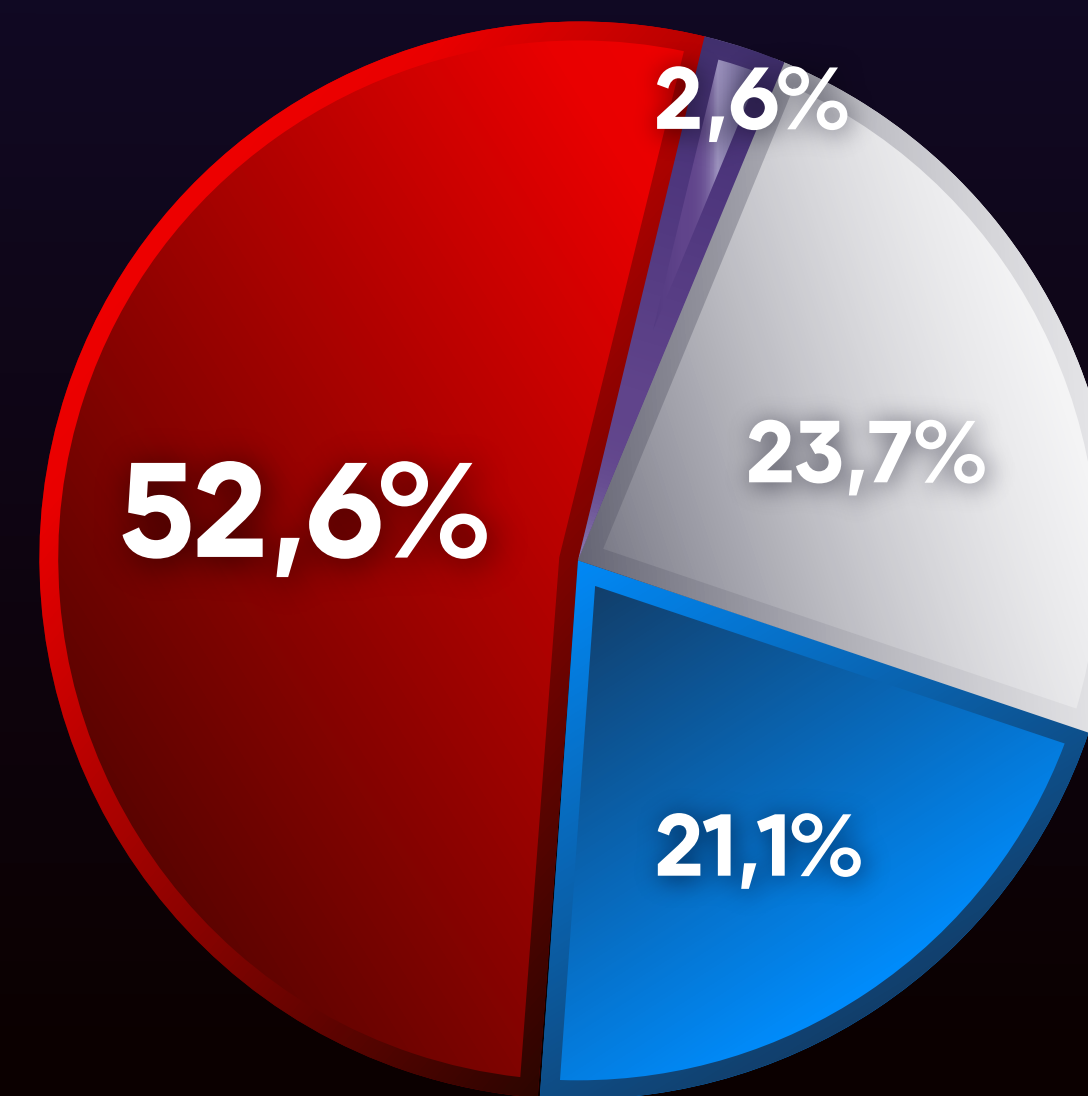
Среди рекламодателей большее количество людей считает, что реклама не влияет на художественную ценность фильмов и сериалов. Среди творцов таких меньше в полтора раза

ТВОРЦЫ



- 33,3% творцов считают, что реклама не влияет на художественную ценность фильмов и сериалов

РЕКЛАМОДАТЕЛИ



- Более 23% рекламодателей считают, что реклама усиливает художественную ценность фильмов и сериалов
- Более 52% рекламодателей считают, что реклама не влияет на художественную ценность фильмов и сериалов

Один ответ

Со стороны творцов: На основе опроса представителей продакшенов. Выборка – 81 человек. Время проведения опроса – сентябрь 2025 г.

Со стороны рекламодателей: На основе опроса представителей рекламных агентств и компаний-рекламодателей. Выборка – 114 человек. Время опроса – сентябрь 2025 г.

■ Усиливают ее, если сделана уместно и ненавязчиво

■ Никак не влияют на художественную ценность

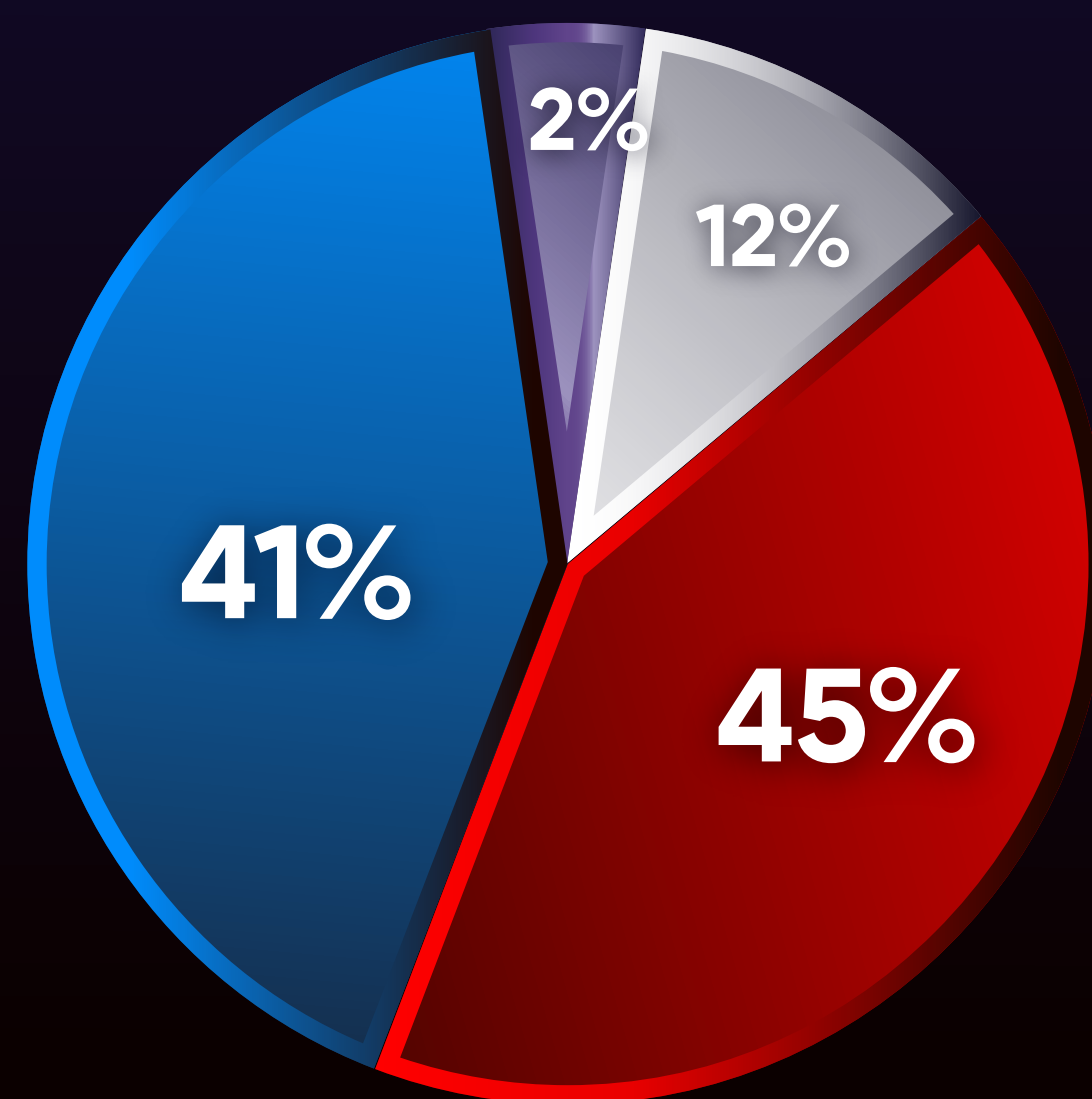
■ Ухудшают ее – рушат атмосферу, портят впечатление

■ Затрудняюсь ответить

По вашей оценке, как влияют рекламные интеграции на художественную ценность фильмов и сериалов?

Почти половина обычных людей считает, что реклама не влияет на художественную ценность фильмов и сериалов. В этом они близки с рекламодателями

РОССИЯНЕ



● 45% россиян считают, что реклама не влияет на художественную ценность фильмов и сериалов

Один ответ

Всероссийский панельный онлайн-опрос россиян в возрасте от 18 лет. Проведен ЦСП «Платформа». Выборка объемом в 1200 респондентов, квотированная по социально-демографическим параметрам, типу населенного пункта и федеральным округам. Время проведения опроса – сентябрь 2025 г.

■ Усиливают ее, если сделана уместно и ненавязчиво

■ Никак не влияют на художественную ценность

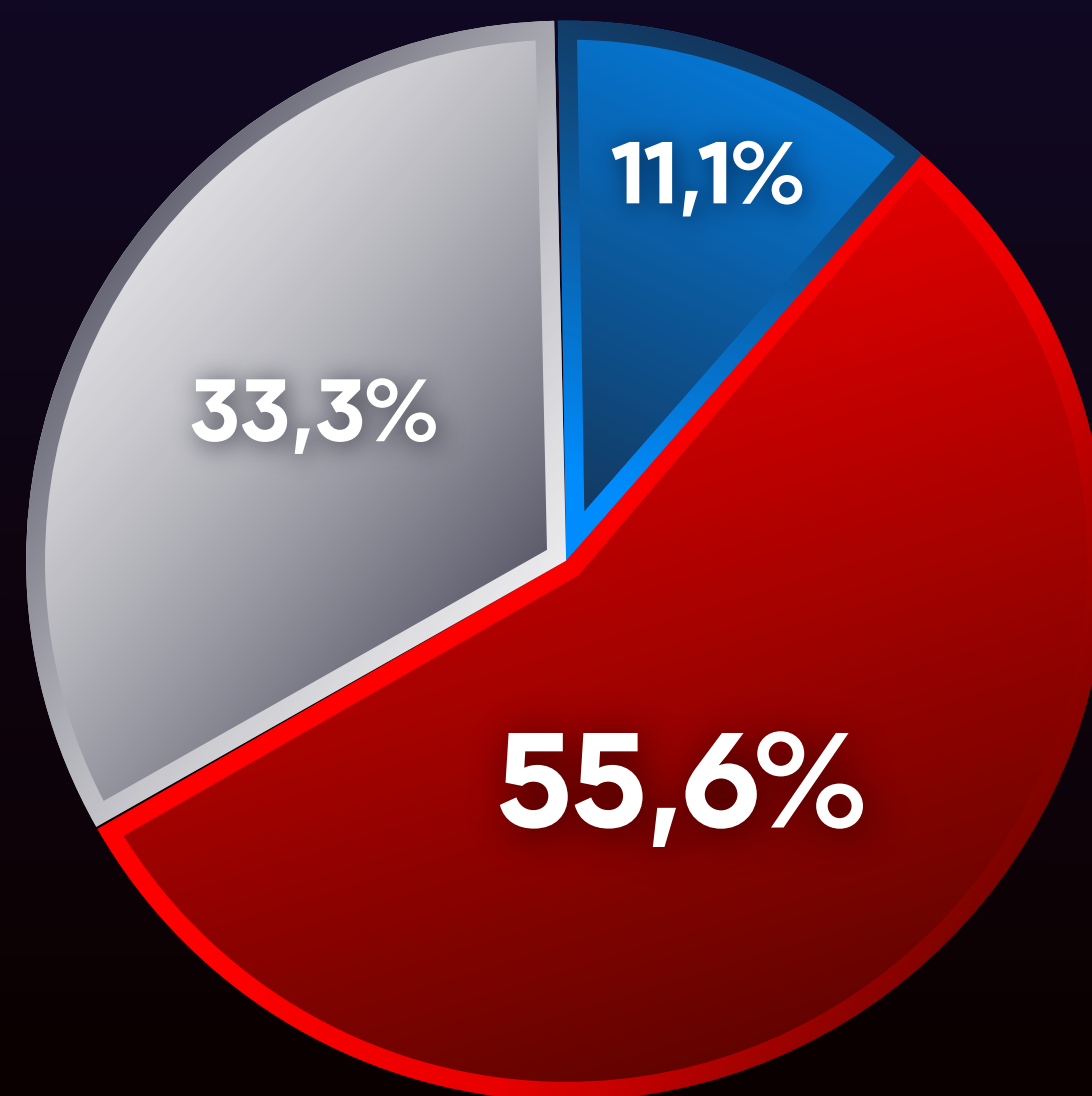
■ Ухудшают ее – рушат атмосферу, портят впечатление

■ Затрудняюсь ответить

Какая реклама может скорее вас заинтересовать?

