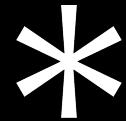


RORE

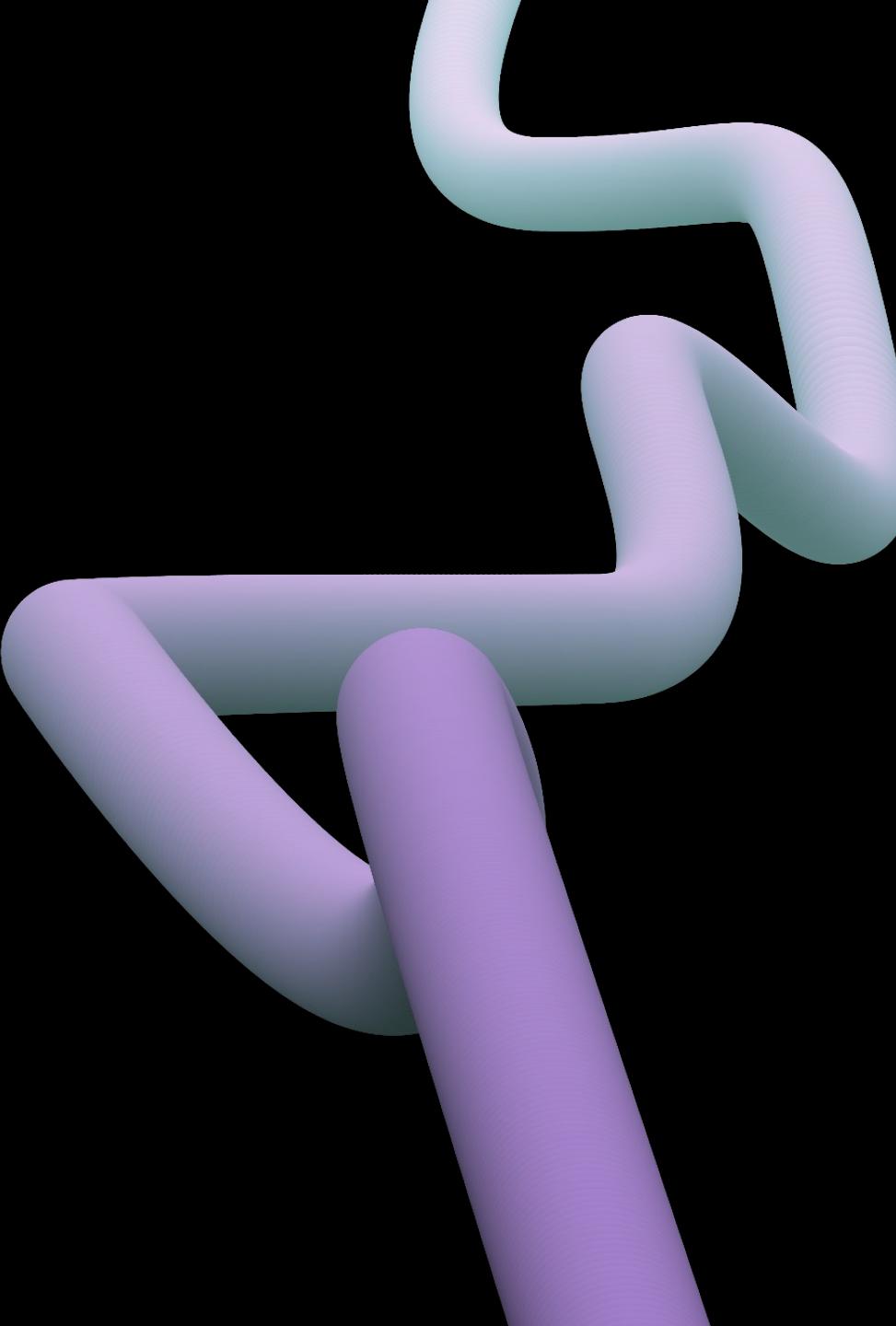
группа
компаний
родная
речь



Изменение медиаландшафта

Декабрь 2025

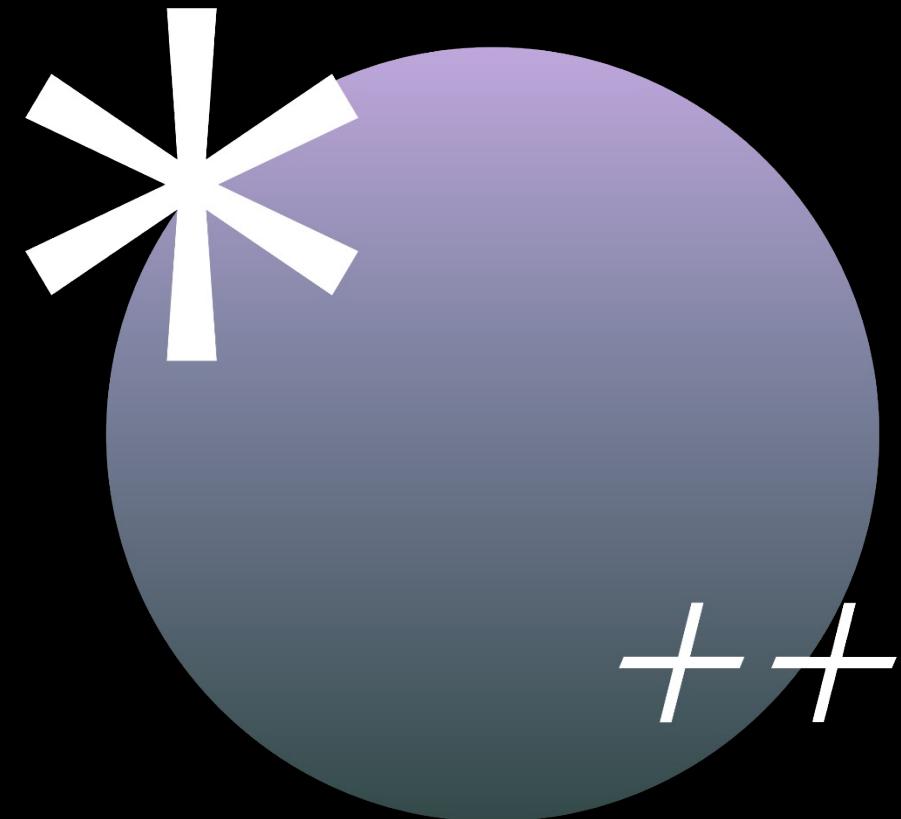




Содержание ++

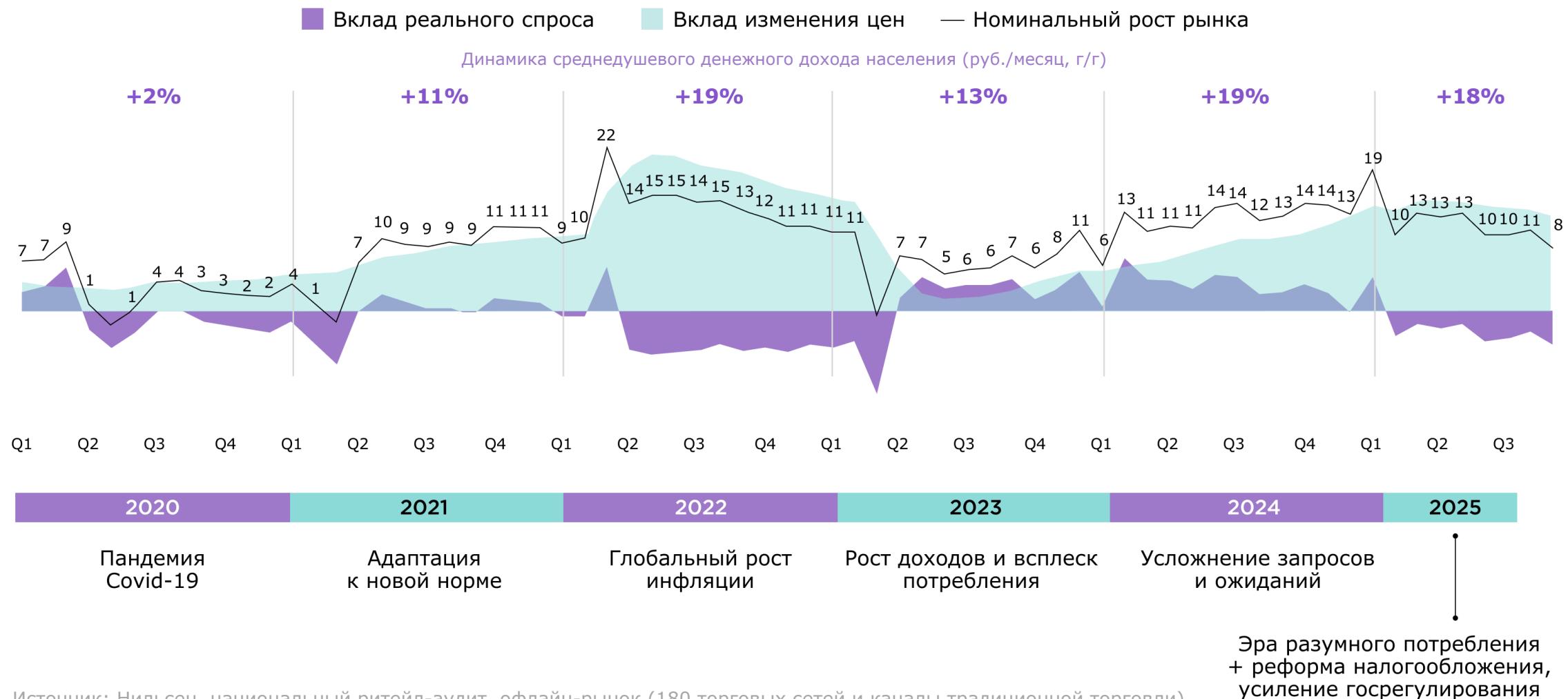
- 01 Экономика и потребитель
- 02 Медиапотребление
- 03 Медиарынок
- 04 Диджитал-реклама и ритейл-медиа
- 05 Контент

Экономика и потребитель



Наступает эра разумного потребления

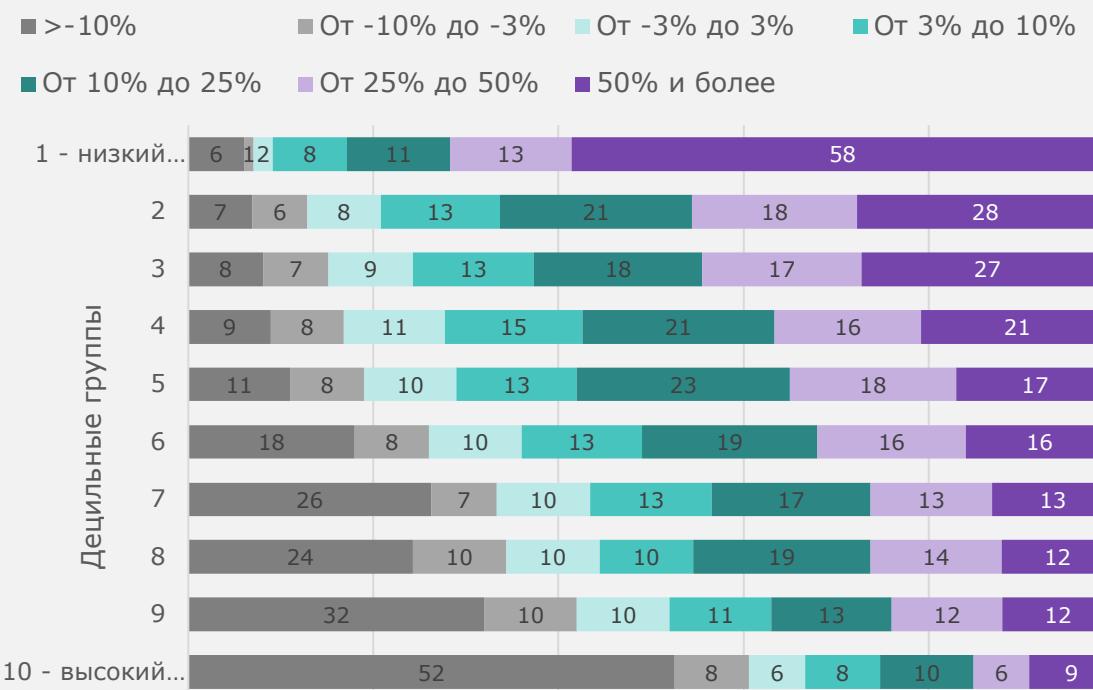
После нескольких «жирных» лет мы наблюдаем снижение реального потребления на фоне жестких денежно-кредитных условий



Меняется структура населения по доходам — «синие воротнички» пополняют средний класс

В последние несколько лет рост доходов в основном затронул наименее обеспеченные категории граждан, а среди более обеспеченных группы доходы даже сократились

Структура изменения реального денежного дохода на человека по группам 2022 года к 2024



Источник: ЦБ РФ 2025, «Динамика доходов Российских Домохозяйств в 2022–2024 годах», INFOLine

Структура населения по доходам и расходам

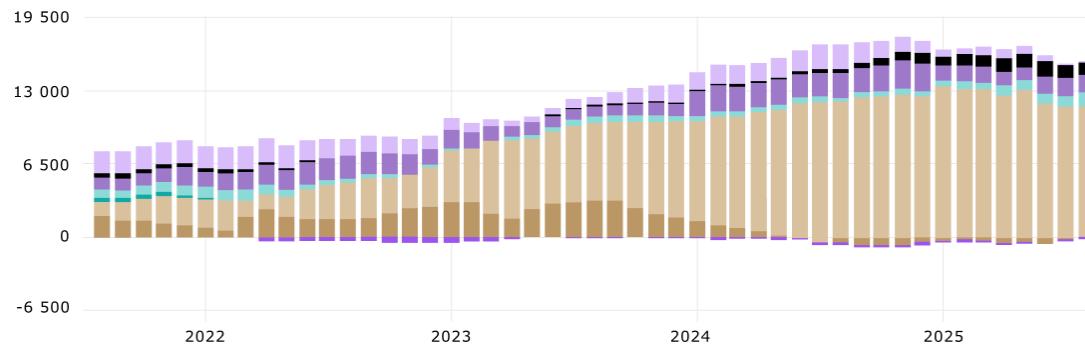


Снижение депозитных сбережений

Из-за уменьшения привлекательности вкладов (ключевая ставка сократилась с 21% в начале года до 16,5% к концу года), а также из-за снижения объема свободных денег на фоне высокой потребительской инфляции

Финансовые активы домашних хозяйств, операции за скользящие 12 месяцев, млрд руб.

