

# Retail Media

Как производители товаров воспринимают  
и используют новый канал продвижения

Реклама

Январь 2026



# Методология

Ресурсы, источники, период



## Данные онлайн-опроса Яндекса на b2b access-панели

Маркетологи всех уровней (от UA-менеджеров до СМО), управляющие маркетинговыми бюджетами

Время проведения опроса —  
ноябрь - декабрь 2025 г.



## Профиль компаний

Компании-вендоры малого-среднего и крупного бизнеса, продающие товары на онлайн-площадках независимого есот и маркетплейсах из следующих индустрий: фарма, товары для авто (автозапчасти), БТиЭ, FMCG, Beauty, Fashion, детские товары, спорттовары, мебель, товары для строительства и ремонта.



## Объем выборки

400 респондентов

# 82%

## производителей товаров знакомы с ритейл-медиа

28% компаний ассоциируют ритейл-медиа исключительно с маркетплейсами, не учитывая рекламные размещения на сайтах и в приложениях независимых интернет-магазинов

В: Что из нижеперечисленного, на ваш взгляд, относится к ритейл-медиа? (Открытый вопрос)



Знаете ли вы, что такое ритейл-медиа?



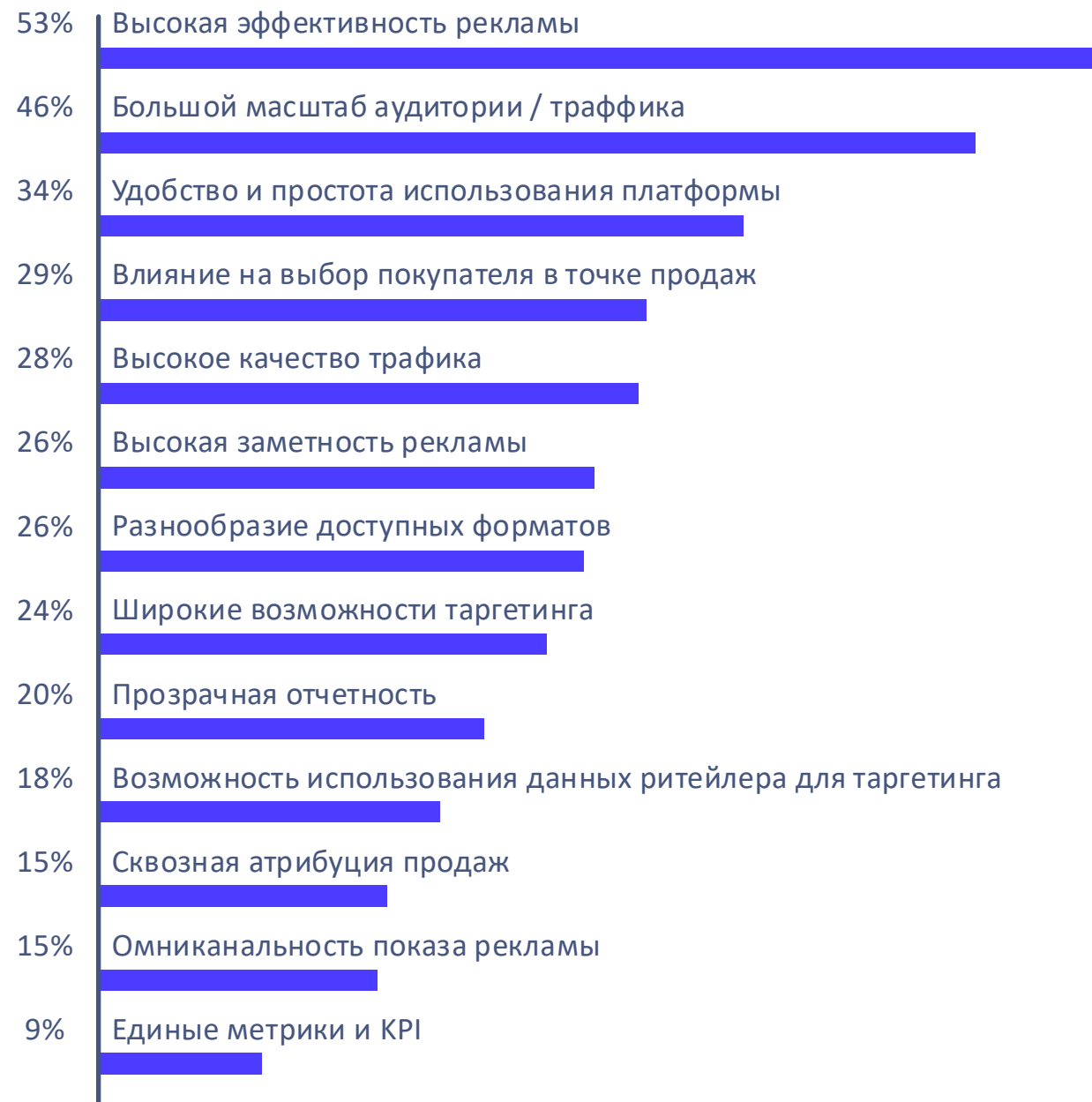
Данные опроса Яндекса на b2b access-панели, РФ, ноя-дек 2025, маркетологи компаний-вендоров, 400 респондентов