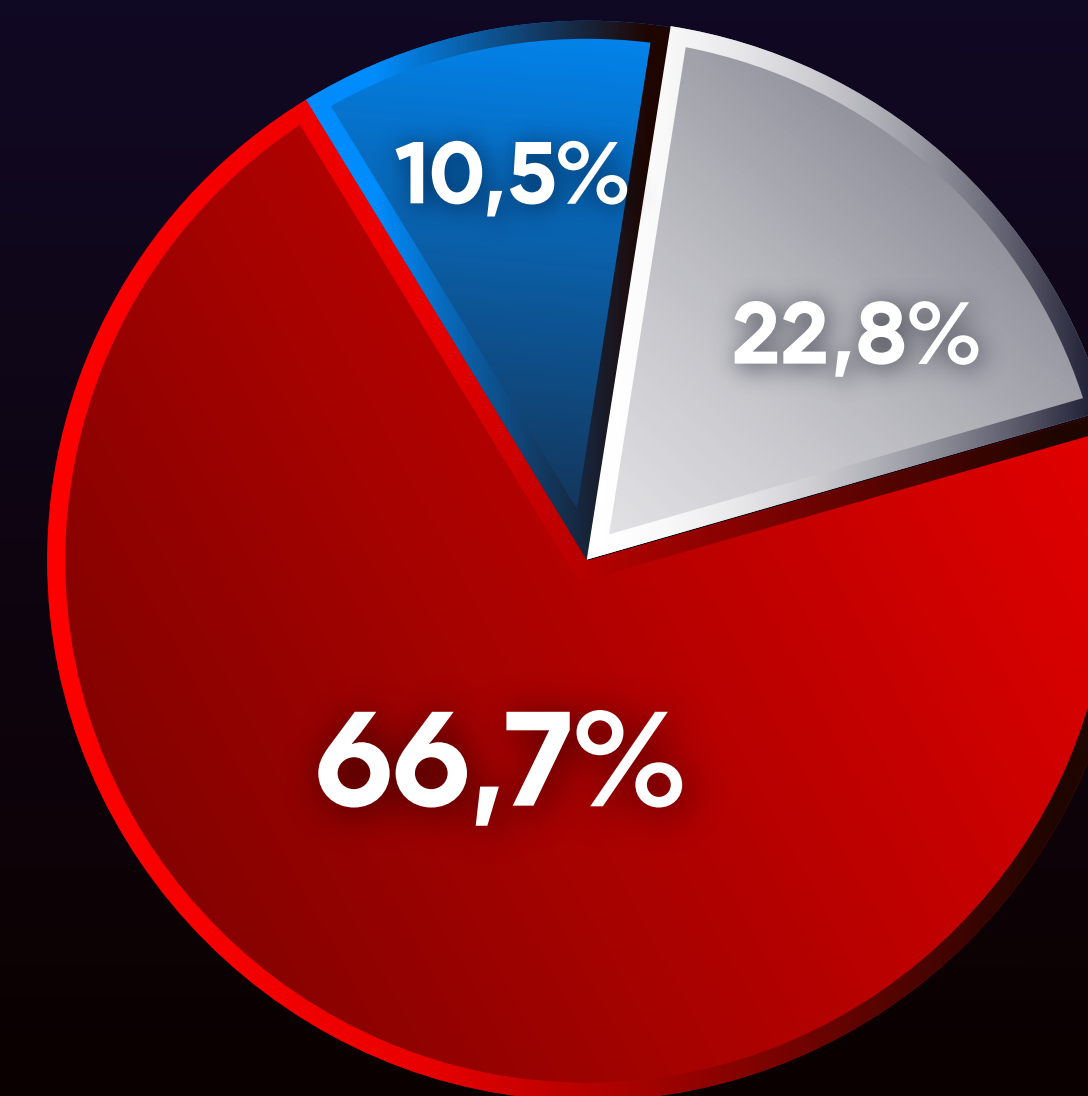
Свыше половины творцов и рекламодателей заинтересует персонализированная реклама, созданная как будто для таких, как они

ТВОРЦЫ



• ~ 56% творцов заинтересует реклама, созданная будто для таких, как они

РЕКЛАМОДАТЕЛИ



• ~67% рекламодателей заинтересует реклама, созданная будто для таких, как они

Один ответ

Со стороны творцов: На основе опроса представителей продакшенов. Выборка – 81 человек. Время проведения опроса – сентябрь 2025 г.

Со стороны рекламодателей: На основе опроса представителей рекламных агентств и компаний-рекламодателей. Выборка – 114 человек. Время опроса – сентябрь 2025 г.

■ Универсальная, одинаково понятная любой аудитории

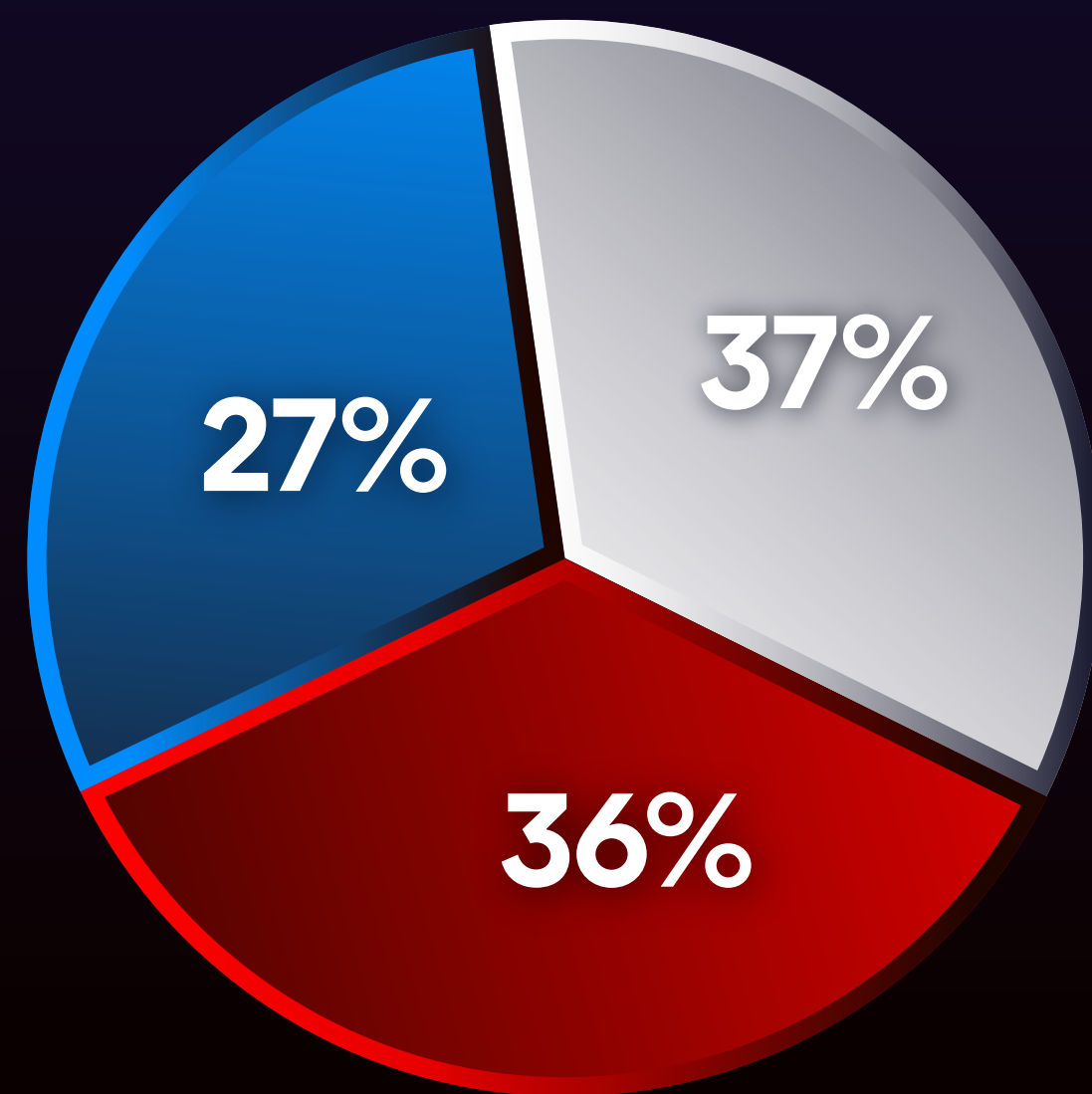
■ Созданная будто для таких, как я

■ Затрудняюсь ответить

Какая реклама может скорее вас заинтересовать?

Творцам и рекламодателям более интересна персонализированная реклама – почти в два раза выше, чем россиянам. Обычным людям более важна и универсальная понятность, и персональное узнавание

РОССИЯНЕ



- 37% россиян скорее заинтересует универсальная, одинаково понятная любой аудитории реклама

