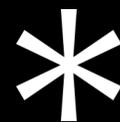


RORE

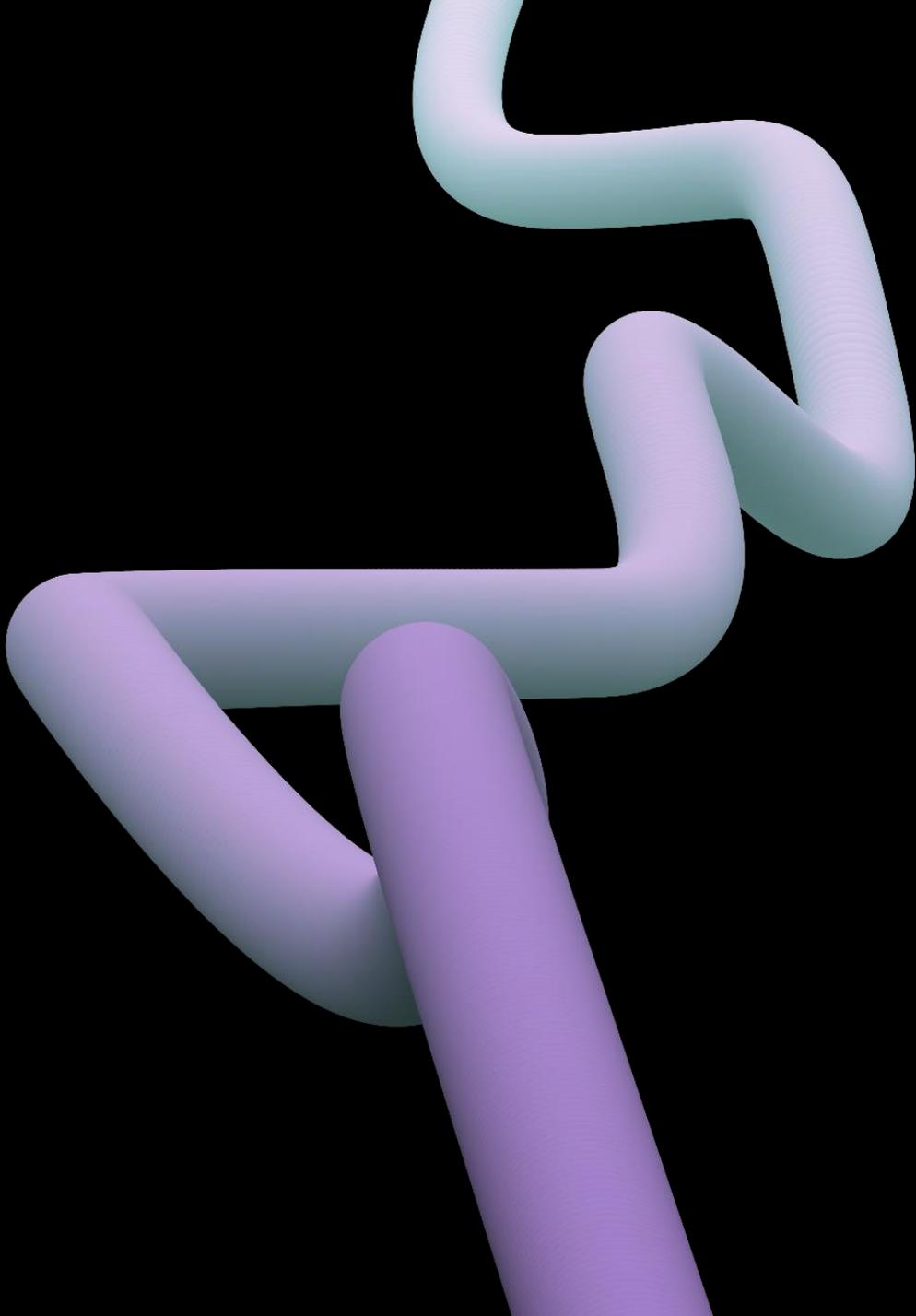
группа
компаний
родная
речь



Изменение медиаландшафта

Март 2026

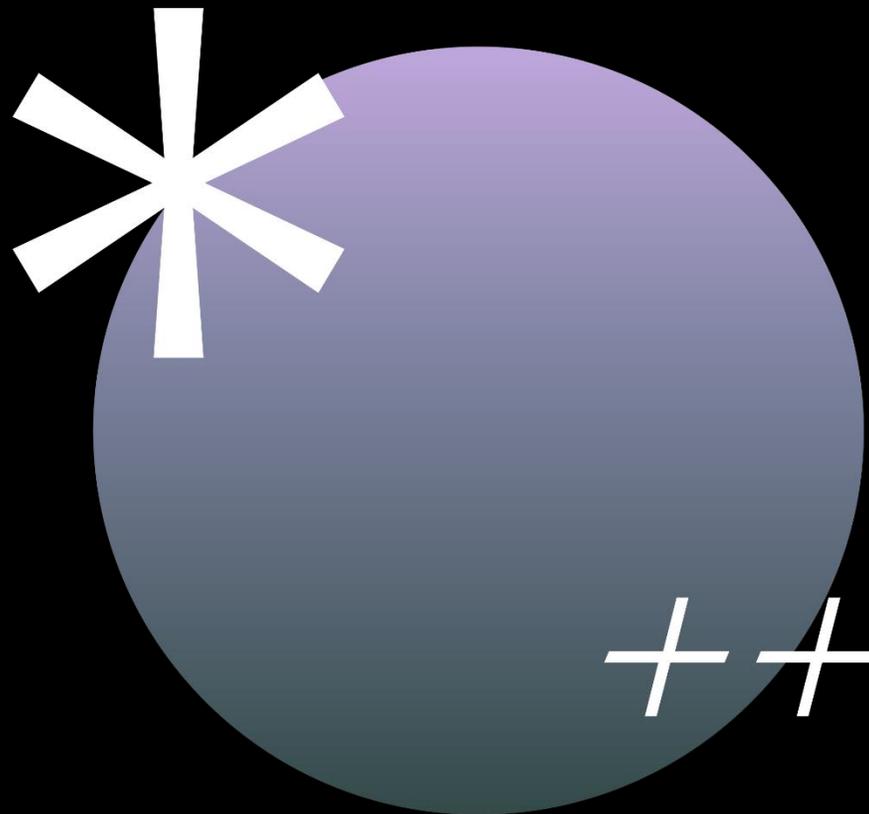




Содержание ++

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

Экономика и потребитель



Замедление экономики России

Показатель г/г, %	2024 факт	2025 факт*	2026 прогноз
ВВП	+4.9 было +4.3	+1	+1.3 +0.8 — консервативный
Реально располагаемые доходы	+8.2	+7.4 было +3.8	+2.1 +1.6 — консервативный
Оборот розничной торговли <small>сопоставимые цены</small>	+7.7	+2.6	+1.1 +0.3 — консервативный
Потребительская инфляция <small>г/г</small>	+8.5	+8.7	+4
Безработица	2.5	2.2 было 2.3	2.3-2.6

Источник: Факт — Росстат (*первая оценка), Прогноз — МЭР РФ (сен'25)