# Основной драйвер размещения в ритейл-медиа - высокая эффективность рекламы



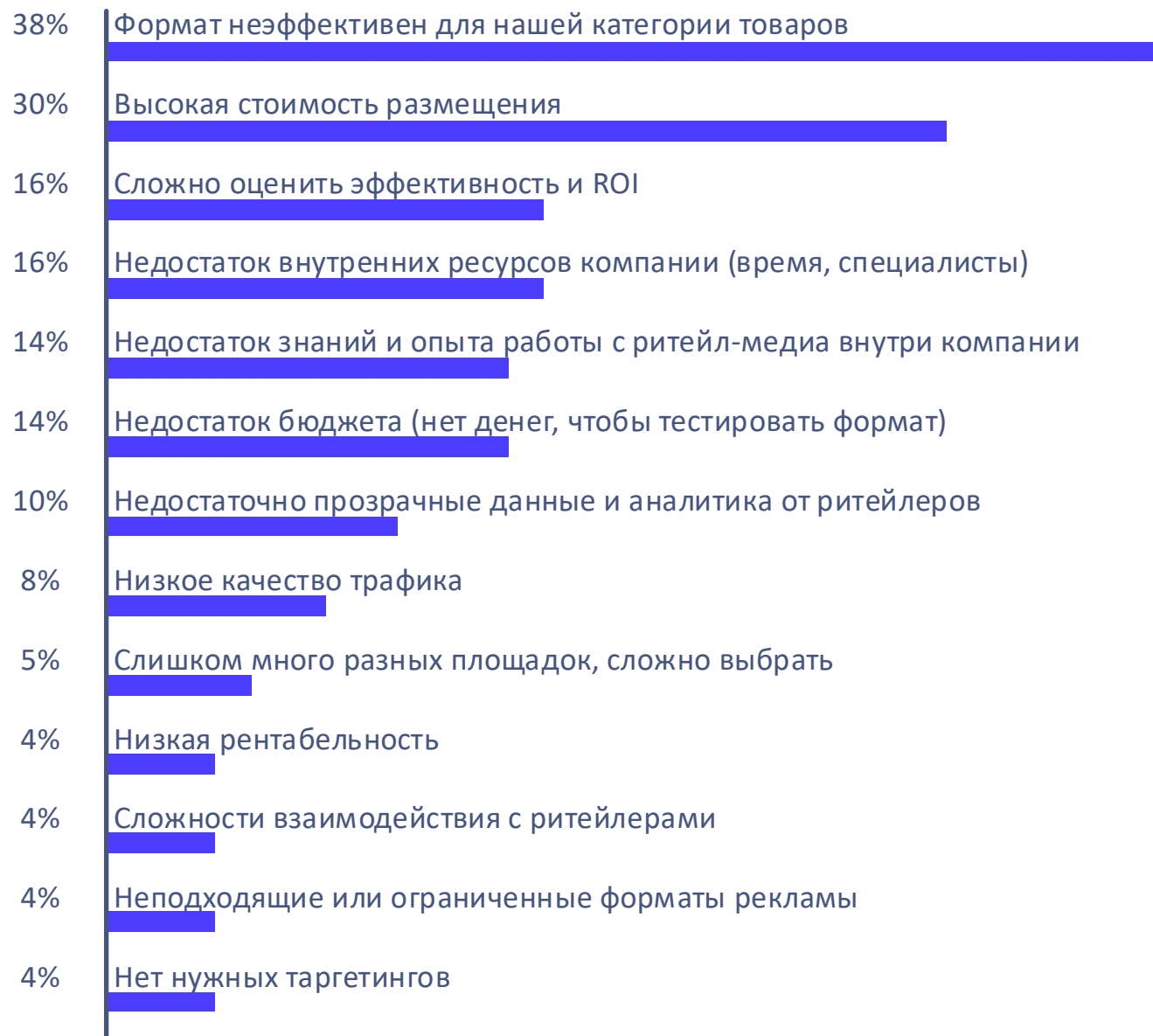
Данные опроса Яндекса на b2b access-панели, РФ, ноя-дек 2025, маркетологи компаний-вендоров, 400 респондента

В: Какие преимущества ритейл-медиа наиболее важны для вас?