- Наличная валюта
- Денежные средства на брокерских счетах
- Депозиты
- Долговые ценные бумаги
- Котируемые акции и паи и акции инвестиционных фондов
- Средства на счетах эскроу
- Страховые и пенсионные резервы и пенсионные накопления



Источник: Банк России, ВЦИОМ (окт'2025, Все 18+, Россия, закрытый вопрос, любое кол-во ответов)

На какие цели вы планируете потратить сбережения, накопления?

% от тех, кто копит или у кого есть сбережения

	Про запас, «на черный день»	50		На пенсию	17
	На отдых	35			
	На ремонт квартиры или дома	29		На покупку дорогих товаров для дома (мебель и т.д.)	14
	На покупку автомобиля	17			
	На приобретение мелкой бытовой техники, гаджетов	15			
	На оплату обучения себе или детям	12			
	На покупку квартиры (без ипотеки)	10		На первый взнос по ипотеке	10
				На покупку дачи/ участка	8

Замедление экономики России

Показатель г/г, %	2024 факт	2025 прогноз	2026 прогноз
ВВП	+4.3	+1	+1.3 +0.8 — консервативный
Реально располагаемые доходы	+7.3	+3.8	+2.1 +1.6 — консервативный
Оборот розничной торговли <small>сопоставимые цены</small>	+7.1	+2.5	+1.1 +0.3 — консервативный
Потребительская инфляция	+9.5	+6.8	+4
Безработица	2.5	2.3	2.3-2.6

Источник: МЭР РФ, прогноз – сен'25



Налоговая реформа 2026 создаст дополнительное давление на все категории бизнеса

Увеличение НДС

С 20% до 22% в 2026



Снижение порога доходов для уплаты бизнесом НДС с 60 млн рублей до:

- 20 млн с 2026
- 15 млн с 2027
- 10 млн с 2028



В обществе нарастает уровень стресса

Даже на фоне общего сокращения трат спрос на еду, витамины и товары для питомцев останется устойчивым, так как это базовые антистресс-ресурсы в трудные времена

Доля людей, испытывающих стресс

Q2 2022



Q2 2024



Q2 2025



Изменение потребительских расходов, %, г/г



2024 1-11

2025 1-11

Продукты

15

12

Непрод. товары

21

13

Лекарства

13

14

Кафе, бары, рестораны

22

15

Домашние животные

7

9

Маркетплейсы

59

38

Способы борьбы со стрессом, Q2 2025

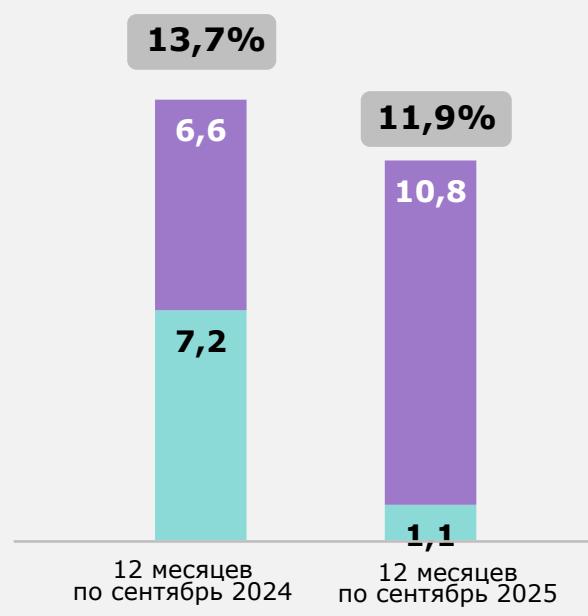
18-24 года	25-34 года	35-44 года	45-59 лет	60+ лет
41%	42%	43%	44%	37%
Прогулки	Прогулки	Прогулки	Прогулки	Прогулки
Время с друзьями	Вкусная еда	Вкусная еда	Время с друзьями	Время с друзьями
Время с животными	Время с друзьями	Время с друзьями	Вкусная еда	Потребление витаминов / БАДов
Вкусная еда	Время с животными	Потребление витаминов / БАДов	Время с животными	Время с животными
Новые вещи	Правильное питание	Правильное питание	Потребление витаминов / БАДов	Правильное питание

Источник: Ромир (М-Пульс), СберИндекс

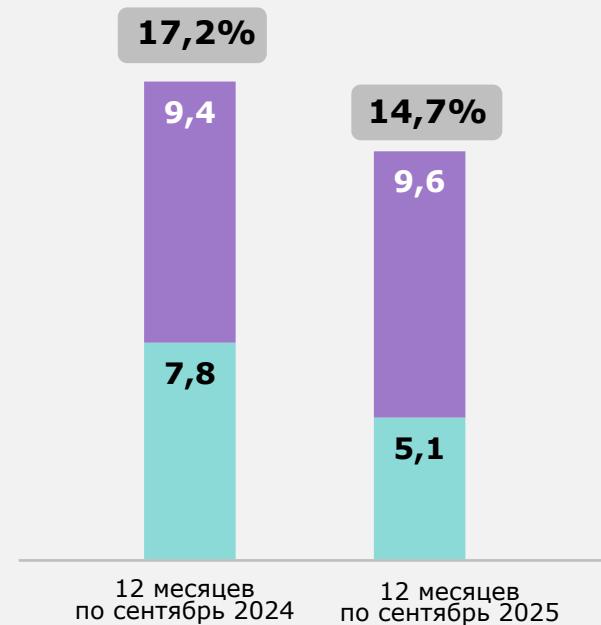
Брендам становится всё сложнее конкурировать с собственными торговыми марками ритейлеров

Несмотря на сопоставимый уровень инфляции, **вклад реального спроса в рост СТМ значительно превышает аналогичный показатель у брендовых товаров**. Чаще покупают СТМ из-за более выгодной цены и хорошего соотношения цены и качества, и эти параметры выросли в текущем году

Динамика продаж брендов FMCG и влияние факторов, %



Динамика продаж частных марок FMCG и влияние факторов, %



Почему покупатели приобретают частные марки?

Опрос покупателей, топ-5 ответов



Источник: Нильсен, национальный ритейл-аудит, онлайн-рынок; «Частные марки в онлайн-канале, Зкв 2025

Усиливается перетекание спроса в дискаунтеры и онлайн

Онлайн-спрос растет, хотя инфляция высока. Потребление переходит в омниканальный формат: лишь 16% покупают товары повседневного спроса только в офлайне

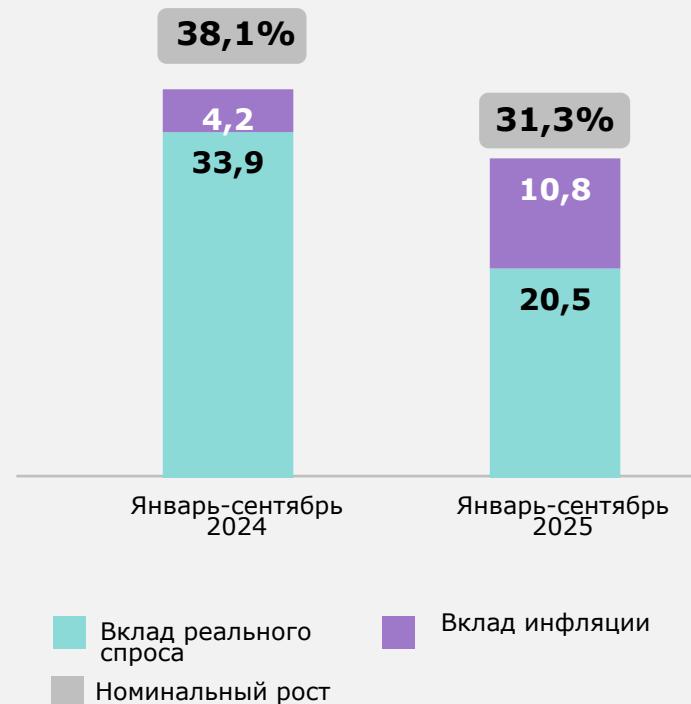
Структура продаж продовольственных категорий по каналам торговли, денежное выражение, %



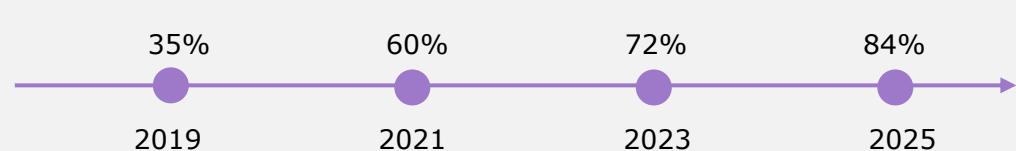
Структура продаж непродовольственных категорий по каналам торговли, денежное выражение, %



Динамика продаж FMCG и влияние факторов, %



Покупатели офлайн и онлайн-форматов FMCG, % ДХ

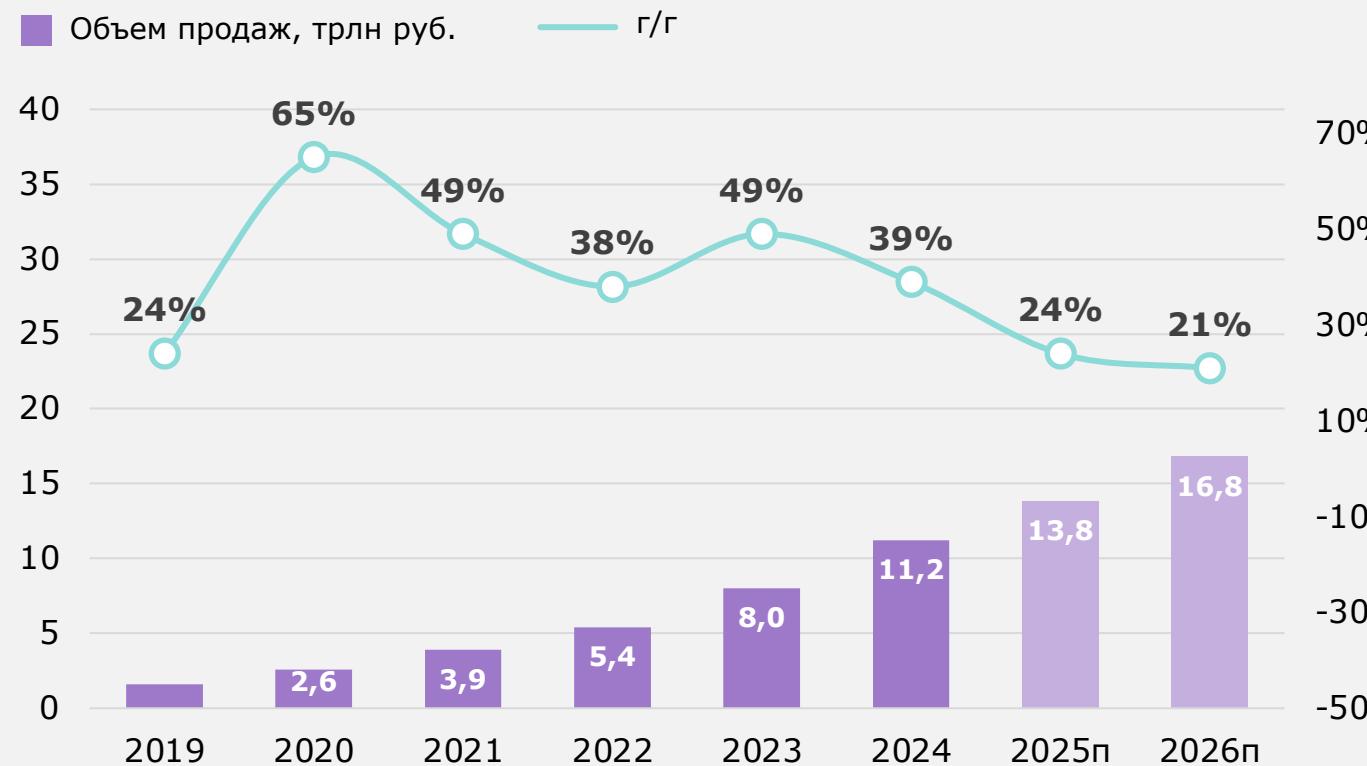


Источник: Нильсен, омниканальные измерения; Ромир Потребительская панель

Е-сом продолжает расти двузначными темпами

Однако темпы роста сокращаются на фоне взросления рынка. Объемы крупнейших маркетплейсов растут быстрее всего рынка е-сом