Один ответ

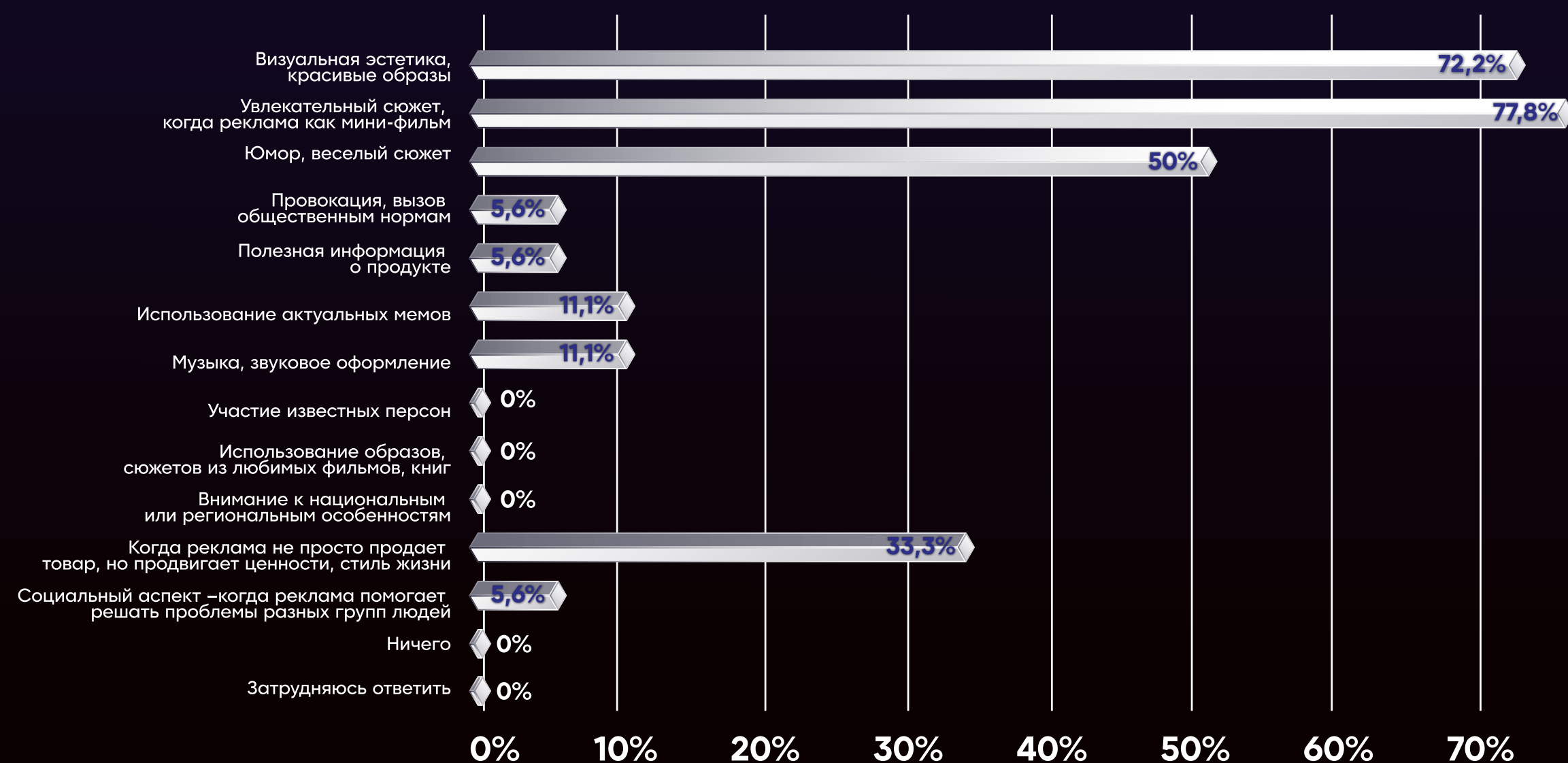
Всероссийский панельный онлайн-опрос россиян в возрасте от 18 лет. Проведен ЦСП «Платформа». Выборка объемом в 1200 респондентов, квотированная по социально-демографическим параметрам, типу населенного пункта и федеральным округам. Время проведения опроса – сентябрь 2025 г.

Какие элементы рекламы чаще привлекают ваше внимание, вызывают интерес?

И творцов, и рекламодателей в рекламе больше всего цепляет увлекательный сюжет, визуальная эстетика и юмор

ТВОРЦЫ

- Увлекательный сюжет, визуальная эстетика и юмор в рекламе больше всего привлекают творцов

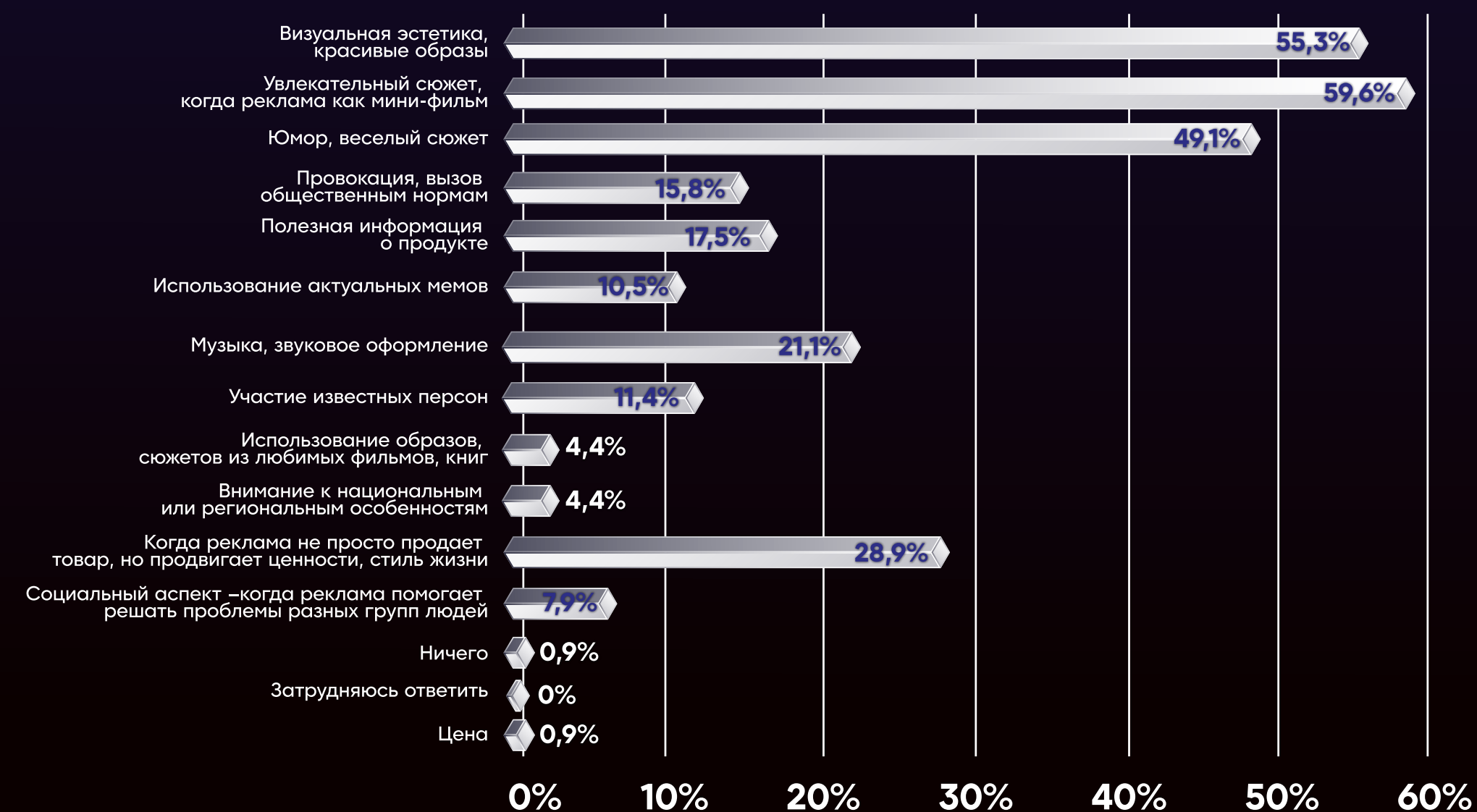


До 3-х вариантов ответа

Со стороны творцов: На основе опроса представителей продакшенов. Выборка – 81 человек. Время проведения опроса – сентябрь 2025 г.

РЕКЛАМОДАТЕЛИ

- Увлекательный сюжет, визуальная эстетика и юмор в рекламе больше всего привлекают рекламодателей



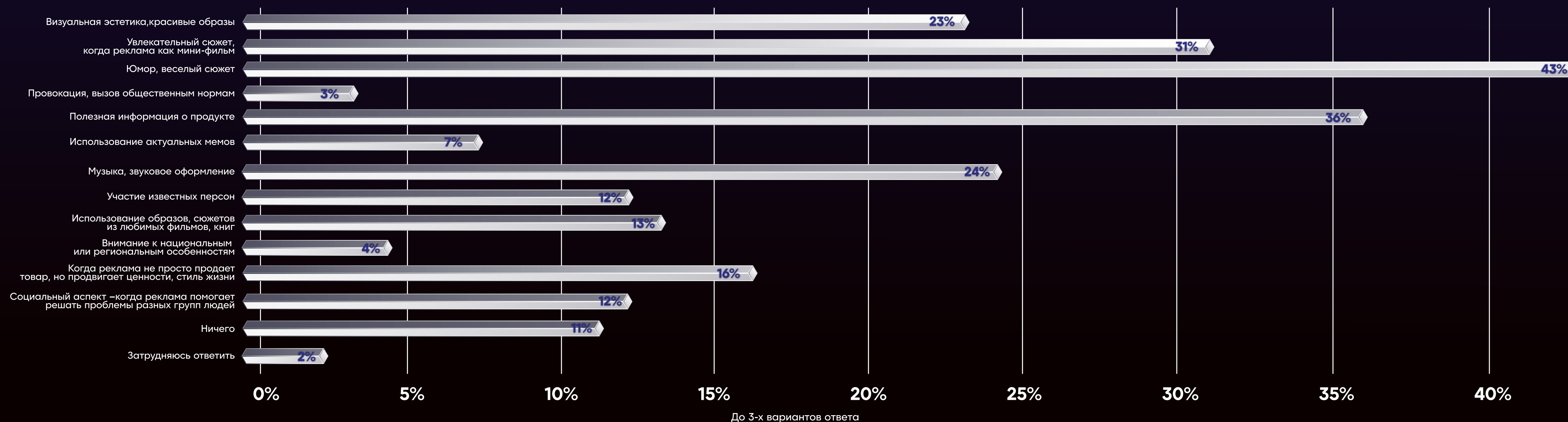
Со стороны рекламодателей: На основе опроса представителей рекламных агентств и компаний-рекламодателей. Выборка – 114 человек. Время опроса – сентябрь 2025 г.

Какие элементы рекламы чаще привлекают ваше внимание, вызывают интерес?

Обычных людей, помимо юмора и сюжета, в отличие от творцов и рекламодателей, в рекламе больше интересует полезная информация о продукте

РОССИЯНЕ

- В топ-3 факторов, привлекающих внимание россиян в рекламе, входят юмор, полезная информация, увлекательный сюжет



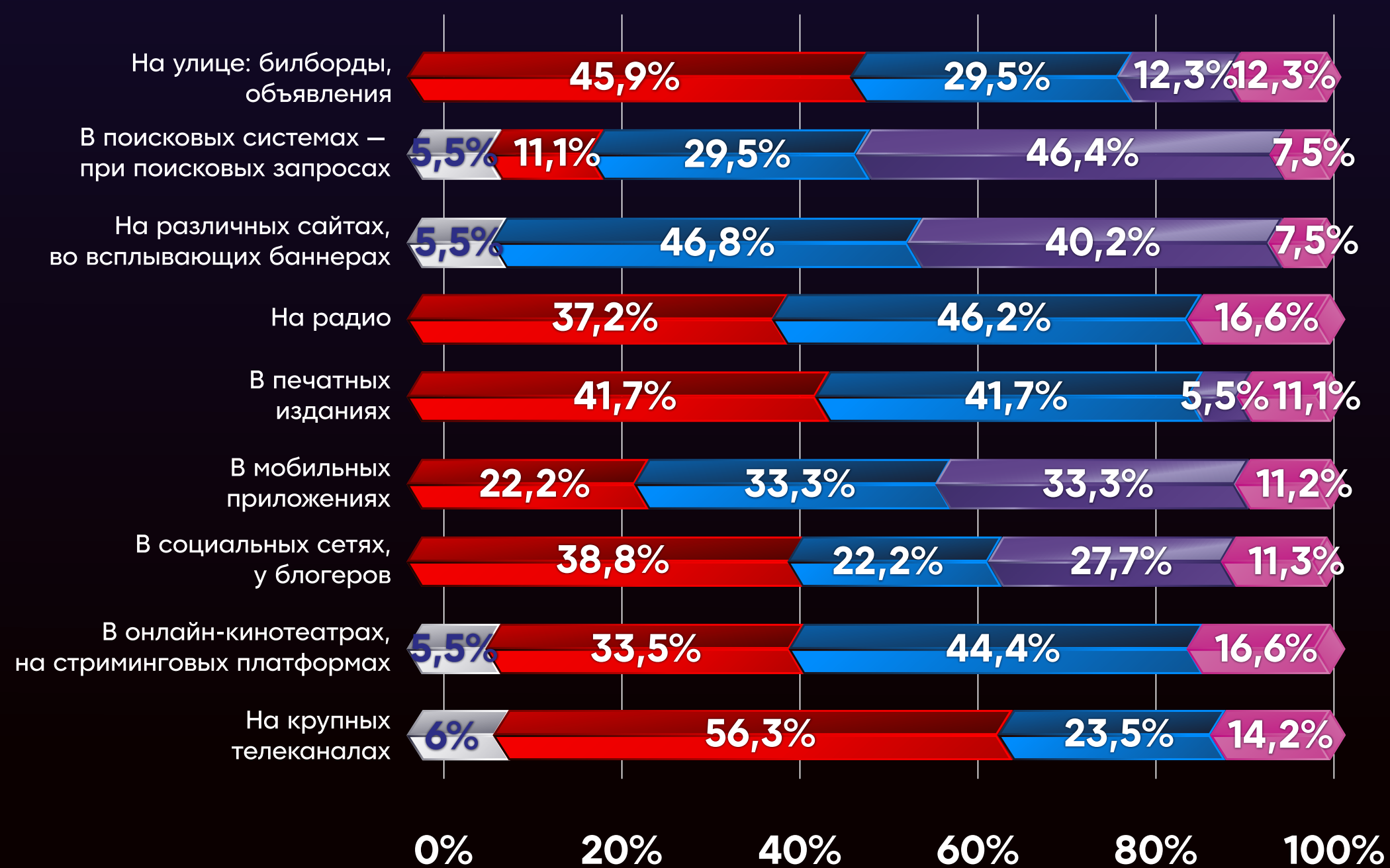
Всероссийский панельный онлайн-опрос россиян в возрасте от 18 лет. Проведен ЦСП «Платформа». Выборка объемом в 1200 респондентов, квотированная по социально-демографическим параметрам, типу населенного пункта и федеральным округам. Время проведения опроса – сентябрь 2025 г.