Главными барьерами для продвижения в ритейл-медиа остаются высокая стоимость (30% респондентов) и сложность оценки эффективности (16%)

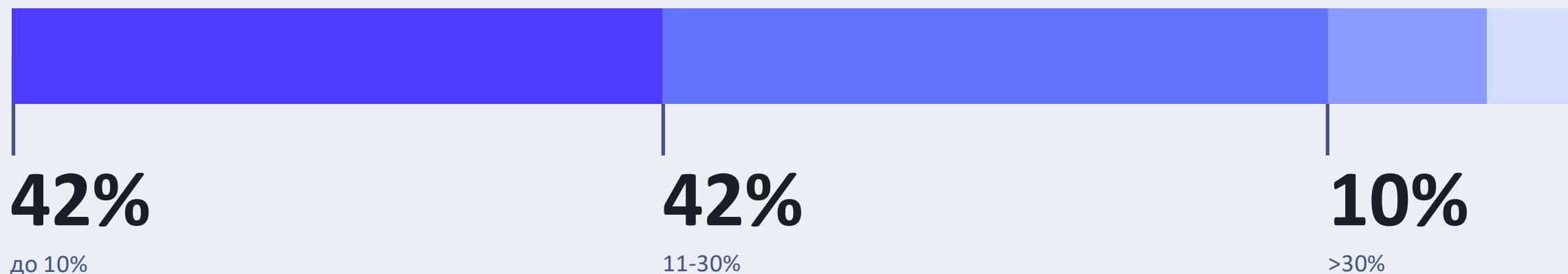
В: Почему ваша компания в настоящий момент не размещается на ритейл-медиа платформах?



# 86% производителей размещаются на ритейл-медиа платформах \*

Среди них у 84% на этот канал приходилось до трети всех рекламных расходов

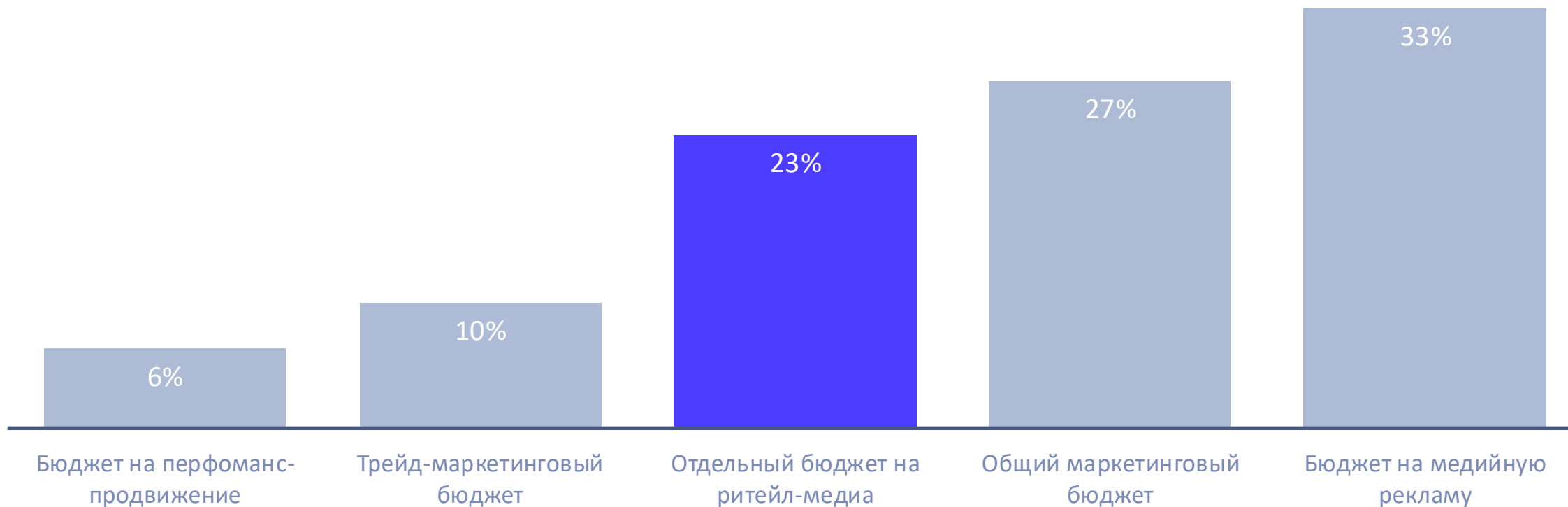
В: Какую долю от общего рекламного бюджета занимают траты на ритейл-медиа?