Динамика объема продаж е-сом



Источник: Data Insight май 2025; данные Infoline (оценка GMV без услуг)

Ozon +44%
Wildberries +34%
Яндекс Маркет +18%
за 9 месяцев



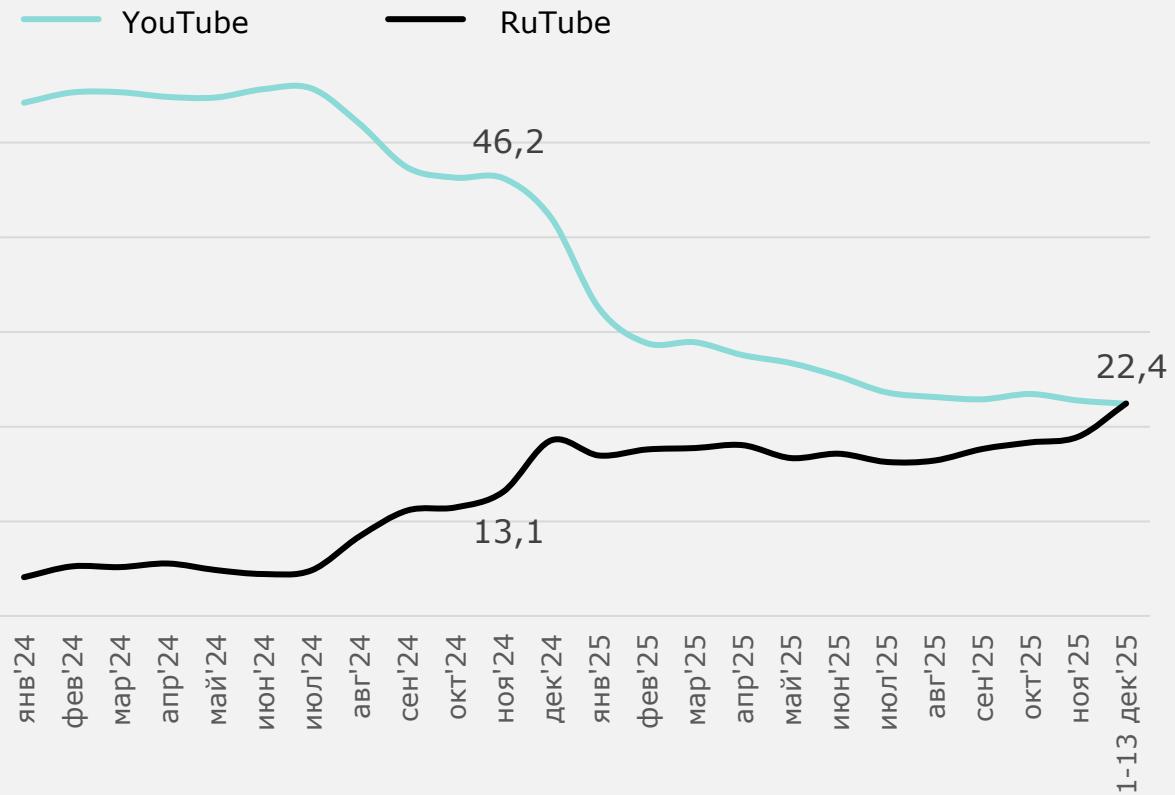
Медиапотребление

++

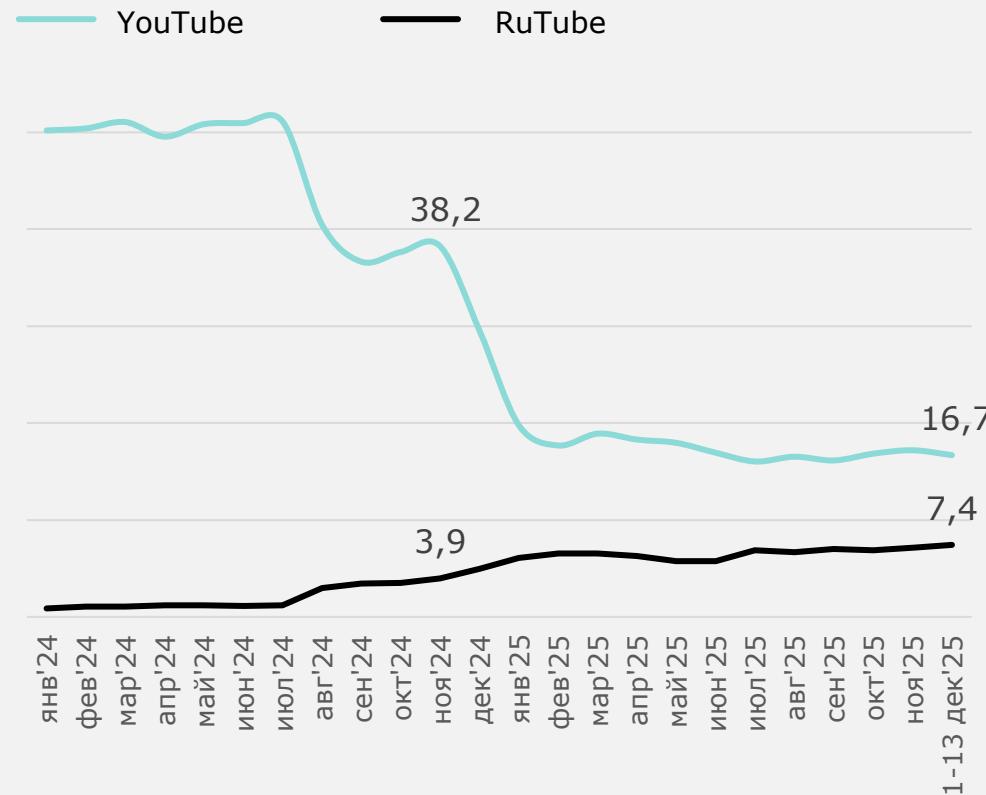
RuTube догнал YouTube по дневному охвату

Однако его показатели более чем вдвое ниже показателей YouTube до начала замедления

Дневной охват, млн



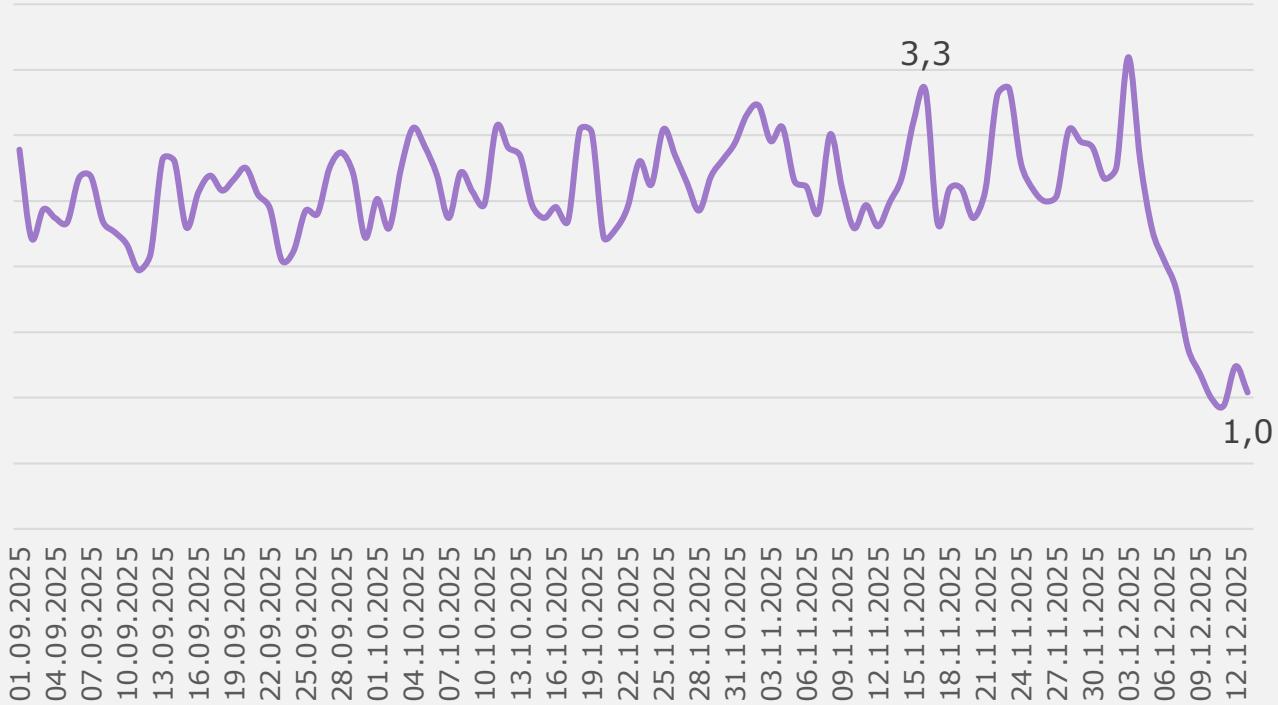
Минуты в день (население)



Роскомнадзор заблокировал доступ к американскому интернет-сервису Roblox

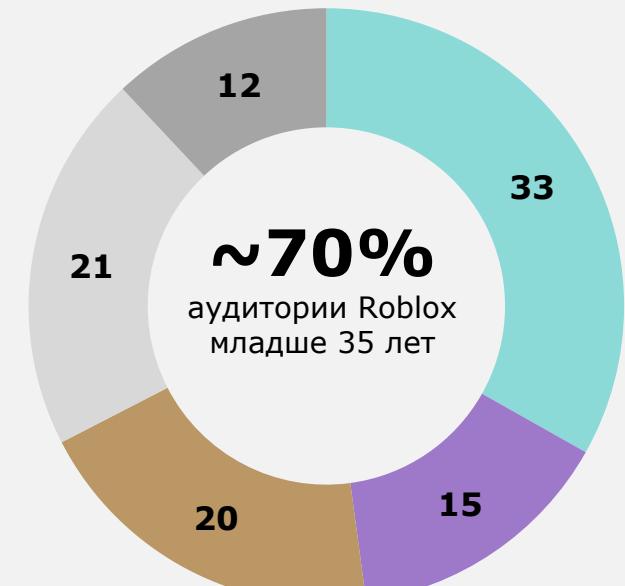
Главный удар пришёлся по молодёжи — основным потребителям Roblox, что снизило возможности коммуникации с этой аудиторией через игровые механики

Дневной охват Roblox, млн



Профиль Roblox, % аудитории

■ 12-17 ■ 18-24 ■ 25-34 ■ 35-44 ■ 45+

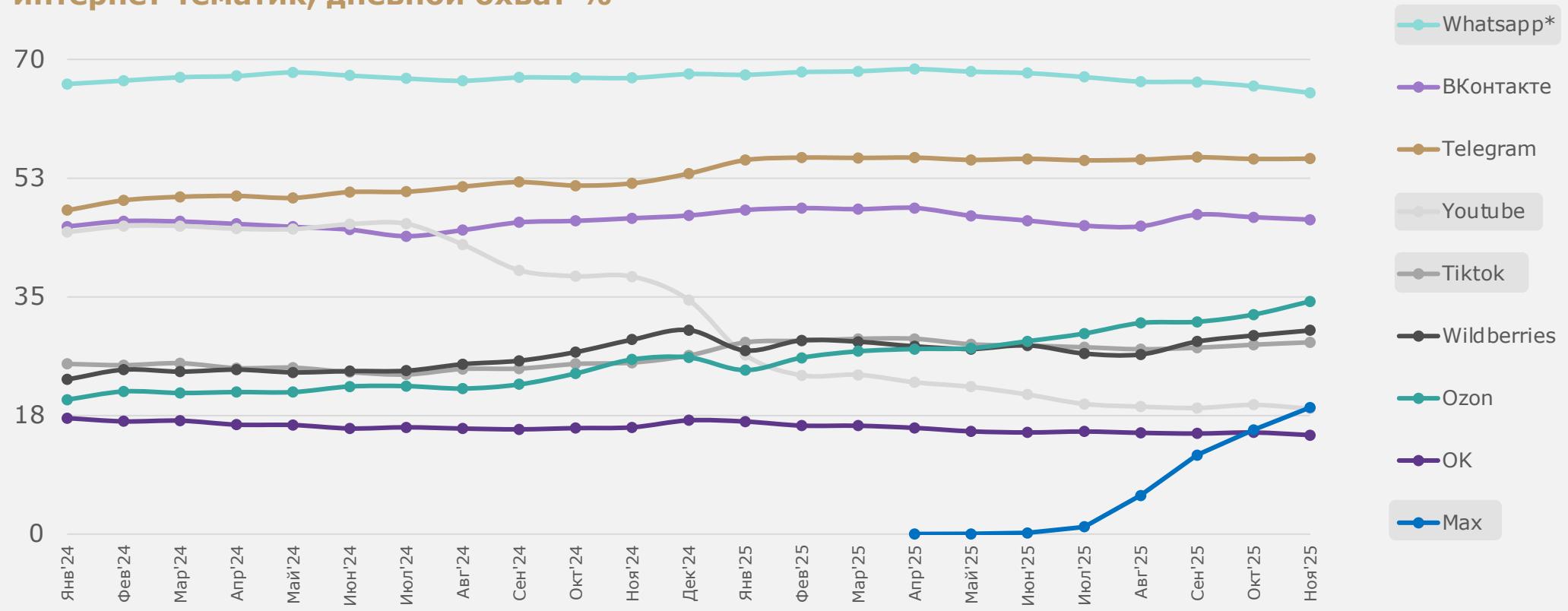


Деглобализация медиа усиливается

Начался процесс замедления Whatsapp*, что привело к снижению его аудитории.