Доверяете ли вы рекламе, которую встречаете на следующих ресурсах? Считаете ли, что она говорит правду?

Больше всего и рекламодатели, и творцы доверяют рекламе на ТВ

ТВОРЦЫ

● Больше всего творцы доверяют рекламе на ТВ

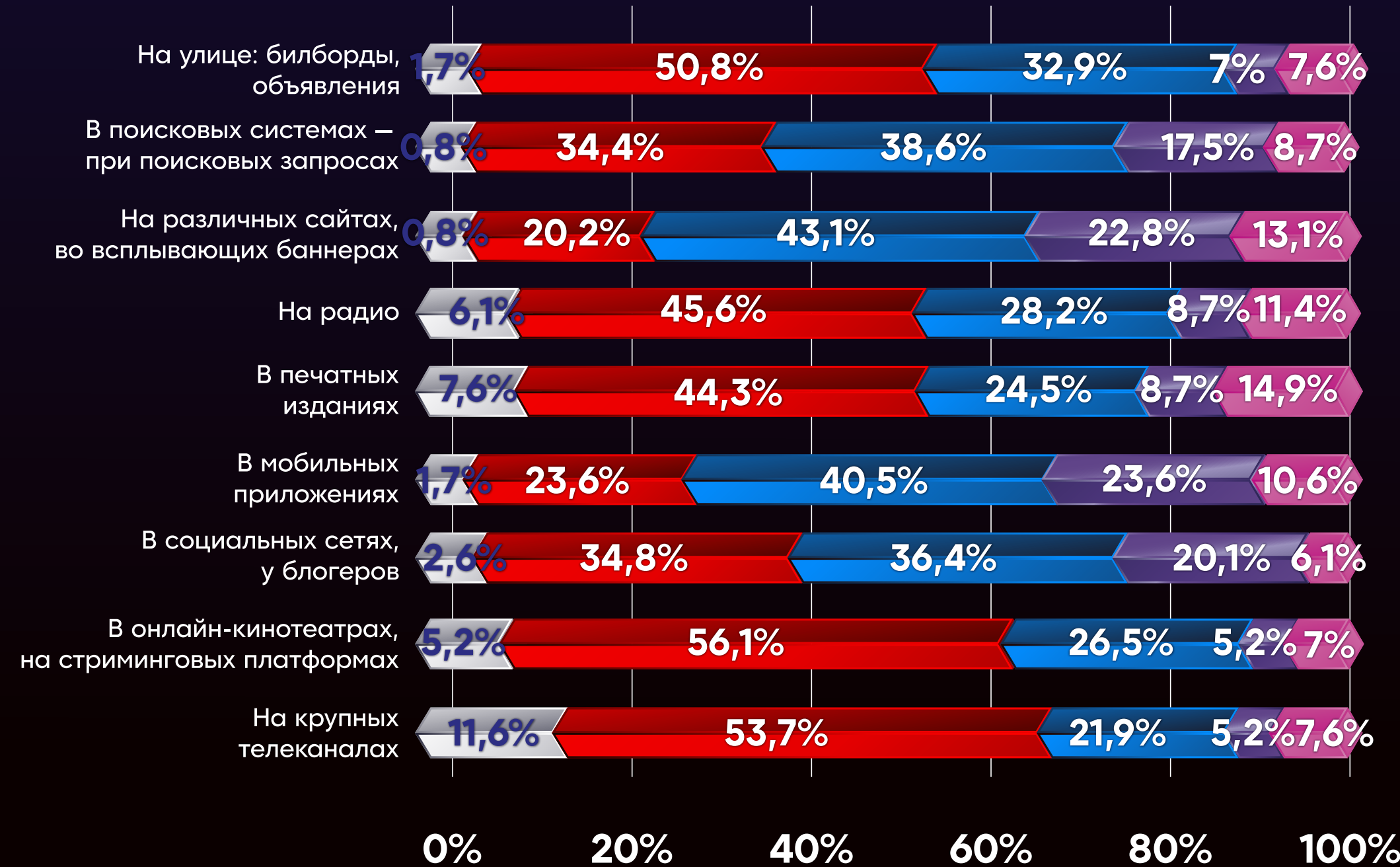


Один ответ по каждому пункту

Со стороны творцов: На основе опроса представителей продакшенов. Выборка – 81 человек. Время проведения опроса – сентябрь 2025 г.

РЕКЛАМОДАТЕЛИ

● Больше всего рекламодатели доверяют рекламе на ТВ



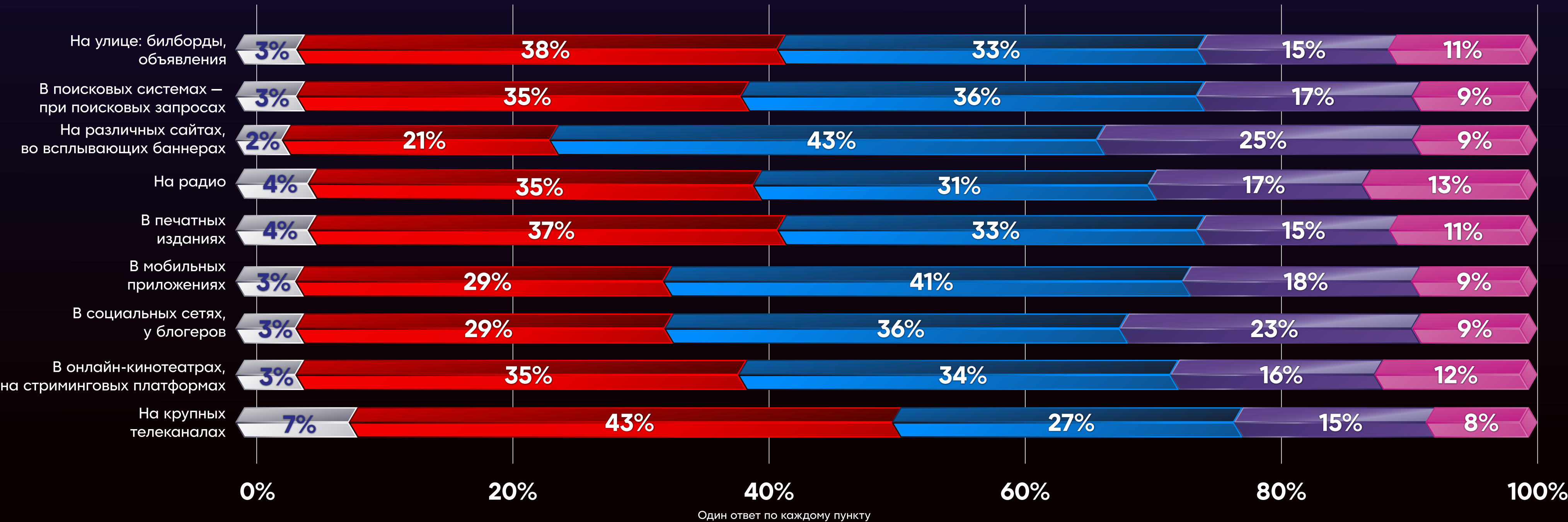
Со стороны рекламодателей: На основе опроса представителей рекламных агентств и компаний-рекламодателей. Выборка – 114 человек. Время опроса – сентябрь 2025 г.

Доверяете ли вы рекламе, которую встречаете на следующих ресурсах? Считаете ли, что она говорит правду?

Обычные люди доверяют больше всего рекламе на ТВ, в чем совпадают с рекламодателями и создателями контента

РОССИЯНЕ

● Больше всего россияне доверяют рекламе на ТВ



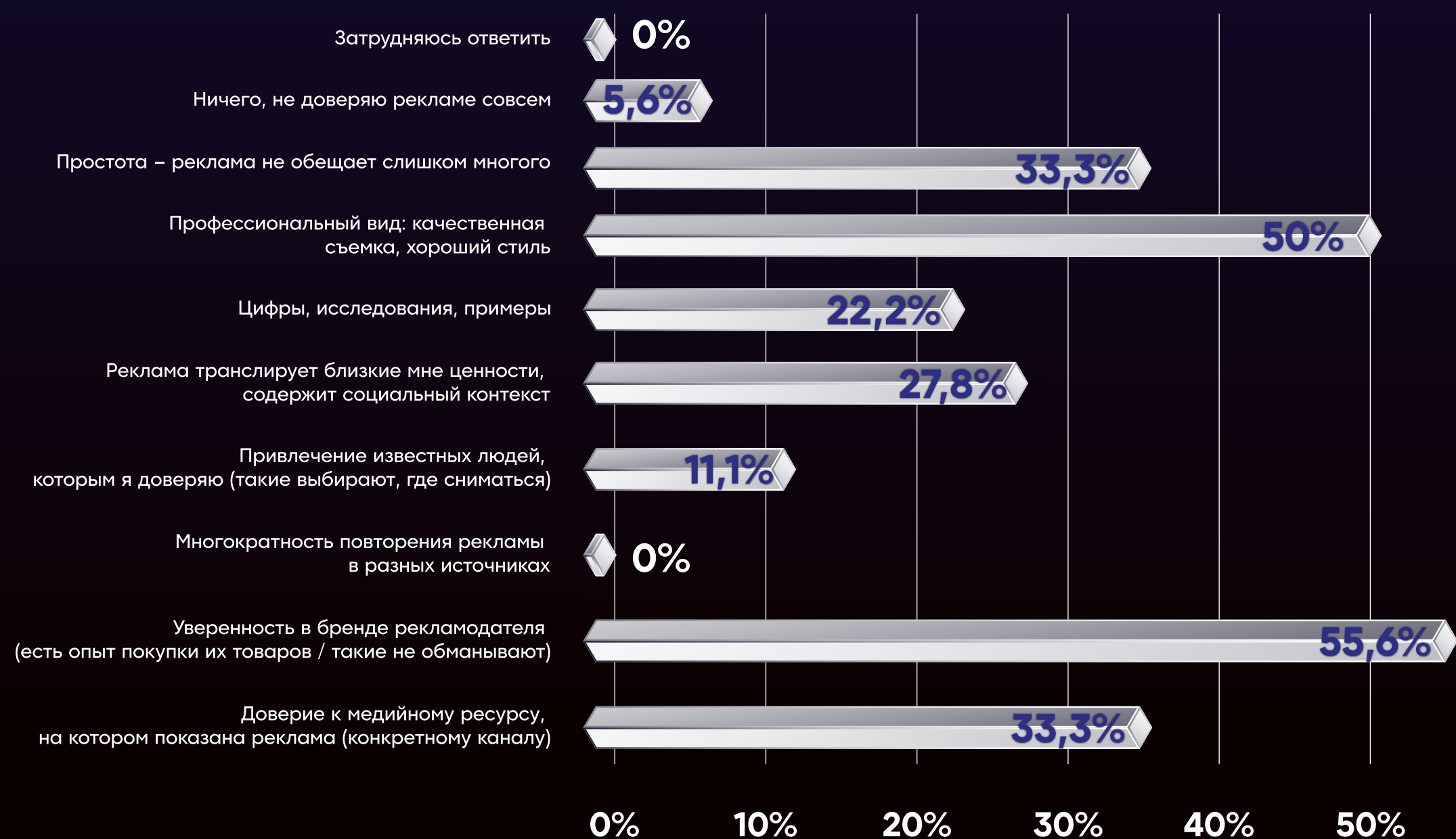
Всероссийский панельный онлайн-опрос россиян в возрасте от 18 лет. Проведен ЦСП «Платформа». Выборка объемом в 1200 респондентов, квотированная по социально-демографическим параметрам, типу населенного пункта и федеральным округам. Время проведения опроса – сентябрь 2025 г.