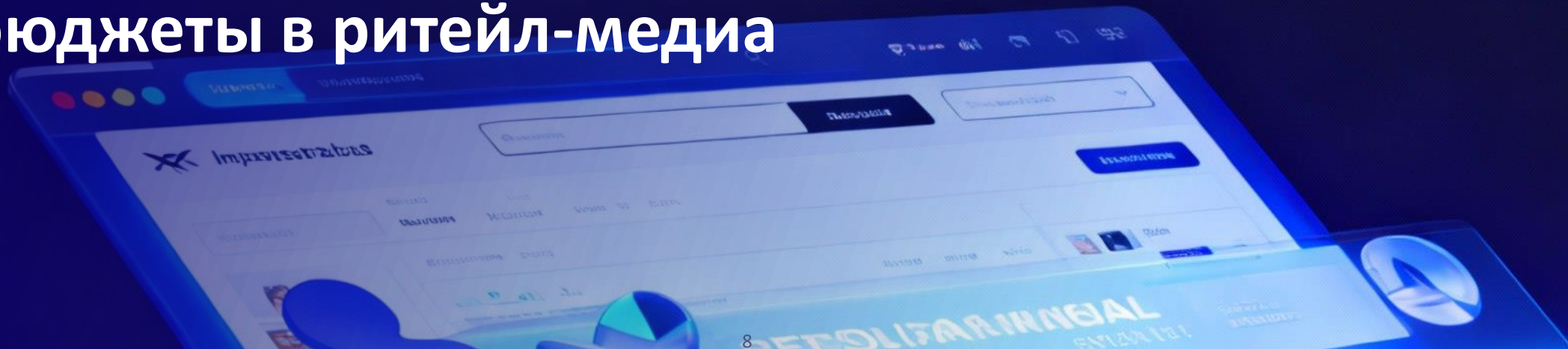
6% затруднились ответить

\* В: На каких ритейл-медиа платформах вы размещаетесь в настоящий момент? Выбор из списка платформ  
Данные опроса Яндекса на b2b access-панели, РФ, ноя-дек 2025, маркетологи компаний-вендоров, 400 респондентов

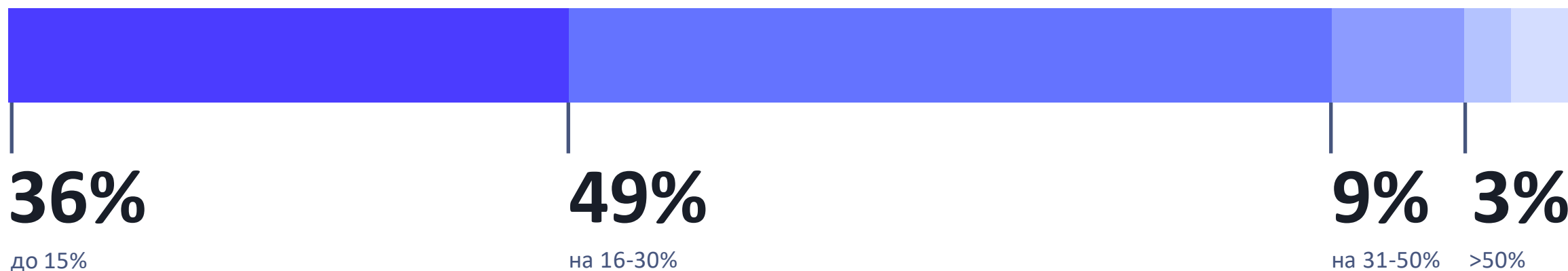
# 23% поставщиков уже закладывают бюджеты на ритейл-медиа отдельной строкой в своих маркетинговых расходах



# 52% производителей товаров планируют увеличить бюджеты в ритейл-медиа



Среди них планируют рост бюджетов



3% затруднились ответить

Данные опроса Яндекса на b2b access-панели, РФ, ноя-дек 2025, маркетологи компаний-вендоров, 400 респондентов