Зато стремительный рост локального мессенджера Max

Крупнейшие площадки ключевых интернет-тематик, дневной охват %

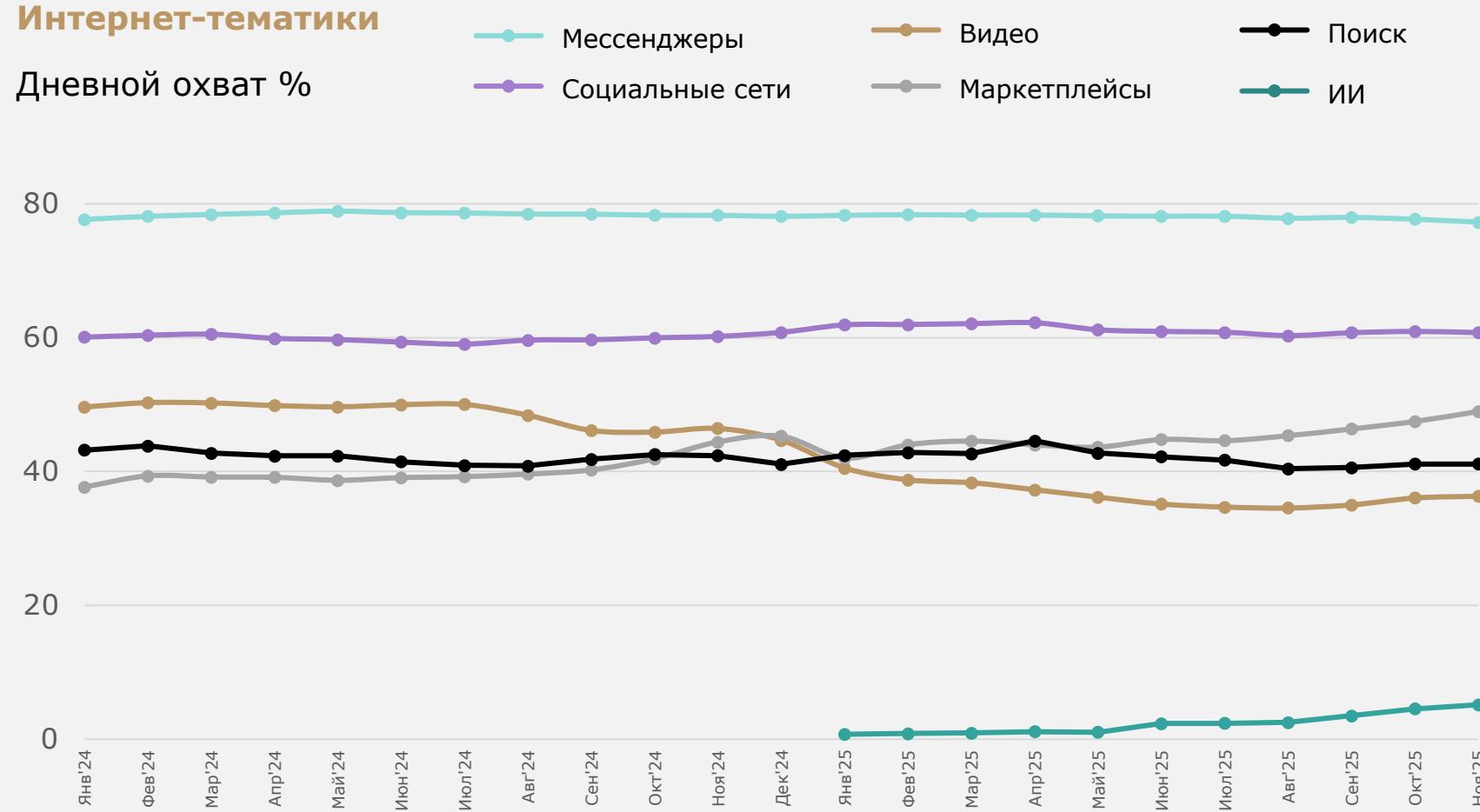


Источник: Mediascope, CrossWeb, desktop&mobile, Россия 0+, Все 12+
* Деятельность организации запрещена на территории РФ

Коммерческий инвентарь ограничен

Аудитория онлайн-видео значительно сократилась

Стабильный рост заметен у маркетплейсов и платформ искусственного интеллекта



Источник: Mediascope, CrossWeb, desktop&mobile, Россия 0+, Все 12+

Замедление YouTube положительно повлияло на телесмотрение – темпы снижения заметно сократились

Блокировка Roblox может создать дополнительный импульс для телесмотрения у части молодёжи, высвободив её время для ТВ-контента

Изменение телесмотрения, г/г (минуты в день)

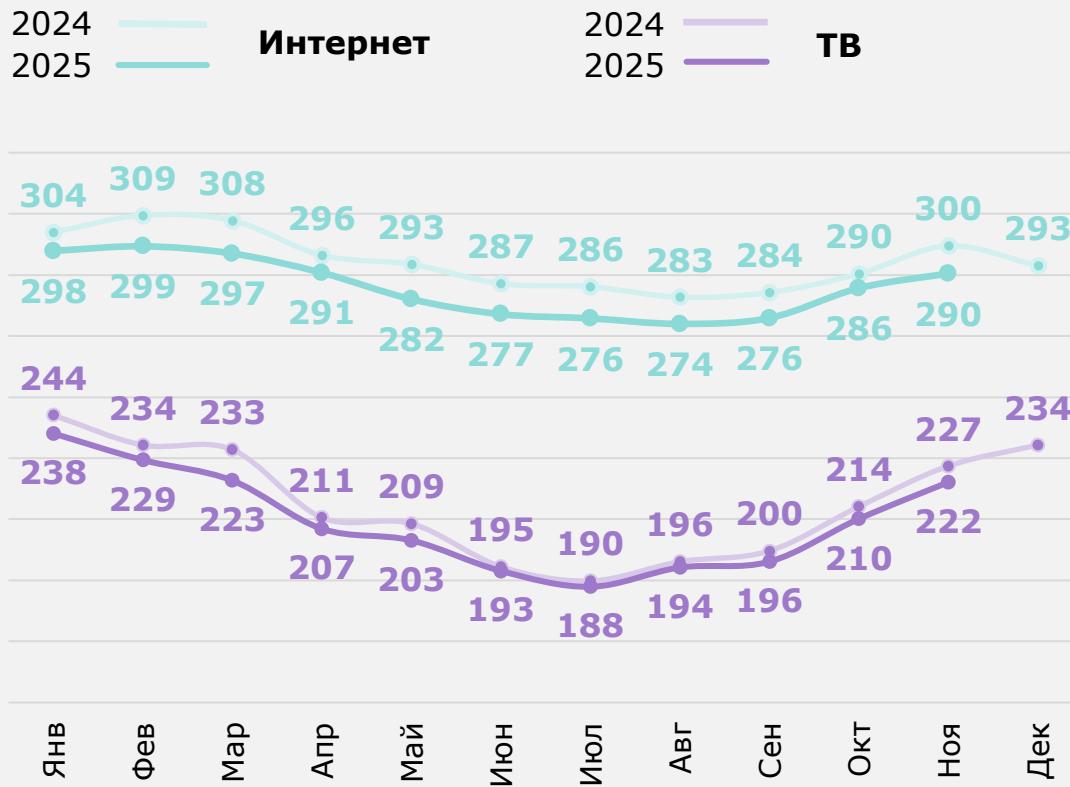
	12+	12-24	25-44	45-64	65+
Июнь'24	-7%	-6%	-17%	-5%	-3%
Июль'24	-7%	-10%	-14%	-6%	-3%
Август'24	-4%	-1%	-11%	-2%	-1%
Сентябрь'24	-5%	-4%	-12%	-5%	-1%
Октябрь'24	-5%	+3%	-11%	-5%	-1%
Ноябрь'24	-2%	+5%	-9%	-2%	+1%
Декабрь'24	-3%	+2%	-7%	-3%	0%
Январь'25	-2%	-2%	-7%	-3%	0%
Февраль'25	-2%	-2%	-6%	-3%	0%
Март'25	-4%	-7%	-7%	-5%	-3%
Апрель'25	-2%	-1%	-5%	-2%	-1%
Май'25	-3%	-5%	-6%	-3%	-1%
Июнь'25	-1%	+1%	-3%	-1%	0%
Июль'25	-1%	+6%	-5%	-2%	0%
Август'25	-1%	0%	-3%	-2%	+1%
Сентябрь'25	-2%	-3%	-3%	-3%	0%
Октябрь'25	-2%	-2%	-2%	-4%	0%
Ноябрь'25	-2%	-2%	-5%	-4%	0%

Источник: Mediascope, ТВ Индекс, Россия 0+, без внедомашнего телесмотрения

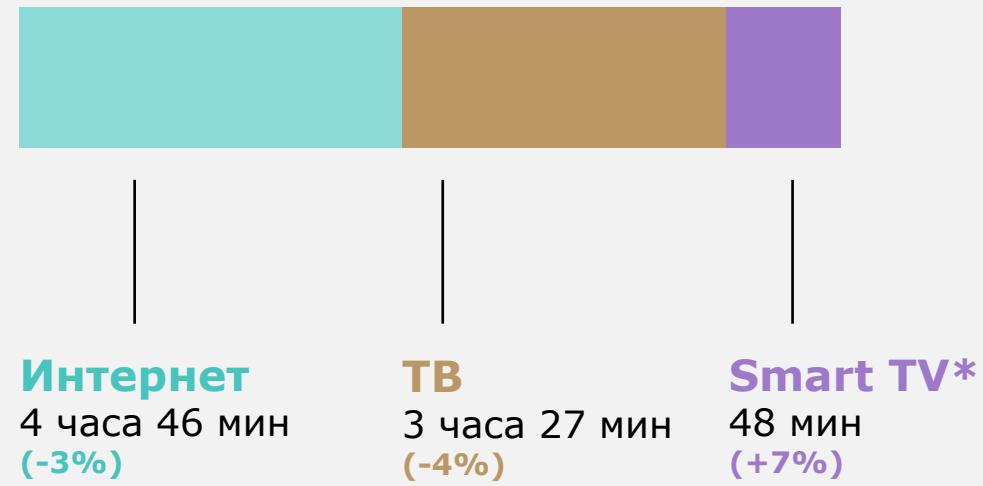
Однако интернет-пользование пострадало от замедления YouTube и может пострадать еще от блокировки Roblox

При этом рост Smart TV* на +7%

Минуты в день



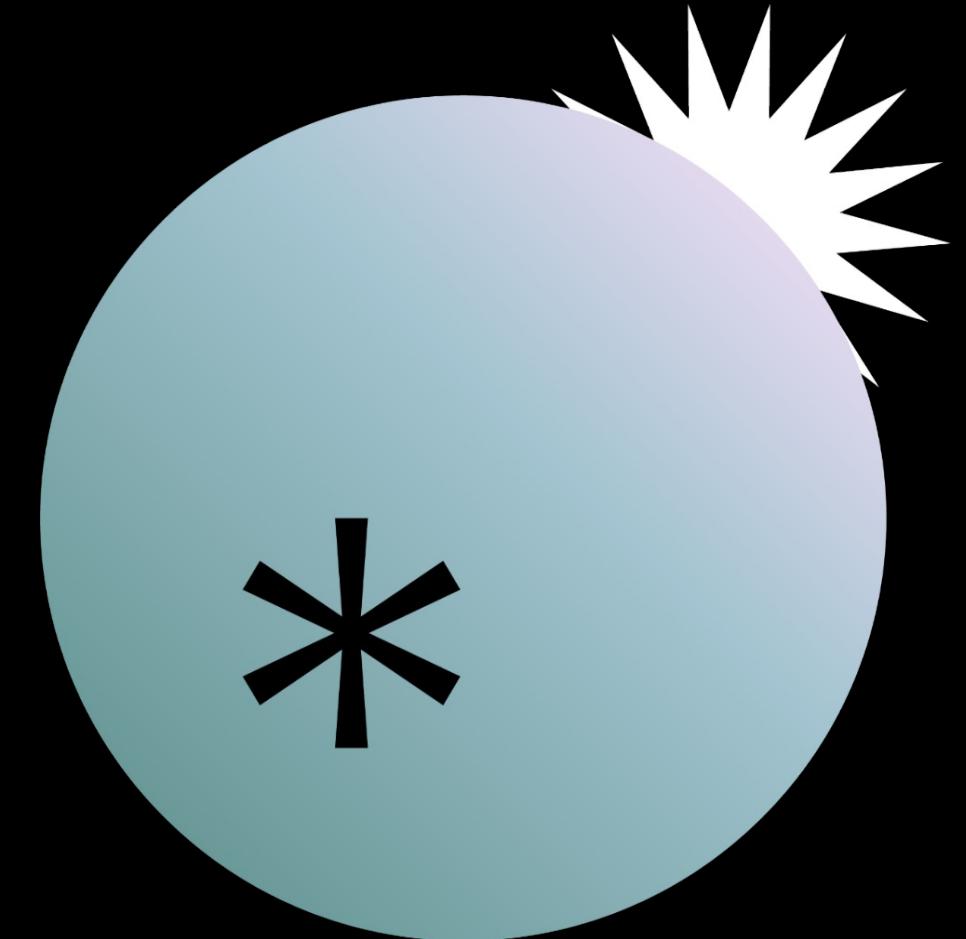
Минуты в день



Источник: Mediascope, ТВ Индекс без внедомашнего телесмотрения; CrossWeb; Россия 0+, Все 12+;
*Other TV set



Медиарынок



АКАР – оценка динамики рынка уменьшается с каждым новым кварталом...