Что повышает доверие к рекламируемому продукту?

Трансляция близких ценностей в рекламе повышает доверие к продукту среди рекламодателей, а для творцов более важен профессиональный вид рекламы: качественная съемка, хороший стиль. Для обеих групп крайне важна уверенность в бренде рекламодателя

ТВОРЦЫ

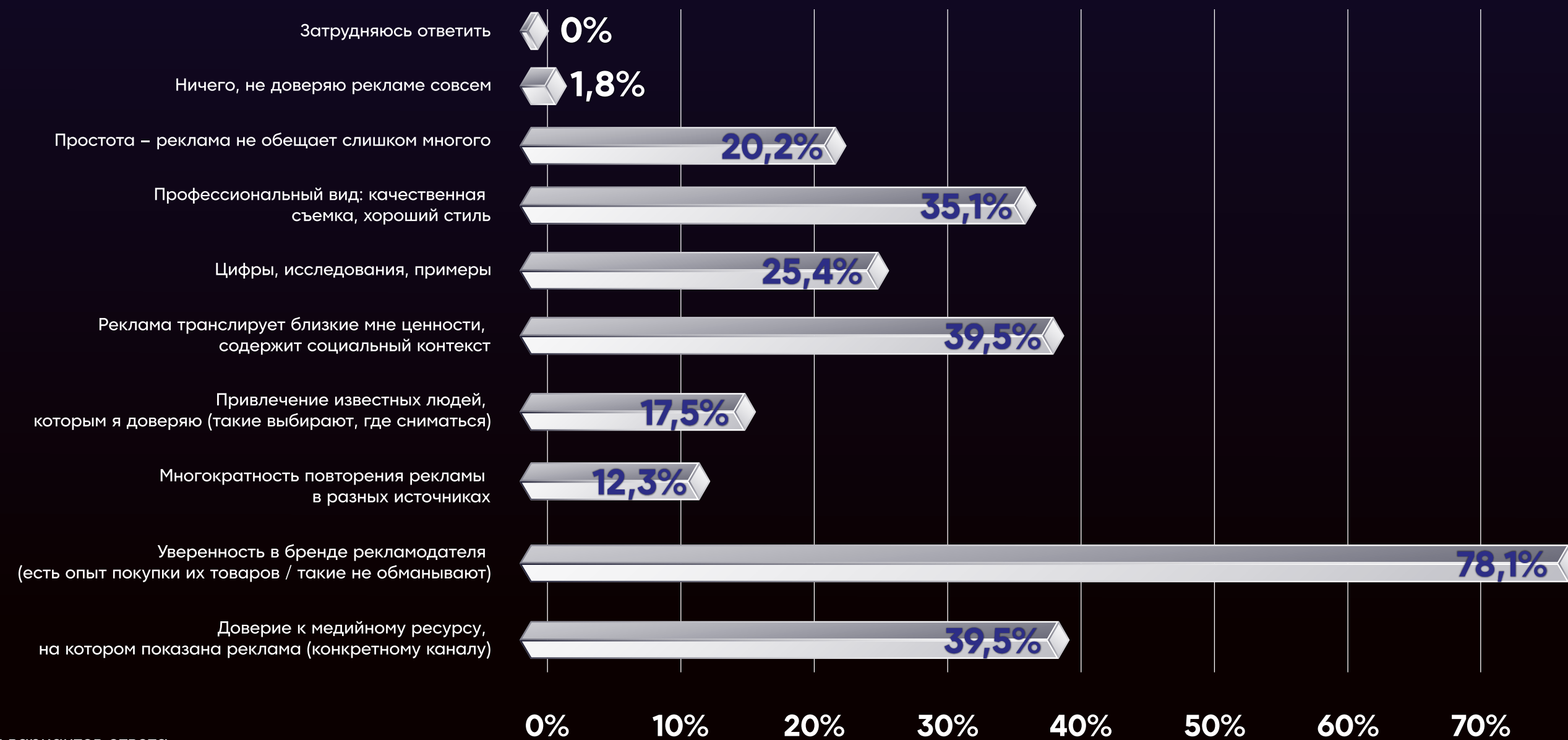
- Уверенность в бренде рекламодателя, профессиональный вид, простота и доверие к медийному ресурсу повышают доверие в рекламе продукта среди творцов



Со стороны творцов: На основе опроса представителей продакшенов. Выборка – 81 человек. Время проведения опроса – сентябрь 2025 г.

РЕКЛАМОДАТЕЛИ

- Уверенность в бренде рекламодателя, доверие к медийному ресурсу, близкие ценности повышают доверие к рекламе продукта среди рекламодателей



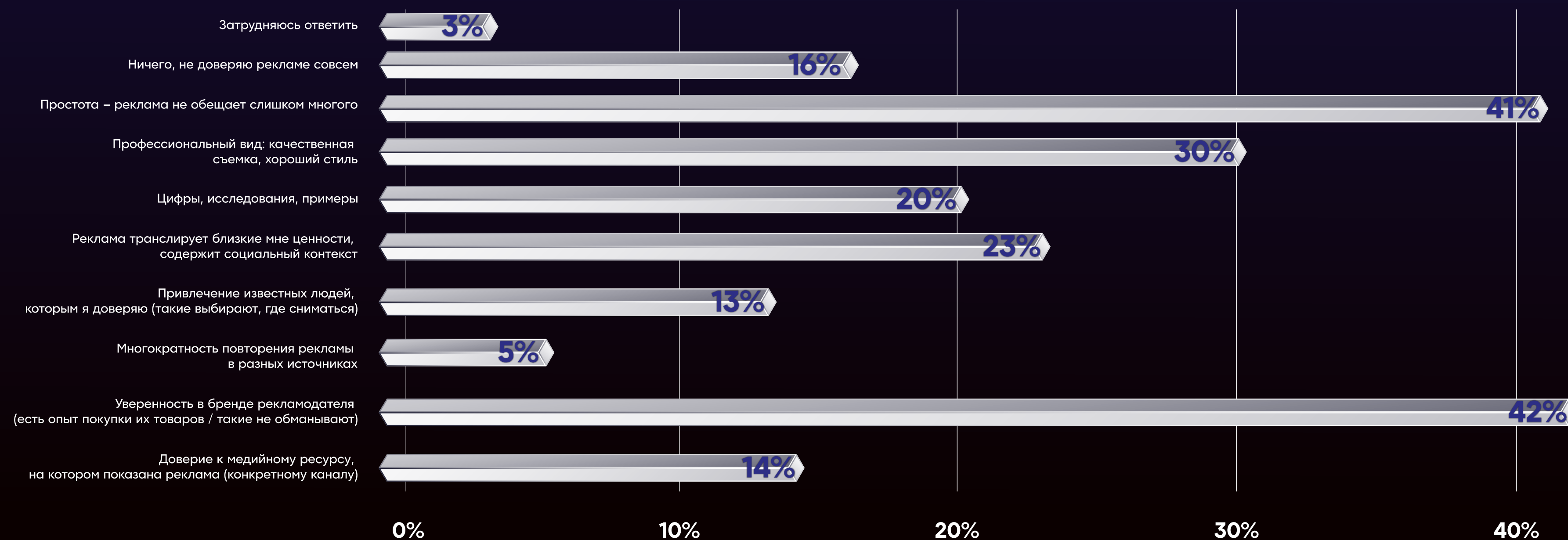
До 3-х вариантов ответа

Со стороны рекламодателей: На основе опроса представителей рекламных агентств и компаний-рекламодателей. Выборка – 114 человек. Время опроса – сентябрь 2025 г.

Что повышает доверие к рекламируемому продукту?

Обычные люди совпадают больше с творцами, выбирая главными для себя в рекламе одновременно простоту, профессиональный вид и уверенность в бренде рекламодателя

РОССИЯНЕ



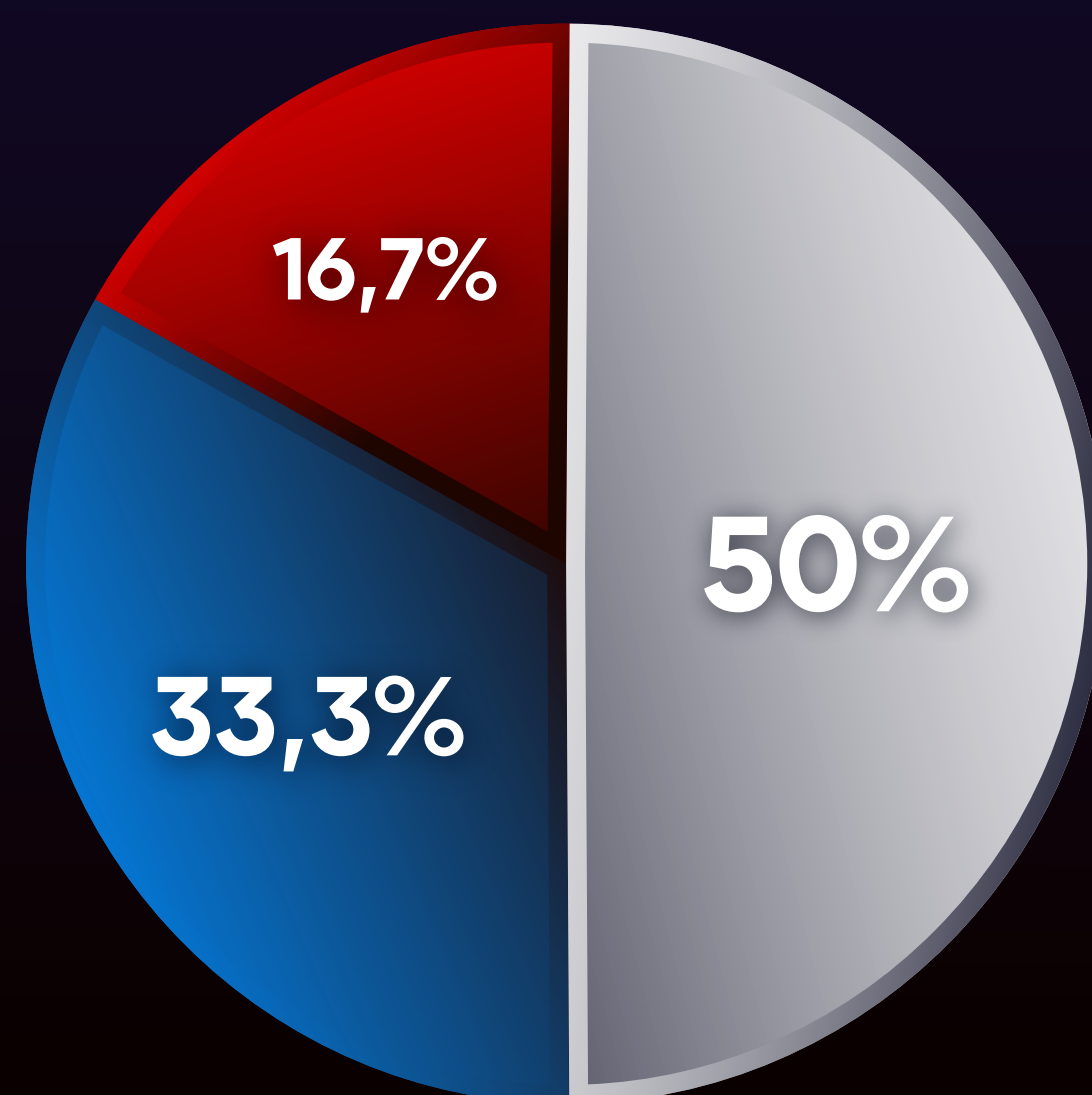
● Уверенность в бренде рекламодателя, простота, профессиональный вид – в топ-3 факторов доверия к рекламе у россиян

До 3-х вариантов ответа

Если посмотреть на российскую рекламу в целом, как вам кажется, какой подход в ней преобладает?