	Оценка динамики медиарынка		
	RORE прогноз 22.09	АКАР	RORE прогноз 18.12
	2025/2024	Q1-Q3 2025 / 2024	2025/2024
Телевидение	10%..13%	8%	
Интернет с ритейл-медиа	22%..28%	N/A	
Интернет. Традиционные сегменты	10%..13%	9%	
Ритейл-медиа	40%..50%	N/A	
Наружная реклама	12%..15%	12%	
Аудио	0%..5%	-5%	
Пресса	-5%..0%	-5%	
Всего с ритейл-медиа	19%..24%	N/A	
Всего без ритейл-медиа	10%..13%	8%	

Источник: «Родная Речь»

ТВ – улучшение динамики GRPs у крупных рекламодателей и замедление роста TV shops дает надежду на 10% рост

Топ-20 рекламодателей, федеральное ТВ

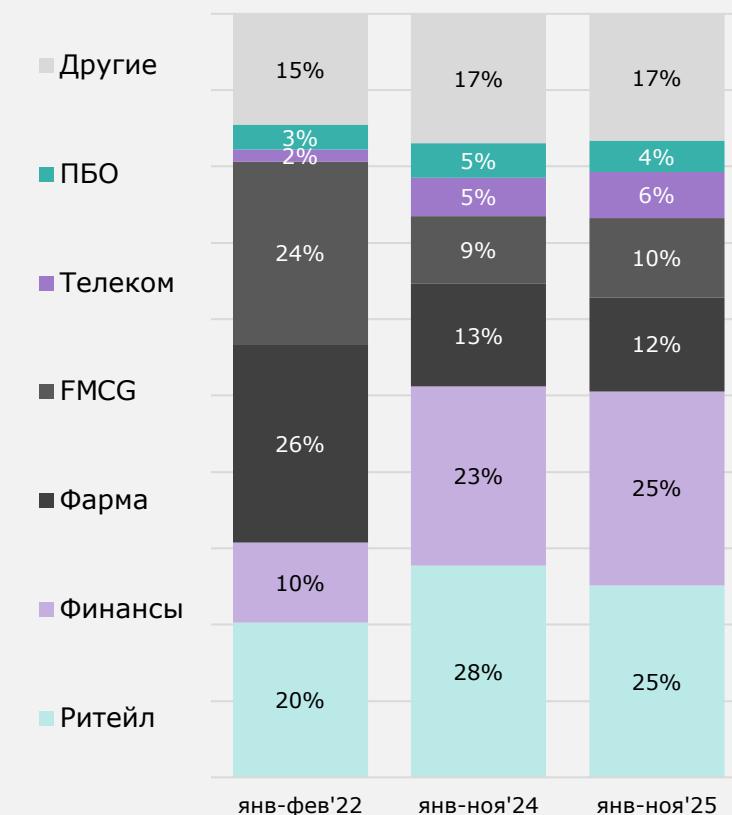
Включая внедомашний просмотр

#	Рекламодатель	GRP 20" 18+		2025 к 2024
		Янв-Ноя'25	Янв-Ноя'24	
1	Сбер	224 727	280 604	-20% (-30%*)
2	ВТБ	145 439	102 679	42%
3	Т-Технологии (Т-Банк)	129 075	130 992	-1%
4	Альфа-Банк	122 201	108 529	13%
5	Леомакс	101 721	80 165	27% (34%)
6	Интернет-Решения (Озон)	96 085	124 014	-23% (-20%)
7	Keh Ekommerts (Авито)	83 555	57 419	46%
8	Wildberries	77 348	29 219	165%
9	Вкусно - и точка	70 031	65 154	7%
10	Яндекс	65 570	90 807	-28% (-38%)
11	Otctrpharm	62 144	40 731	53%
12	Мегафон	57 027	57 557	-1%
13	Совкомбанк	56 814	52 855	7%
14	МТС	53 303	49 915	7%
15	Тандер	51 661	55 816	-7%
16	Home Shopping Россия	45 558	37 831	20% (33%)
17	Эвалар	40 346	48 905	-18%
18	X5 Group	37 933	33 861	12%
19	Binnopharm Group	33 041	28 166	17%
20	T2	32 956	29 564	11%
Топ-20 рекламодателей		1 586 536	1 504 782	5%
Итого рынок		2 617 387	2 545 902	3%

* Динамика за период Январь-Август

Источник: Mediascope, ТВ Индекс, Россия 0+, 05:00 – 29:00, сеть+орбита, вкл. внедомашнее телесмотрение

Распределение ТВ-инвентаря (20" GRPs 18+) между категориями



ТВ: ожидаем достижение 10% роста по итогам года

	Оценка динамики медиарынка		
	RORE прогноз 22.09	АКАР	RORE прогноз 18.12
	2025/2024	Q1-Q3 2025 / 2024	2025/2024
Телевидение	10%..13%	8%	10%



В отличие от предыдущих лет, дополнительный спрос в течение года уменьшился. Близка к Равна нулю вероятность возвращения в телеэфир международных компаний



Многие рекламодатели воспользовались возможным контрактным сокращением на 2%/5%



Перенёсшие активность на осень рекламодатели намерены приложить прикладывают усилия для выполнения сделок

Интернет: рост традиционного сегмента +10%, ритейл-медиа +50%

	Оценка динамики медиарынка		
	RORE прогноз 22.09	АКАР	RORE прогноз 18.12
	2025/2024	Q1-Q3 2025 / 2024	2025/2024
Интернет с ритейл-медиа	23%..28%	N/A	26%
Интернет. Традиционные сегменты	10%..13%	9%	10%
Ритейл-медиа	40%..50%	N/A	50%

Традиционные сегменты – по-прежнему есть надежда на достижение прогнозируемых ранее 13% роста, так как замедление рынка уже ощущалось в 2024 году (низкая база Q4). Однако к уменьшению роста крупных игроков добавился фактор снижения активности МСБ, что может приблизить динамику рынка к 10%

Ритейл-медиа по-прежнему развивается колоссальными темпами и имеет все шансы достичь 50% роста по итогам года. Однако продолжающиеся меры по охлаждению экономики могут привести к существенному снижению инвестиций от МСБ, что может понизить годовую динамику до 40% в пессимистичном сценарии

ООН покажет самую большую динамику среди традиционных медиа

	Оценка динамики медиарынка		
	RORE прогноз 22.09	АКАР	RORE прогноз 18.12
	2025/2024	Q1-Q3 2025 / 2024	2025/2024
Наружная реклама	12%..15%	12%	12%



Несмотря на снижение прогноза, ООН является лидером по росту рекламных инвестиций среди традиционных медиа в 2025 году



RWB чувствует себя значительно более уверенно по сравнению с оставшимися конкурентами (в том числе за счет пакетных продаж селлерам Wildberries)



Впервые за последние годы наблюдается баланс спроса и предложения

Рынок сохранит двузначный рост в 2025 году даже в традиционных медиасегментах

	Оценка динамики медиарынка		
	RORE прогноз 22.09	АКАР	RORE прогноз 18.12
	2025/2024	Q1-Q3 2025 / 2024	2025/2024
Телевидение	10%..13%	8%	10%
Интернет с ритейл-медиа	22%..28%	N/A	26%
Интернет. Традиционные сегменты	10%..13%	9%	10%
Ритейл-медиа	40%..50%	N/A	50%
Наружная реклама	12%..15%	12%	12%
Аудио	0%..5%	-5%	0%
Пресса	-5%..0%	-5%	-2,5%
Всего с ритейл-медиа	19%..24%	N/A	22%
Всего без ритейл-медиа	10%..13%	8%	10%

Источник: «Родная Речь»

Впервые за последние годы рост рекламных инвестиций в традиционные медиа вряд ли достигнет 10% в 2026 году

	Оценка объема и динамики медиарынка 2026		
	Объем млрд руб.	Динамика %	Объем млрд руб.
	2025	2026/2025	2026
Телевидение	272	10%..15%	300..313
Интернет с ритейл-медиа	1168	17%..30%	1369..1513
Интернет. Традиционные сегменты	597	5%..10%	627..657
Ритейл-медиа	571	30%..50%	742..856
Наружная реклама	109	5%..10%	114..120
Аудио	24	0%..5%	24..25
Пресса	5	-5%..0%	5..5
Всего с ритейл-медиа	1578	15%..25%	1811..1976
Всего без ритейл-медиа	1007	6%..11%	1069..1119

Источник: «Родная Речь»

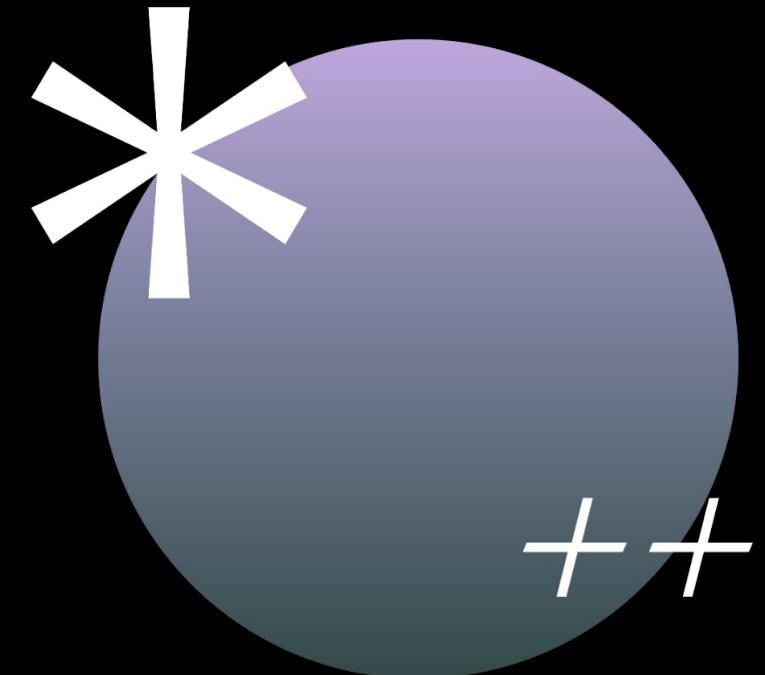
...что приводит к снижению инфляционных ожиданий везде, кроме ТВ

	Прогноз объема медиарынка, млрд руб.	Прогноз динамики и медиаинфляции в 2026 году		Комментарий
		2026	Динамика объема	
Телевидение	300..313	10%..15%	15%..40%*	Более 70% инвентаря 2026 продано в ранних сделках
	1369..1513	17%..30%		
Интернет. Традиционные сегменты	627..657	5%..10%	5%..15%	Инфляция соответствует росту рынка
Ритейл-медиа	742..856	30%..50%	10%..30%	Прогнозируем достаточное количество инвентаря для демпфирования инфляции vs рост рынка
Наружная реклама	114..120	5%..10%	5%..15%	Разная ценовая политика у операторов
Аудио	24..25	0%..5%	0%..5%	Инфляция соответствует росту рынка
Пресса	5..5	-5%..0%	3%..5%	Стоимость производства требует увеличения цен
Всего с ритейл-медиа	1811..1976	15%..25%	11%..22%	
Всего без ритейл-медиа	1069..1119	6%..11%	11%..17%	

* Среднерыночная бинговая инфляция сделок при росте бюджета менее 25%

Источник: «Родная Речь»

Изменения в диджитал-рекламе



Яндекс расширяет инвентарь за пределами привычных форматов

Яндекс



Яндекс Директ: цифровые экраны в отделениях Почты России

- Уже **200 цифровых экранов** в офисах Почты России с наиболее высоким трафиком
- В будущем — **500 экранов** в почтовых отделениях Москвы, Санкт-Петербурга и областях
- Рекламодатель может выбирать** период показа, место и время

Интеграция Яндекс Плюс AdTech в систему Плюса

Объединение рекламных возможностей:

- Медиаподдержка в контентных сервисах Яндекса: Кинопоиск, Музыка, Книги и Афиша
- Форматы: видео, баннеры, спецпроекты
- Инструменты мотивации в партнерской программе лояльности Свои Плюсы
- Стимулирование покупки с Яндекс Пэй и Сплитом



Видеопроприжение приложений с замером атрибуции

Место показа:

На Connected TV — в приложении Кинопоиска и других киносервисах, перед видеоконтентом на Яндекс ТВ и в браузерах на телевизорах

На десктопах — в видеосети и рекламной сети Яндекса

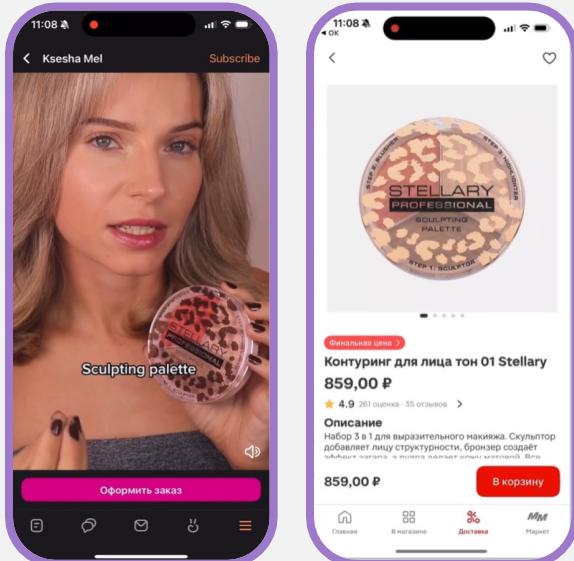
Кросс-девайс атрибуция конверсий к показу

Доступно для трекеров Adjust и AppsFlyer. Скоро — для AppMetrica



Покупки в лентах социальных сетей ВКонтакте и Одноклассники

- ВКонтакте представил новый формат шопинга — «шопсы»
- Одноклассники — тестирование покупок товаров из видео. Первый партнер — Магнит Косметик



VK Реклама ввела новый инструмент для снижения рекламных расходов

Технология Full Stream Attribution (FSA) напрямую передает события из сайта или приложения сразу в рекламную систему VK. FSA сокращает время передачи данных до 90 секунд

VK Реклама завершила консолидацию всех продуктов в одном кабинете

В начале 2026 года будут упразднены старые кабинеты ВКонтакте и MyTarget и будет доступен один общий кабинет



Реклама и технологии Авито становятся доступнее



**Кабинет Авито Рекламы
стал доступен
индивидуальным
предпринимателям**

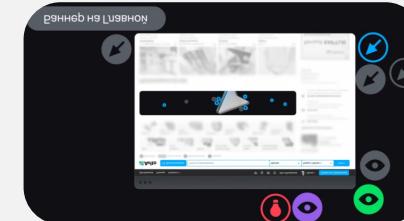
Минимальный депозит — 5 000 руб.

**Доступны новые
таргетинги:**

- премиум-аудитория,
- страхование,
- здоровье и красота

Расширение форматов

Баннер на главной



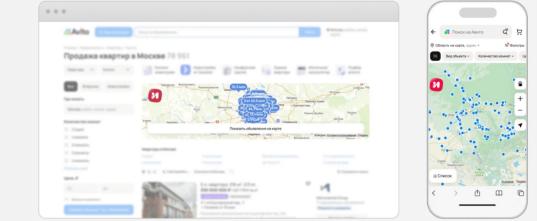
Отображается на первом
экране сайта
и приложения сразу
после открытия. Доступен
на всех устройствах.
Модель оплаты - CPM

Баннер на всю высоту экрана



Баннер занимает всю
высоту экрана,
пропорция 1:3.
В десктопной версии
сайта Авито —
в поисковой выдаче
и карточках объявлений

«Объекты на карте»



Изображение бренда
закреплено в левом
верхнем углу карты.
По клику появляется
баннер с информацией
и кнопкой для перехода
на посадочную страницу

Пополнение инвентаря от Rutube

RUTUBE[®]

ГПМ Реклама и RUTUBE запустили новый рекламный формат – баннер Masthead

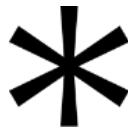


- **Емкость:** 100 млн показов / мес.
- **Таргетинги:** соц-дем, гео, интересы и другие параметры

Rutube запустит собственную рекламную платформу в 2026

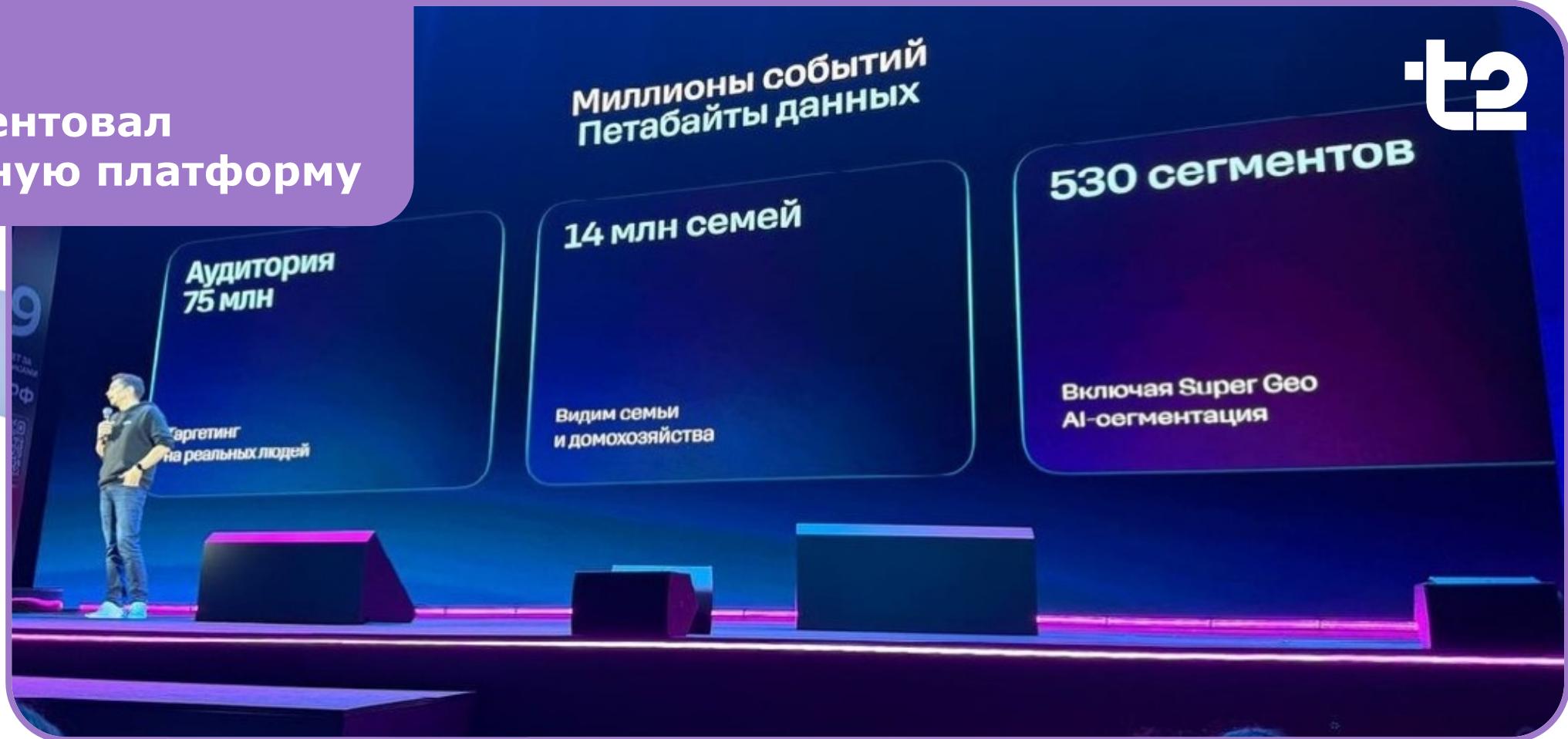
- **Платформы:** Web, приложение и Smart TV
- **Формат:** in-stream
- **Охват аудитории:** 77 млн человек

++



Телеком-операторы продолжают развивать рекламный стрим

t2 презентовал рекламную платформу



2025. Главное

Рост монетизации инвентаря у «нерекламных» игроков

- Рекламный кабинет Авито
- Расширение медиакита у Т-Банка и Альфа-Банка
- Платформа t2
- Доступность таргетингов в ТГ Ads от всех телеком-операторов

Выход за пределы традиционных диджитал-форматов

- Яндекс DOOH с Магнитом
- Экраны Яндекса в отделениях Почты России
- Растущий тренд на Smart TV

Трансформация поисковой рекламы

GEO GEO GEO GEO GEO
GEO GEO GEO GEO GEO
GEO GEO GEO GEO GEO

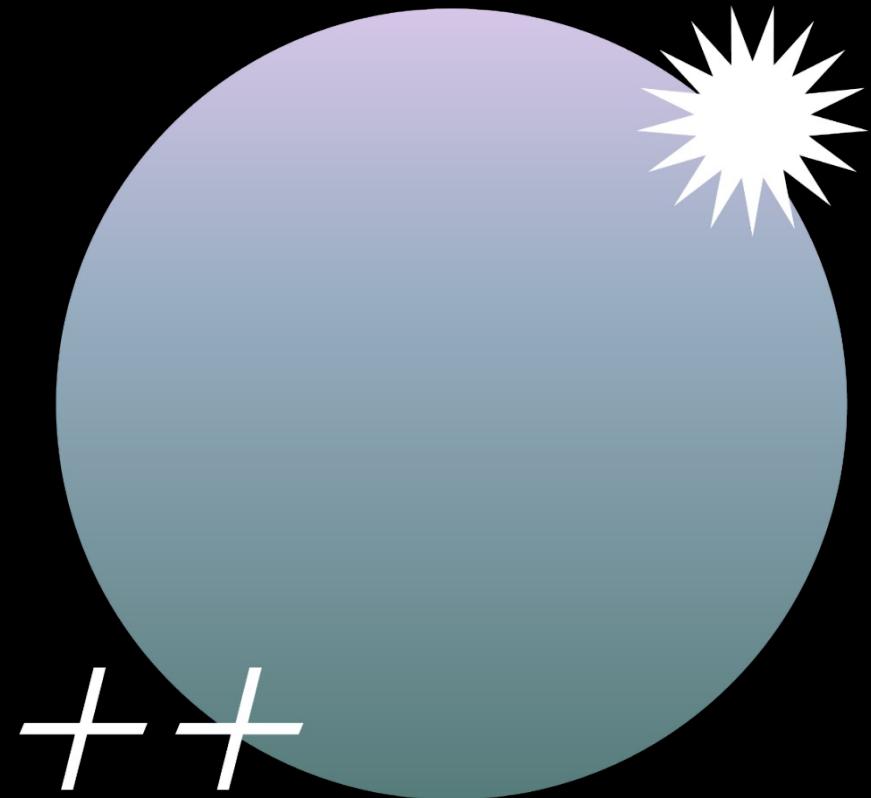
AI автоматизации

- Генерация креативов
- Сегментация аудитории
- Оптимизация рекламных кампаний



Продолжится в 2026

Изменения в ритейл-медиа

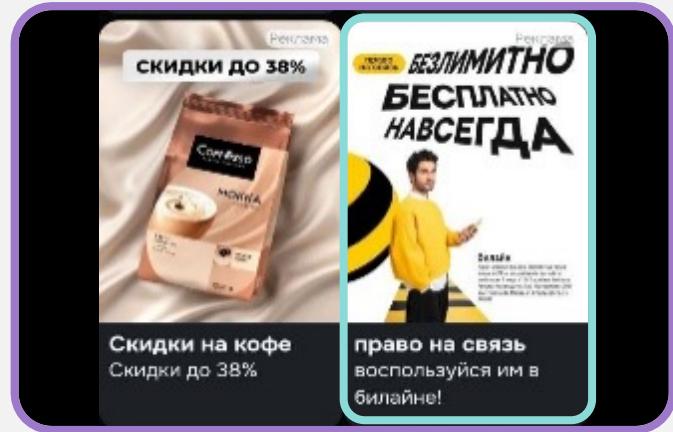


Расширение и развитие медийного инвентаря онлайн-ритейлеров

OZON

Нативный баннер

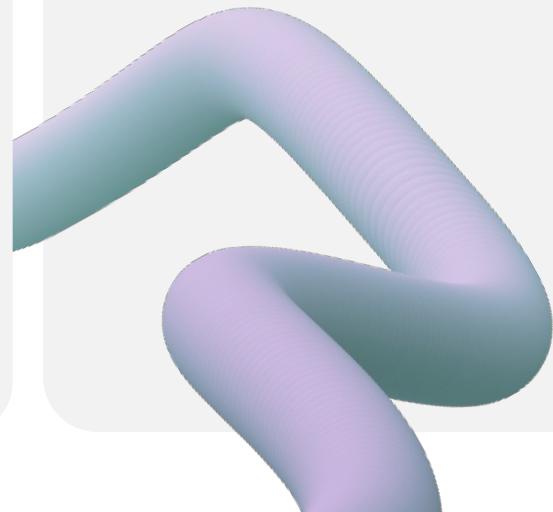
- Пока доступен в тестовом режиме
- 1-я волна теста: 30.10-13.11.2025
- 2-я волна теста: 08-22.12.2025
- Модель оплаты: CPM
- Места размещения: мобильное приложение



wildberries

Реклама в ПВЗ и новые таргетинги

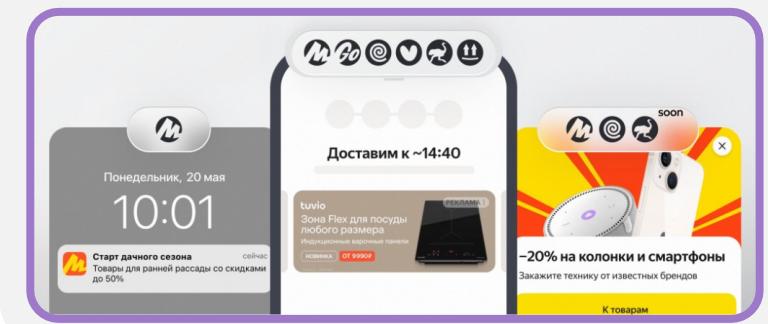
- Запуск рекламы на экранах в ПВЗ через рекламный кабинет
- Ретаргетинг на пользователей, которые увидят рекламу в ПВЗ
- Таргетинг на B2B-аудиторию
- Доступно для click-in и click-out клиентов