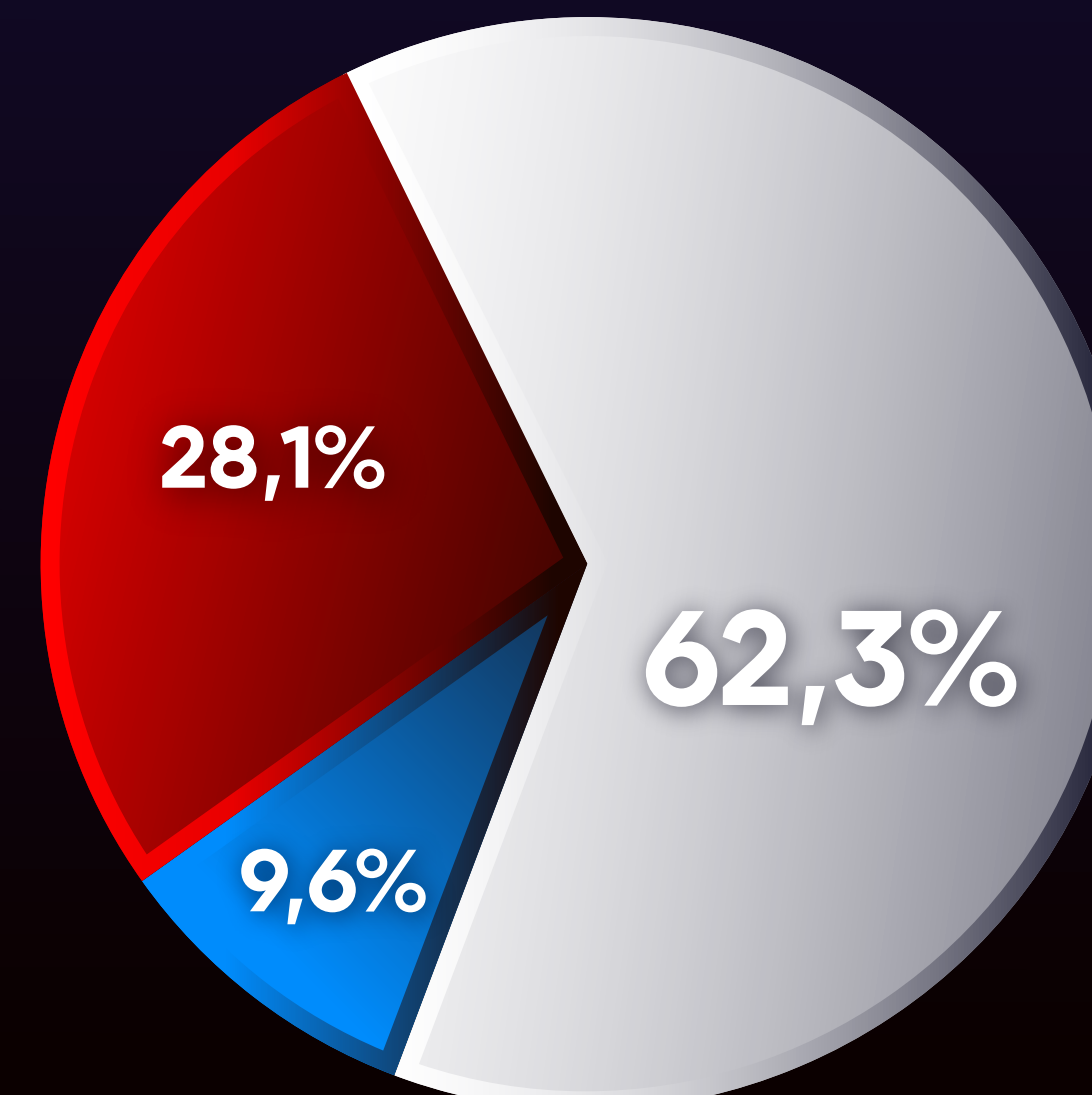
И рекламодатели, и творцы считают, что в российской рекламе преобладает функциональный подход – донести информацию о продукте, привести рациональные аргументы в пользу покупки

ТВОРЦЫ



● 50% творцов считают, что в рекламе преобладает функциональный подход

РЕКЛАМОДАТЕЛИ



● 62% рекламодателей считают, что в рекламе лидирует функциональный подход

Один вариант ответа

Со стороны творцов: На основе опроса представителей продакшенов. Выборка – 81 человек. Время проведения опроса – сентябрь 2025 г.

Со стороны рекламодателей: На основе опроса представителей рекламных агентств и компаний-рекламодателей. Выборка – 114 человек. Время опроса – сентябрь 2025 г.

■ Функциональный: цель – донести информацию о продукте, привести рациональные аргументы в пользу покупки

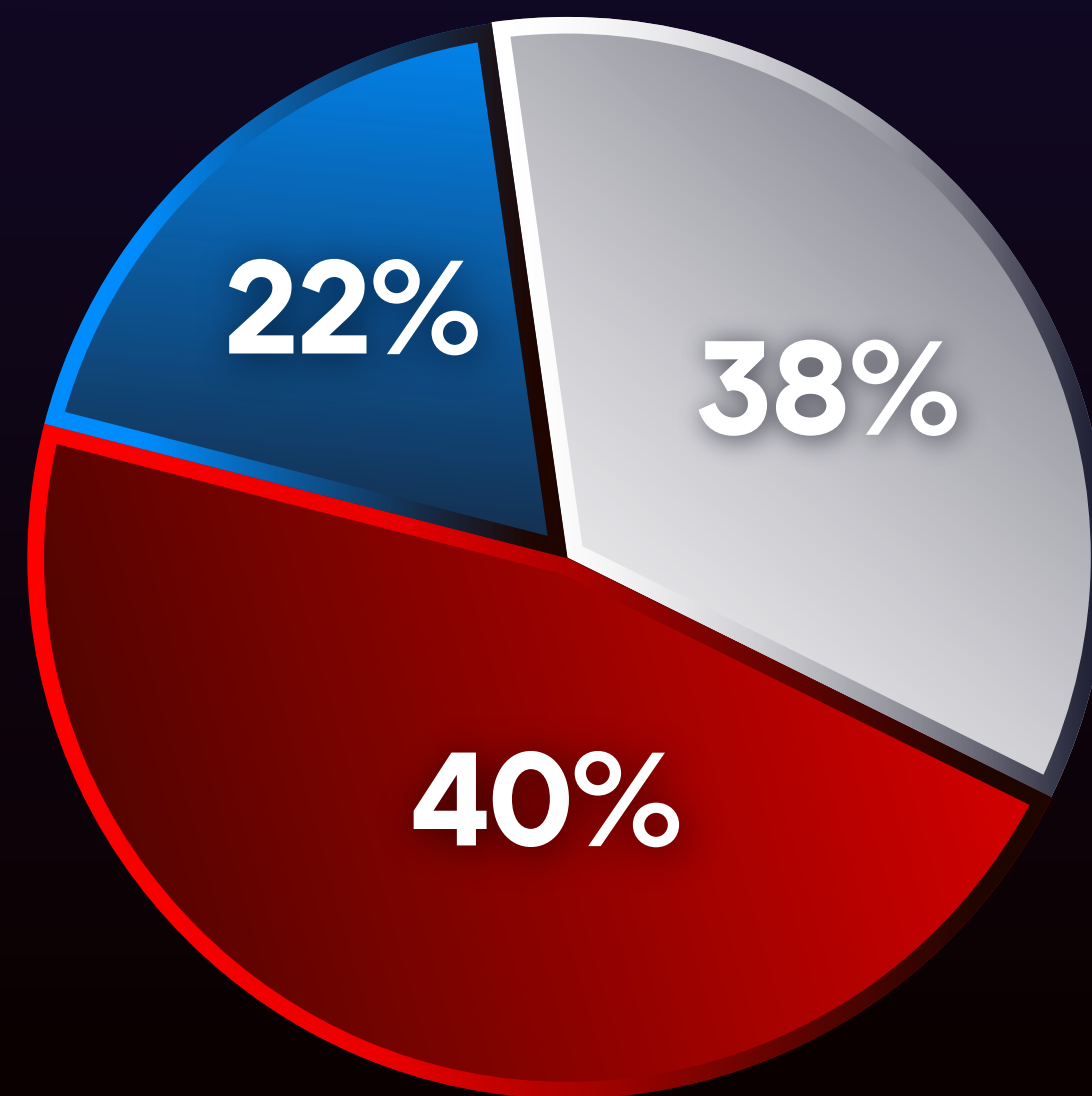
■ Креативный: цель – эмоционально вовлечь зрителя, завладеть его вниманием и за счет этого ненавязчиво познакомить с продуктом

■ Затрудняюсь ответить

Если посмотреть на российскую рекламу в целом, как вам кажется, какой подход в ней преобладает?

Обычные люди больше считают, что в российской рекламе присутствует креативный подход. В отличие от рекламодателей и творцов

РОССИЯНЕ



- 40% россиян считают, что в России преобладает креативный подход в рекламе

Один вариант ответа

Всероссийский панельный онлайн-опрос россиян в возрасте от 18 лет. Проведен ЦСП «Платформа». Выборка объемом в 1200 респондентов, квотированная по социально-демографическим параметрам, типу населенного пункта и федеральным округам. Время проведения опроса – сентябрь 2025 г.