UrbanAds

Формат «Места в пути» в Go и видеоэкраны в такси

- Формат «Места в пути» в Go (CTR 1,1%)
- Видеореклама на планшетах в такси в Москве (с ноября 500 машин, до конца года — 2500 машин)



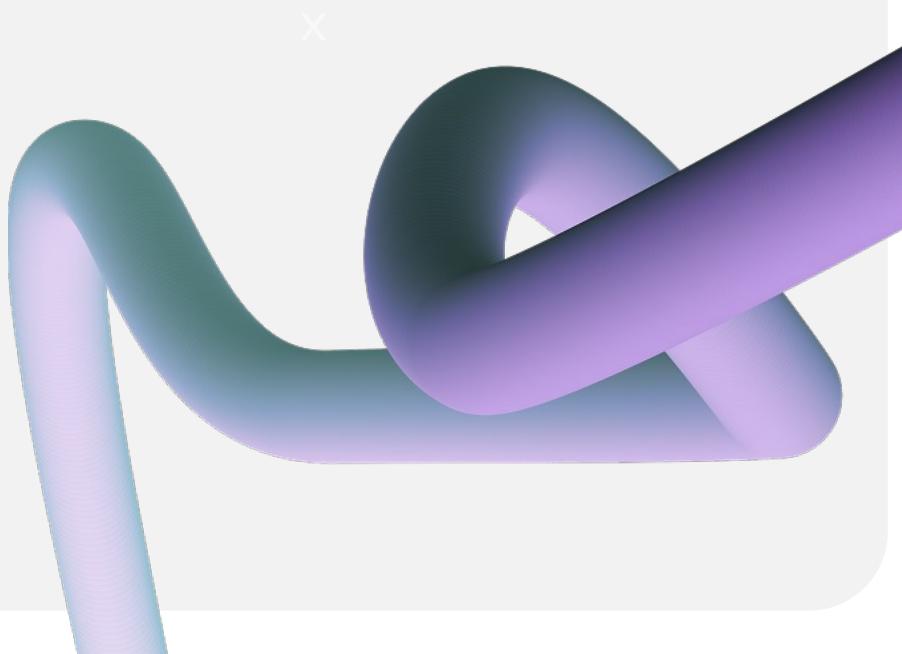
Обновления товарных форматов онлайн-ритейлеров

wildberries



Отдельные ставки для поисковых запросов

- Позволит выбирать нужные кластеры запросов и назначать на них свой СРМ
- Отминусовать можно не более 10 кластеров без повышения стоимости на оставшиеся



wildberries



Запуск брендовых полок

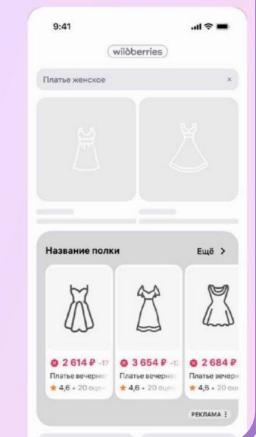
- Инструмент появился в обновленном кабинете WB Медиа
- Показываться будет на 6-й строке поисковой выдачи
- Объявления подбираются под запрос покупателя
- Пока доступно только для одежды

Брендовая полка

Брендовая полка — это блок с подборкой ваших товаров в поисковой выдаче Wildberries.

Брендовые полки показываются [только в мобильном приложении](#) — на 6-й строке поисковой выдачи. Они подбираются под поисковый запрос покупателя.

Полка выглядит как отдельный блок с заголовком и подборкой карточек товаров, в которые покупатели сразу могут перейти.



Еще больше возможностей для продавцов и брендов

OZON

Развитие social commerce

Шопсы в VK

Публикации товарных карточек в VK, по которым можно совершить покупку на Ozon

Ozon Bloggers — программа для авторов **телеграм-каналов** в режиме бета-теста

- Доступны разнообразные форматы публикаций
- Авторы получают % вознаграждения за приведенные покупки

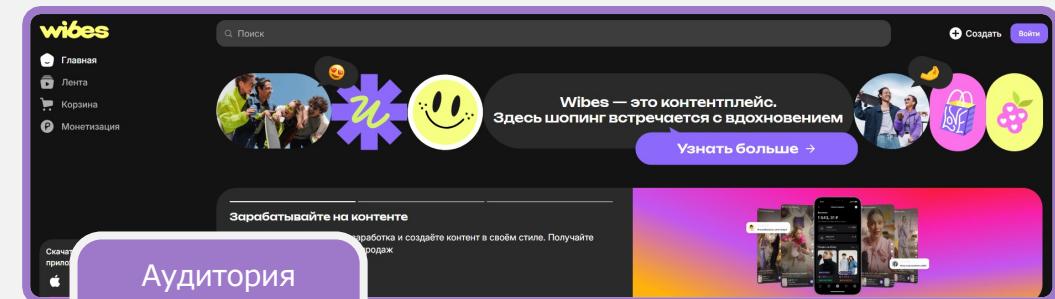
*

wildberries

Продвижение контента в Wibes

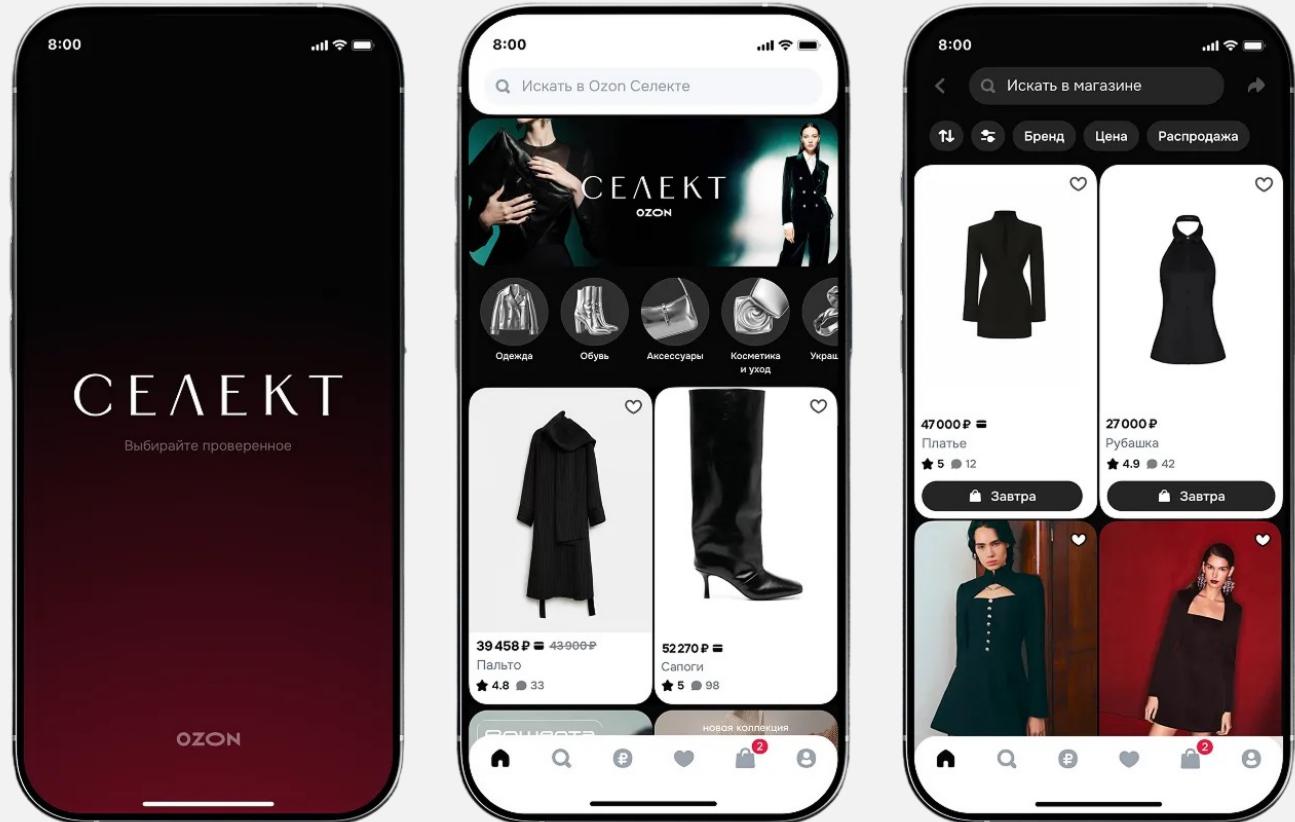
На платформе у части селлеров появился раздел «Продвижение»

- Места показов: лента и поиск
- Минимальная ставка CPV — 250 руб.
- Возможны настройки таргетингов по интересам пользователей



Ozon Селект запущен в декабре

- Приложение для брендов среднего и премиального сегментов
- Ассортимент тщательно отбирается специалистами Ozon
- Качеству упаковки и доставки будет уделено отдельное внимание
- Продвижение в товарной полке доступно для брендов, которые входят в сервис Селект

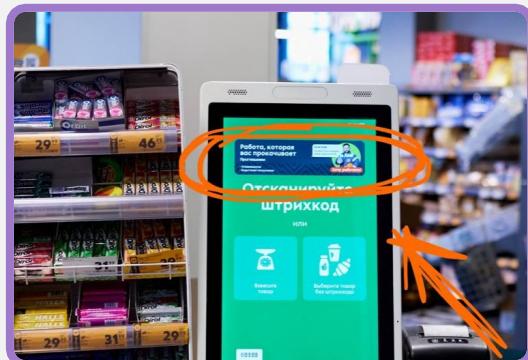


Развитие онлайн и офлайн-форматов у омни-ритейлеров



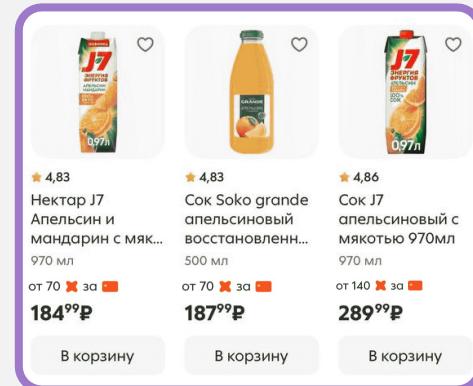
Видеобаннеры на кассах самообслуживания

- Показ в верхней части экрана КСО перед каждым сеансом использования
- Доступны на 50к устройствах в 19к магазинах Пятёрочки
- Потенциальный охват — до 17,4 млн человек ежедневно



Реклама в поиске приложения

- На верхних позициях в поиске приложения Пятёрочки теперь предусмотрено три промоместа
- Нативный формат, который выглядит как обычная карточка
- Планирование и запуск РК через X5 Media



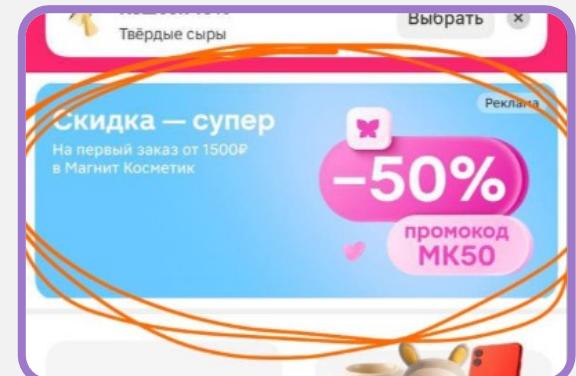
Digital-shelf баннер в офлайне

- Пока доступен в магазинах у дома в ЦАО Москвы, но в планах расширение ГЕО



Него-баннер в приложении

- Закупка по СРМ через менеджеров Магнит Ads
- Средний CTR — 0,9%
- Доступен click-out
- Верификация показов и кликов для click-out размещения через Weborama и Adriver Media



2025

Онлайн-ритейл борется за медиийные бюджеты (click-out)

Запуски новых форматов (в том числе офлайн — ПВЗ), кабинетов, верификация, масштабирование JVP

Офлайн-«тяжеловесы» по-настоящему вступили в игру за ритейл-медиа

Развитие AD Tech направлений X5 и Magnit

Экосистемы объединяют инвентарь вокруг e-сом

Запуск Яндексом Urban Ads и Яндекс Retail Media сети

2026

Развитие онлайн-ритейлеров как медиаплощадок

Будут наращивать инвентарь и способы его монетизации

Сближение офлайна и онлайн

Игроки будут активно предлагать синергию форматов, как следствие планирование будет кросс-канальным

Появление новых платформ и технологий, новых игроков

Появления новых игроков, объединения и присоединения нишевых игроков

Ритейл-медиа будет самым быстрорастущим и крупным рекламным каналом

За счет качественного и количественного развития инвентаря

(ecom)

Онлайн курс «Еком-маркетолог – ключевой игрок для роста бизнеса»

Для тех, кто хочет стать экспертом в разработке стратегии продвижения брендов на еком-площадках

4 модуля
20 уроков
40 часов практики

Эксперты из компаний:
OZON, WB, «Яндекс»,
Билайн, Urban ads
и др.

Рынок е-ритейл
Платформы и контент
Инструменты
Продвижения
Метрики/аналитика

Старт 26 января 2026 года



Скидка по промокоду

медиаландшафт



Контент

Заметно сегодня, актуально завтра

Инфлюенс, сошиал и ИИ, гейминг

++

Гейминг: контроль во благо?

Игры стали инструментом политического влияния на умы подрастающего поколения

РИА Новости

РИА Новости

Россияне сообщают о сбоях в работе игры Roblox – н...

! Роскомнадзор заблокировал Roblox в России из-за массового и неоднократного распространения материалов экстремистского характера.

1 17:15

В Кремле ответили на вопрос о блокировке Roblox в России

Песков: очень много детей прислали письма на прямую линию с Путиным

Сакина Нуриева



тасс

В ОП высказались за скорейшее создание отечественного аналога Roblox

Создать российскую платформу с подобной игрой важно для детей в стране, отметил заместитель секретаря Общественной палаты Владислав Гриб

Свой аналог Roblox хотят запустить в России — тему [подняли](#) в Общественной палате после волны детских обращений к властям.

В Госдуме попросили Роскомнадзор проверить Call of Duty на русофобию

Депутат Делягин попросил проверить на русофобию игры серии Call of Duty

Ирина Иорданова



⚡ Minecraft могут заблокировать в России вслед за Roblox, предупредили эксперты



* **Переход активности в серую зону**

* **Больше возможностей для мошенников**



* **Челночные блокировки и запреты**

* **Актуальная тема кибербезопасности юных игроков**

Гейминг. Коллаборации драйвят долгосрочный интерес

Особенно с развлекательными франшизами



Тарантино снял пропущенную главу из «Убить Билла» под названием «Месть Юки» совместно с Epic Games с моделями персонажей из Fortnite



Событие в Warface «Светлое прошлое» в коллаборации с Atomic Heart



Продюсерский центр «Яндекса» разрабатывает игру «Киберслав: Затмение»

Гейминг. Рост популярности оффлайна

Колизеумы вместо Сохо



>3200

киберспортивных
клубов (300+ в Мск)

3,5ч

в среднем за
визит

80%

привлекает
атмосфера

Источник: LANGAME, Coliseum, 2Gis

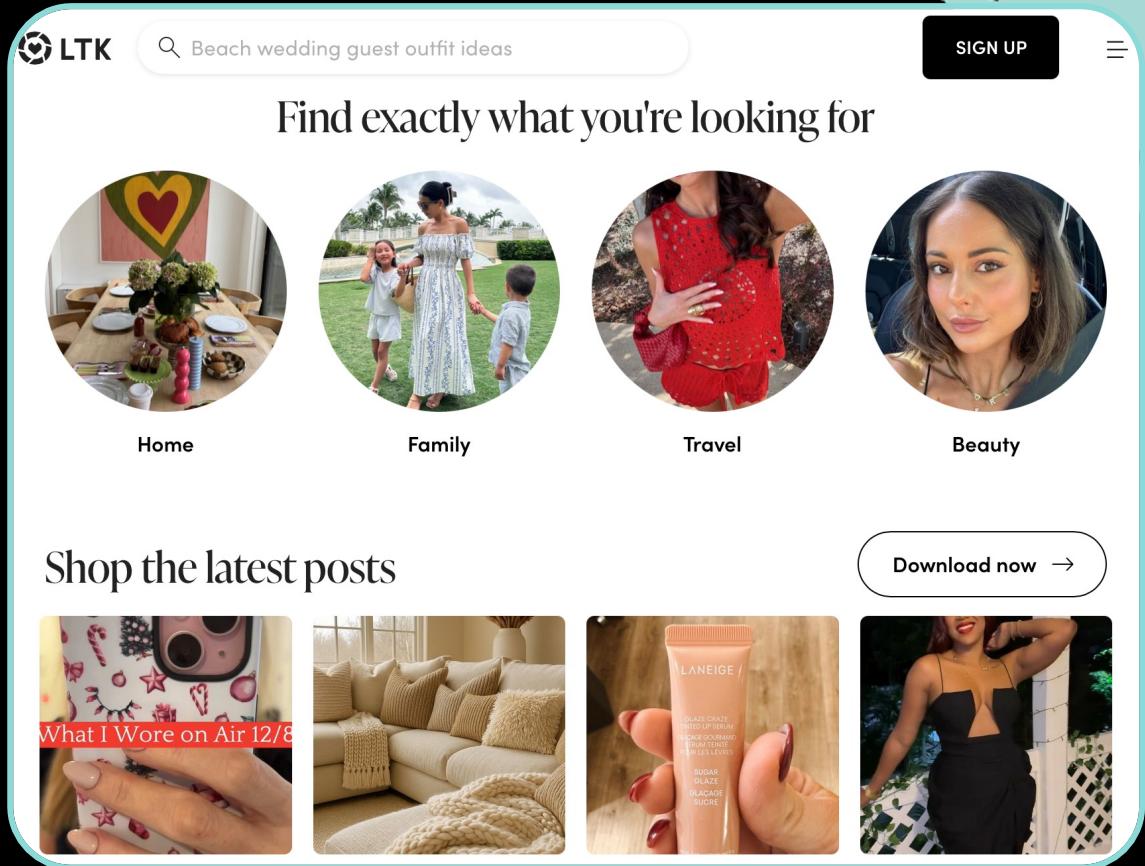
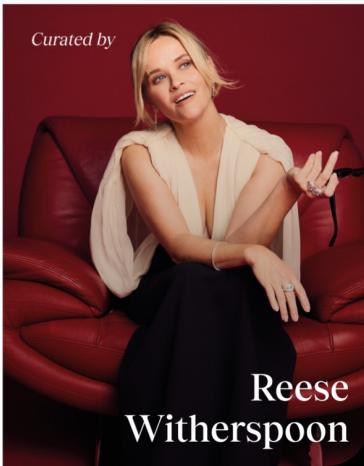
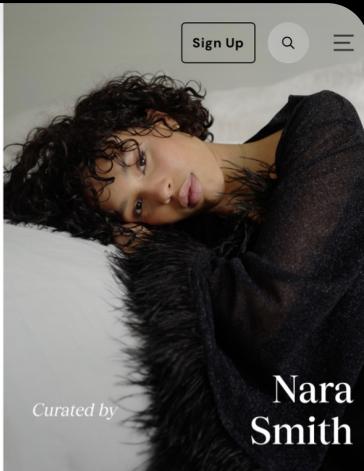


Компания *RWB* подала заявку на регистрацию товарного
знака с игровым щитом и надписью *GG WB*
по пяти классам международной классификации товаров
и услуг. В их числе: игровые онлайн-услуги и услуги
в области электронного спорта, аренда времени доступа
к интернету ...

ждем битву франшиз?

Новая фаза экономики креаторов

Инфлюенсеры из рекламных щитов превращаются в ритейлеров



LTK Beach wedding guest outfit ideas SIGN UP

Find exactly what you're looking for

Home Family Travel Beauty

Shop the latest posts

Download now →

What I Wore on Air 12/8

Если раньше покупки по рекомендациям были хаотичными — через ссылки в био и аффилиатные программы, — теперь появляются платформы вроде LTK, ShopMy и Flag, которые активно работают и позволяют оформлять покупки прямо в ленте

Экономика креаторов по-русски

В пунктах выдачи Ozon появятся зоны для съемки контента о товарах



Озон запускает зоны для съемки анпакинг-контента прямо в ПВЗ

VK запускает Шопсы — публикации с товарными карточками, по которым можно совершить покупку

Avito Партнёрская сеть

Зарабатывайте до 15% с каждого заказа

Возможность для тех, у кого есть аудитория. Рассказывайте читателям и зрителям о нашем сервисе: им — скидки, вам — вознаграждение.

Стать партнёром



В партнерской программе лояльности Авито блогеры смогут зарабатывать до 15% за новых клиентов

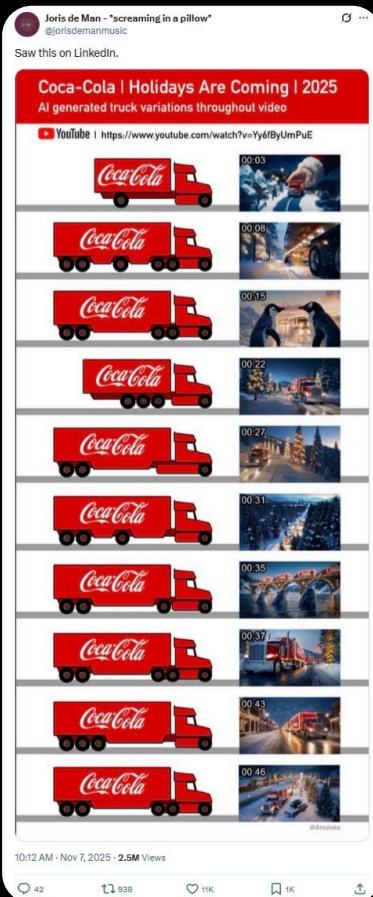


Как это отразится на:

- Качестве контента?
- Кошельке?
- Доверии?

Вы ведь уже заметили, как много стало ИИ в ленте

Эксперименты простых креаторов VS плохой тон от брендов



MCDONALD'S HAS RELEASED AN AI-GENERATED CHRISTMAS AD. THE CREATORS SAY THEY HARDLY SLEPT FOR WEEKS WHILE WRITING PROMPTS, ADDING, "AI DIDN'T MAKE THIS FILM, WE DID"

THE AD WAS REMOVED AFTER BACKLASH FROM VIEWERS

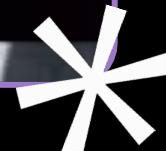
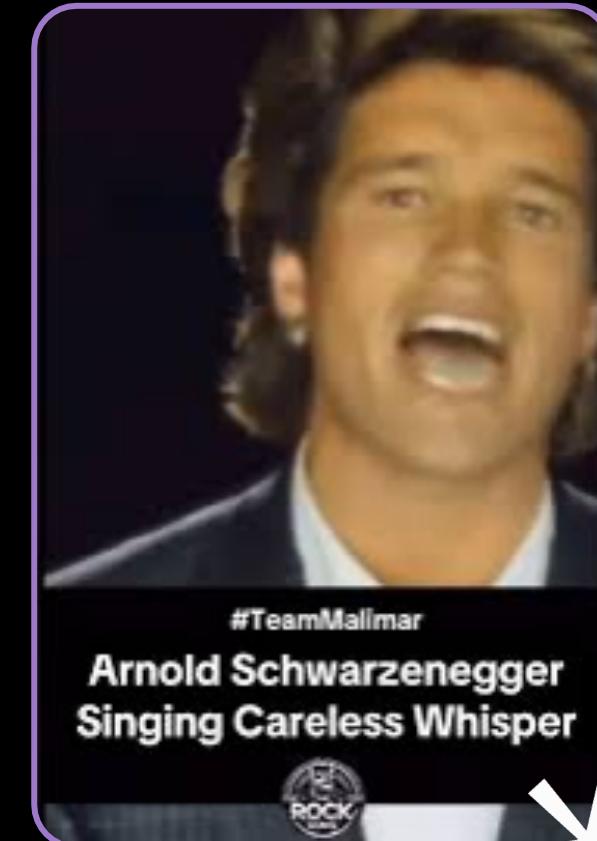


And the cookies burned too.



- * Не забывать об основах рекламы
- * Использовать ИИ целесообразно
- * Избегать эффекта Зловещей долины
- * Ставить качество и исполнительское мастерство в деталях превыше трендов и оптимизации

Визуальный + аудио ИИ-контент
удлиняет ленту и повышает конкуренцию
за внимание аудитории



Тут будет ролик с
символикой Meta –
запрещенной в РФ

RORE

группа
компаний
родная
речь

Хотите ещё больше инсайтов?

Подписывайтесь на нас в Telegram!