■ Функциональный: цель – донести информацию о продукте, привести рациональные аргументы в пользу покупки

■ Креативный: цель – эмоционально вовлечь зрителя, завладеть его вниманием и за счет этого ненавязчиво познакомить с продуктом

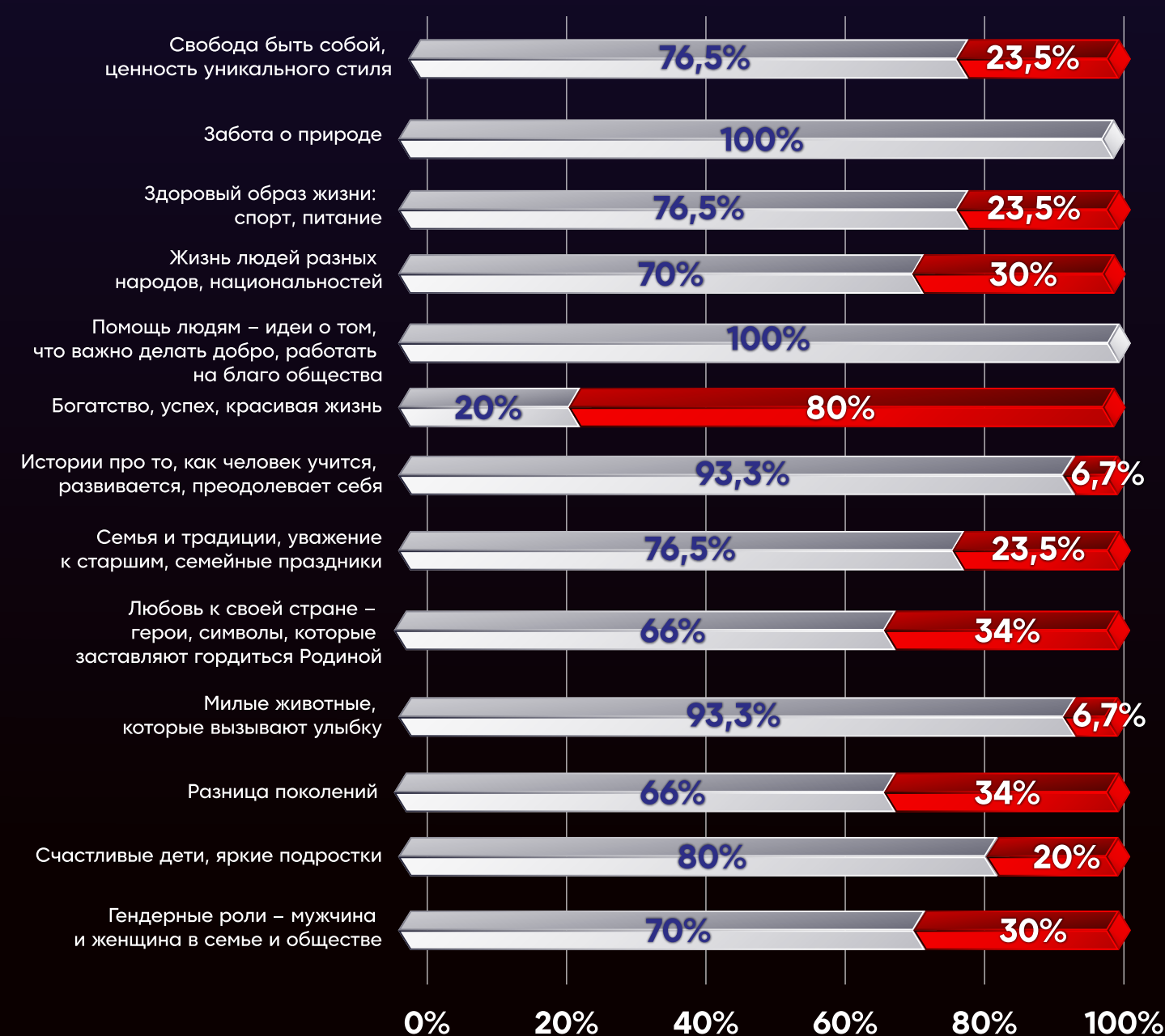
■ Затрудняюсь ответить

Какие образы, сюжеты, используемые в рекламе, кажутся вам скорее привлекательными, а какие менее привлекательными?

И для творцов, и для рекламодателей в рекламе привлекательны милые животные и истории про развитие

ТВОРЦЫ

- Забота о природе, помощь людям, милые животные/истории про развитие – топ-3 привлекательных сюжетов для творцов



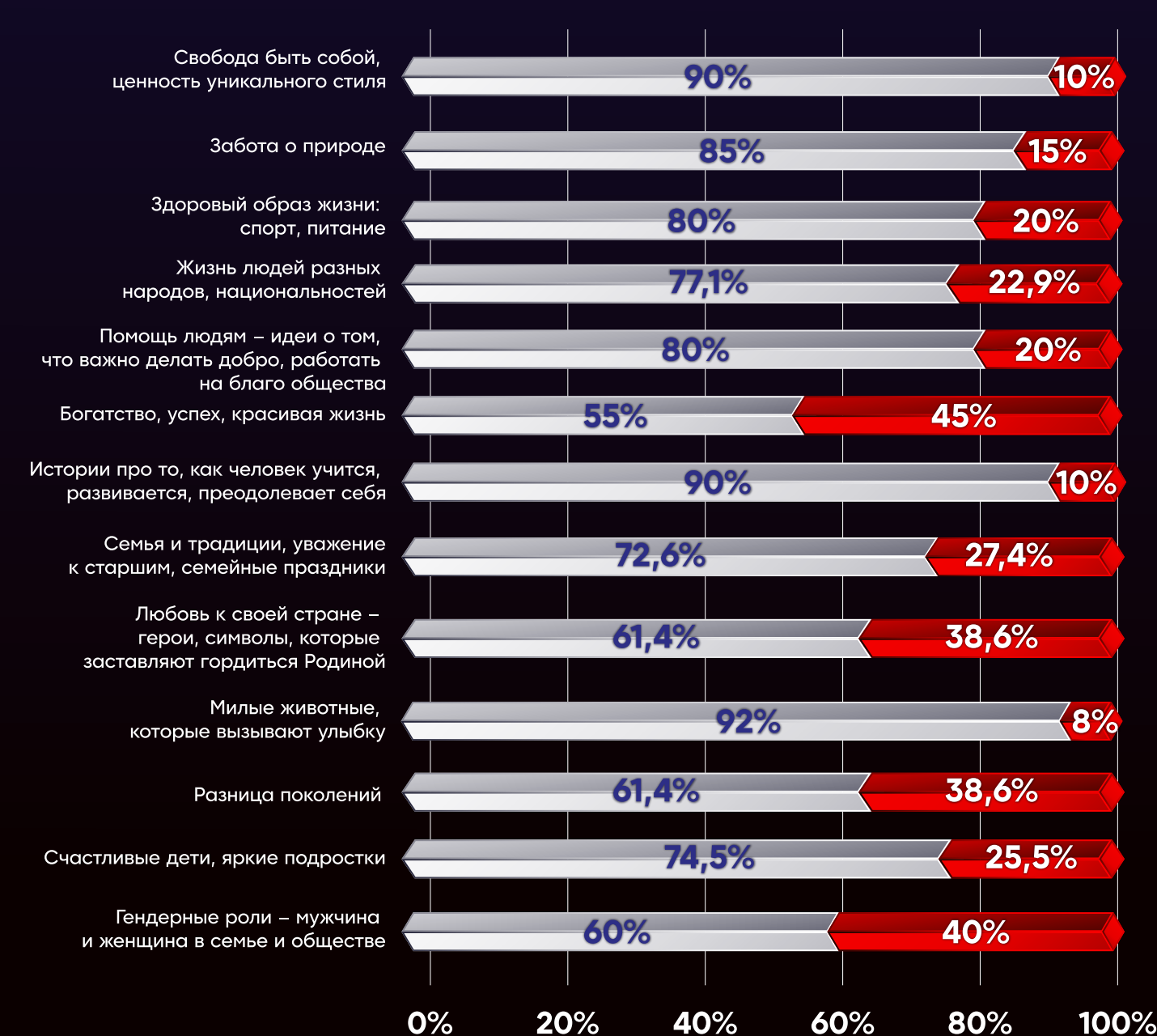
0% 20% 40% 60% 80% 100%

Один ответ по каждому пункту

Со стороны творцов: На основе опроса представителей продакшенов. Выборка – 81 человек. Время проведения опроса – сентябрь 2025 г.

РЕКЛАМОДАТЕЛИ

- Милые животные, свобода быть собой, истории про развитие – топ-3 привлекательных сюжетов для рекламодателей



0% 20% 40% 60% 80% 100%

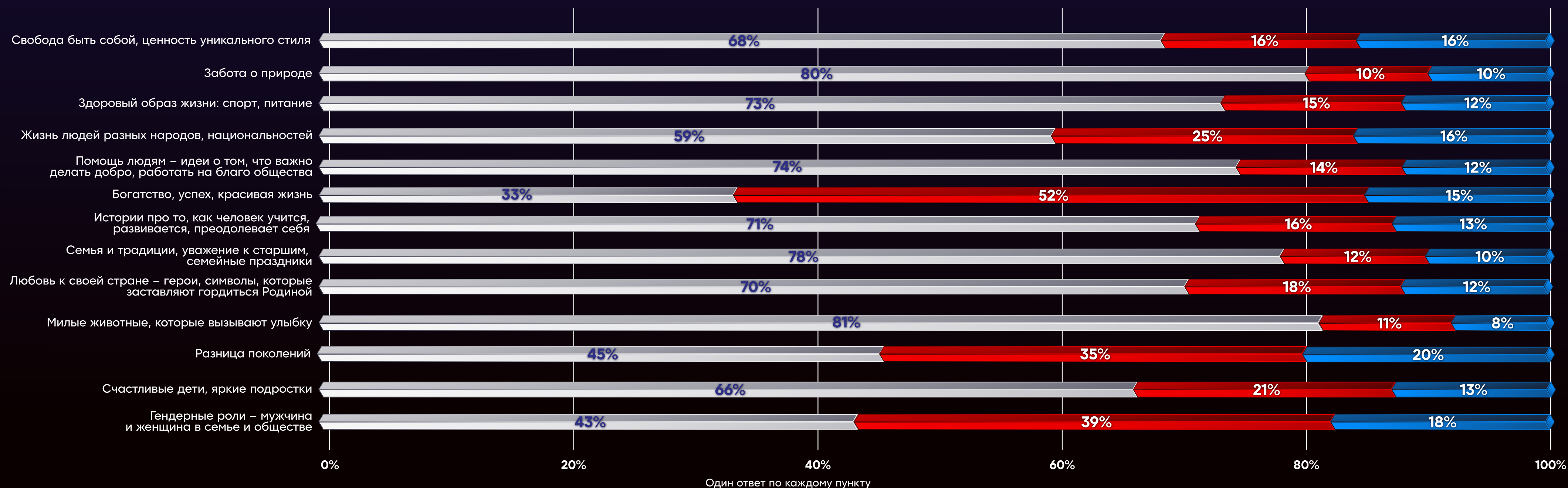
Со стороны рекламодателей: На основе опроса представителей рекламных агентств и компаний-рекламодателей. Выборка – 114 человек. Время опроса – сентябрь 2025 г.

Какие образы, сюжеты, используемые в рекламе, кажутся вам скорее привлекательными, а какие менее привлекательными?

Милых животных и заботу о природе в рекламе любят и обычные люди, при этом в топ-3 привлекательных сюжетов для них входят семья и традиции, чего нет у творцов и рекламодателей

РОССИЯНЕ

● Милые животные, забота о природе, семья и традиции входят в топ-3 для россиян

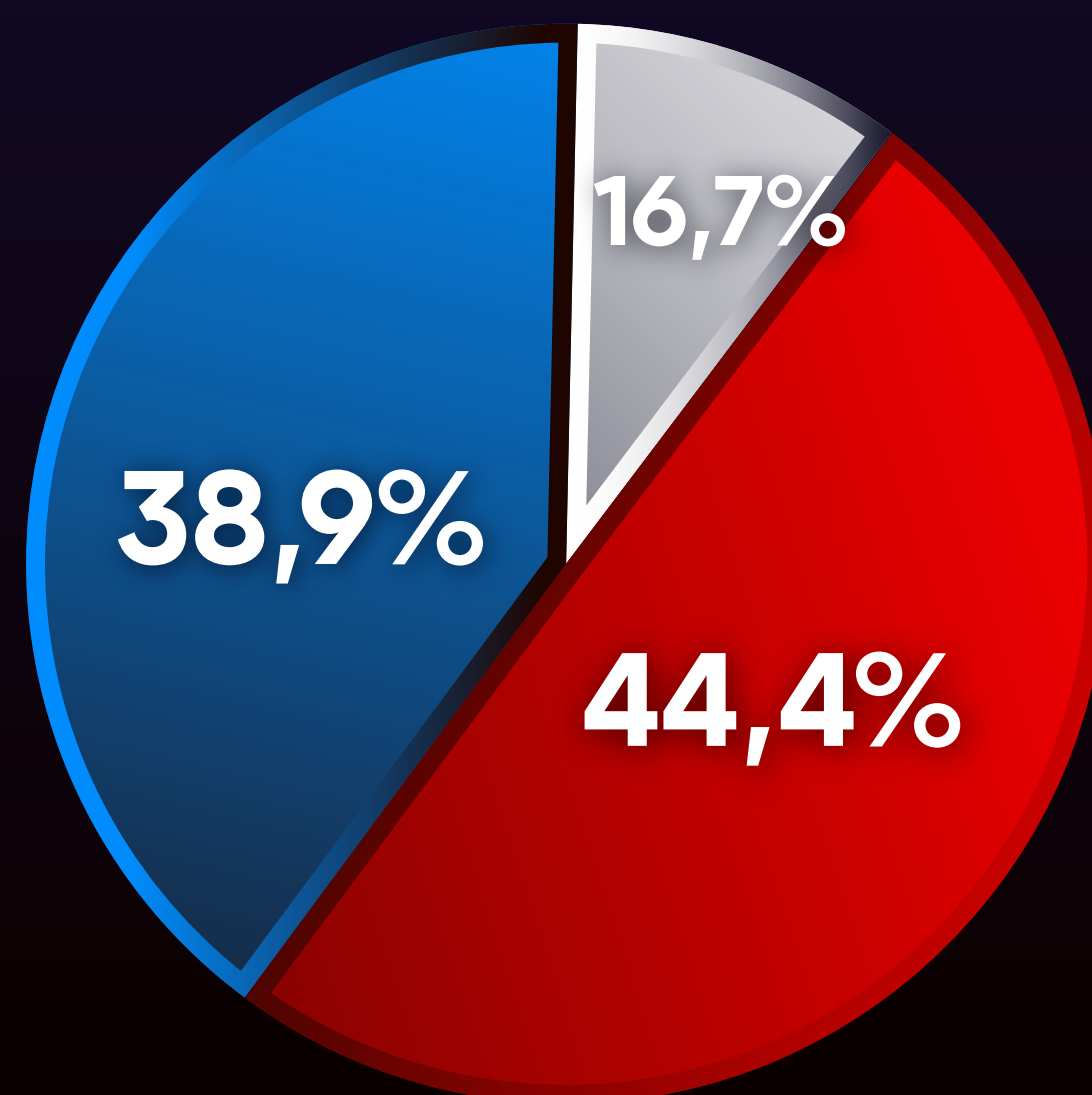


Всероссийский панельный онлайн-опрос россиян в возрасте от 18 лет. Проведен ЦСП «Платформа». Выборка объемом в 1200 респондентов, квотированная по социально-демографическим параметрам, типу населенного пункта и федеральным округам. Время проведения опроса – сентябрь 2025 г.

Как вам кажется, в перспективе ближайших 10 лет рекламы в фильмах, сериалах, телешоу будет...

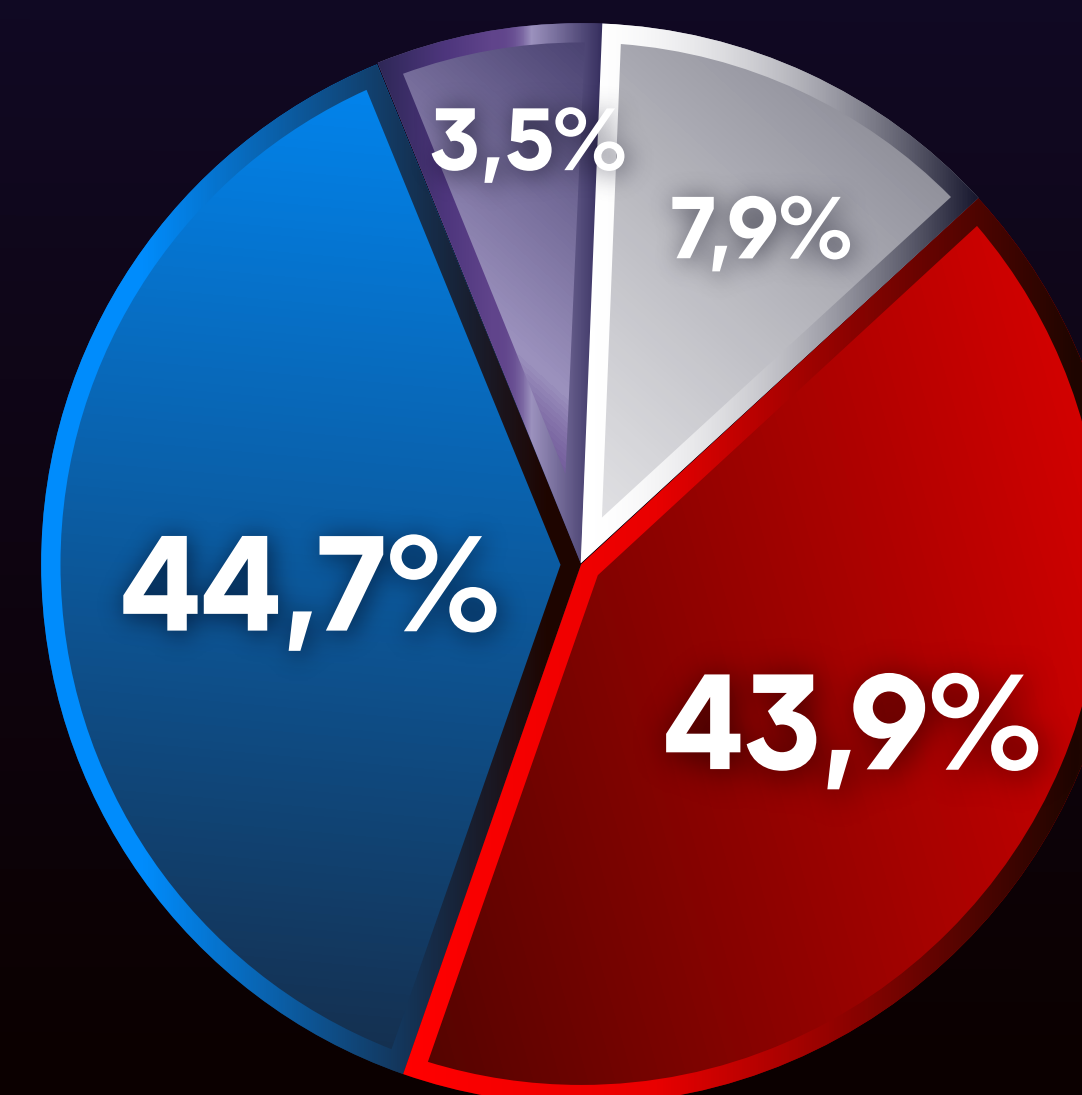
Почти половина рекламодателей считает, что через 10 лет рекламы в фильмах, сериалах и шоу будет больше, чем сейчас.
Среди творцов эта доля меньше – порядка 40%

ТВОРЦЫ



● Почти 40% считают, что рекламы будет больше, чем сейчас

РЕКЛАМОДАТЕЛИ



● Почти половина рекламодателей считает, что рекламы будет больше

Один вариант ответа

Со стороны творцов: На основе опроса представителей продакшенов. Выборка – 81 человек. Время проведения опроса – сентябрь 2025 г.

Со стороны рекламодателей: На основе опроса представителей рекламных агентств и компаний-рекламодателей. Выборка – 114 человек. Время опроса – сентябрь 2025 г.

■ Меньше, чем сейчас

■ Столько же, сколько сейчас

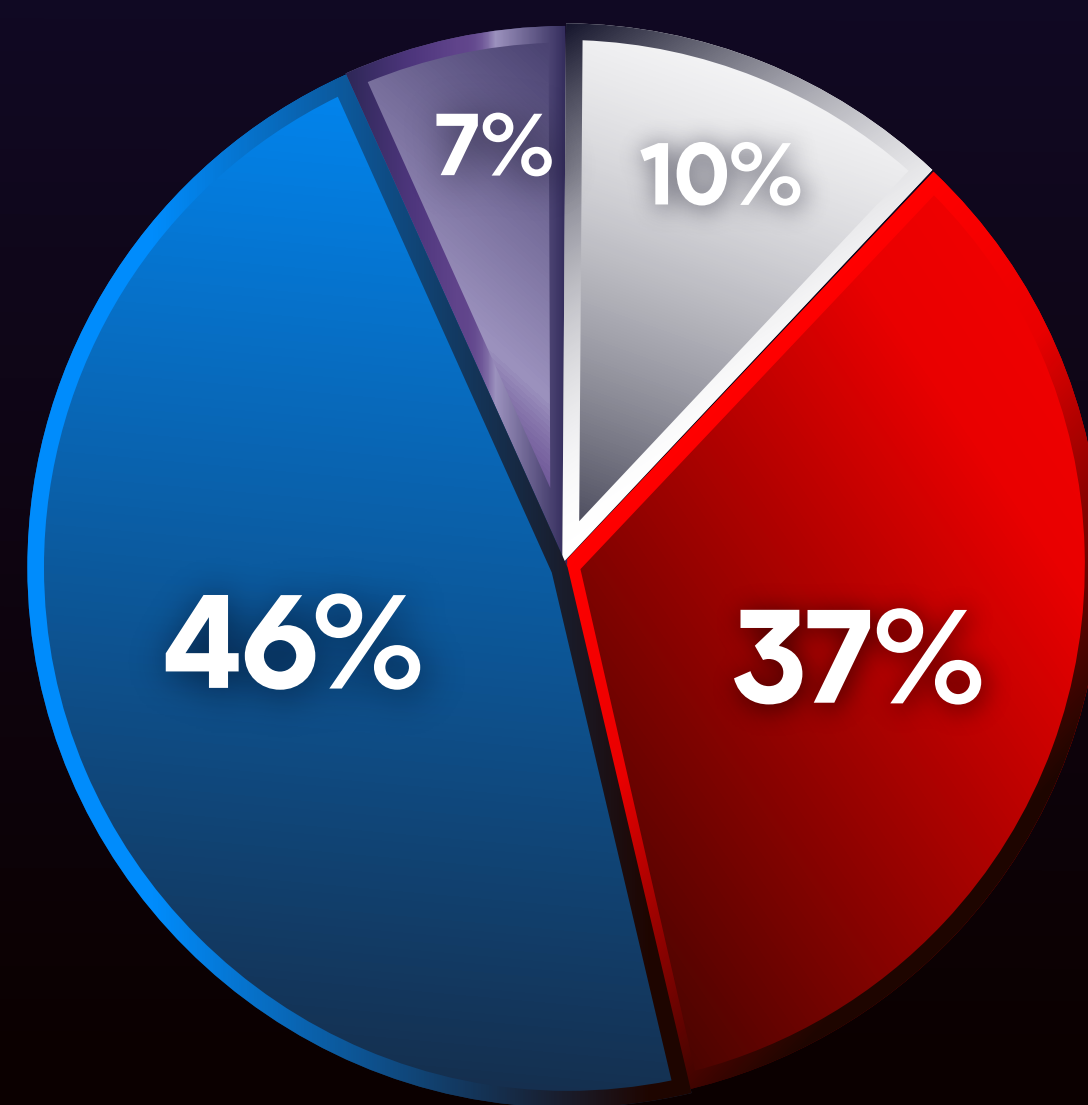
■ Больше, чем сейчас

■ Затрудняюсь ответить

Как вам кажется, в перспективе ближайших 10 лет рекламы в фильмах, сериалах, телешоу будет...

Простые люди ближе к рекламодателям, считая, что через 10 лет рекламы в медиаконтенте будет больше – так ответило 46% опрошенных

РОССИЯНЕ



● 46% россиян считают, что рекламы будет больше

Один вариант ответа

Всероссийский панельный онлайн-опрос россиян в возрасте от 18 лет. Проведен ЦСП «Платформа». Выборка объемом в 1200 респондентов, квотированная по социально-демографическим параметрам, типу населенного пункта и федеральным округам. Время проведения опроса – сентябрь 2025 г.

■ Меньше, чем сейчас

■ Столько же, сколько сейчас

■ Больше, чем сейчас

■ Затрудняюсь ответить

Спасибо за внимание!