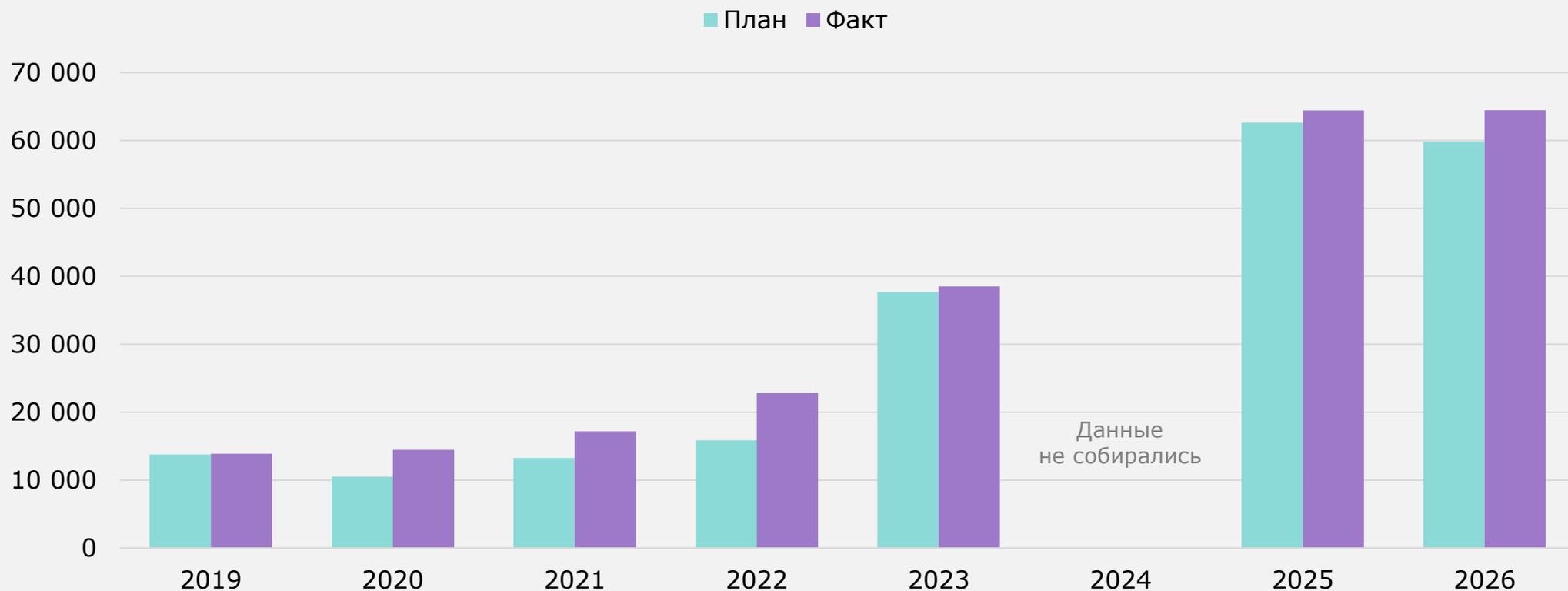


Новый год встретили в режиме экономии

Однако планировали потратить меньше, чем получилось по факту



Сколько примерно денег вы потратили на празднование Нового года? (руб.)



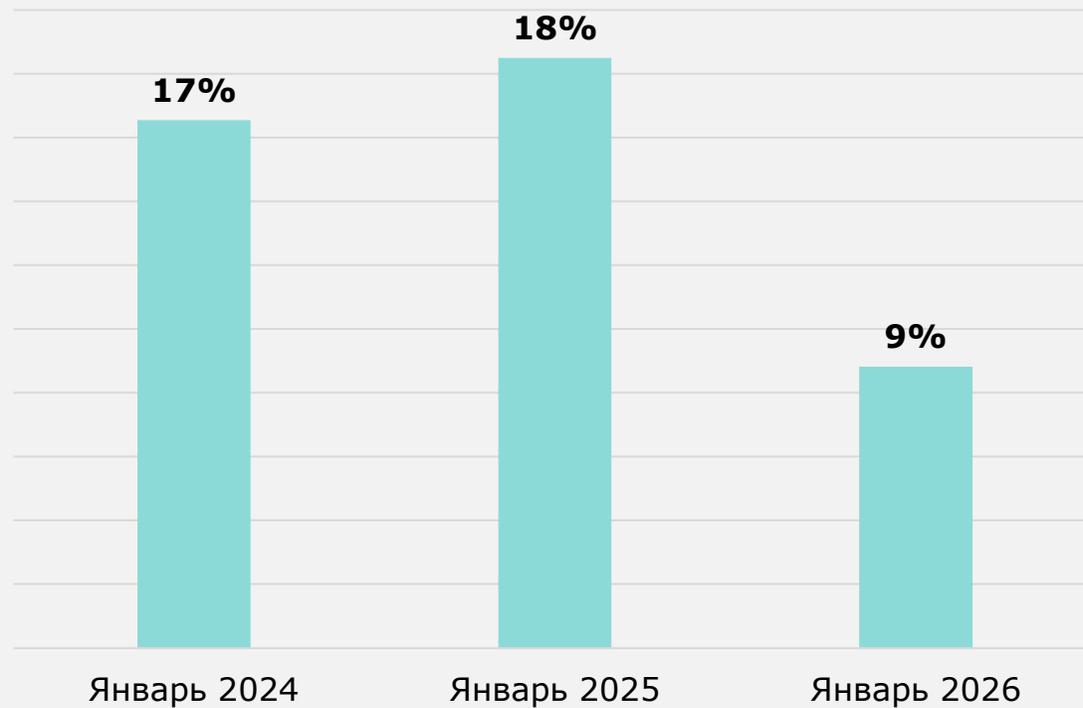
Источник: ВЦИОМ, Все 18+, Россия, янв 2026

Замедление динамики расходов вдвое



Драйвером снижения стал сектор продуктов питания

Изменение потребительских расходов, % г/г Все категории



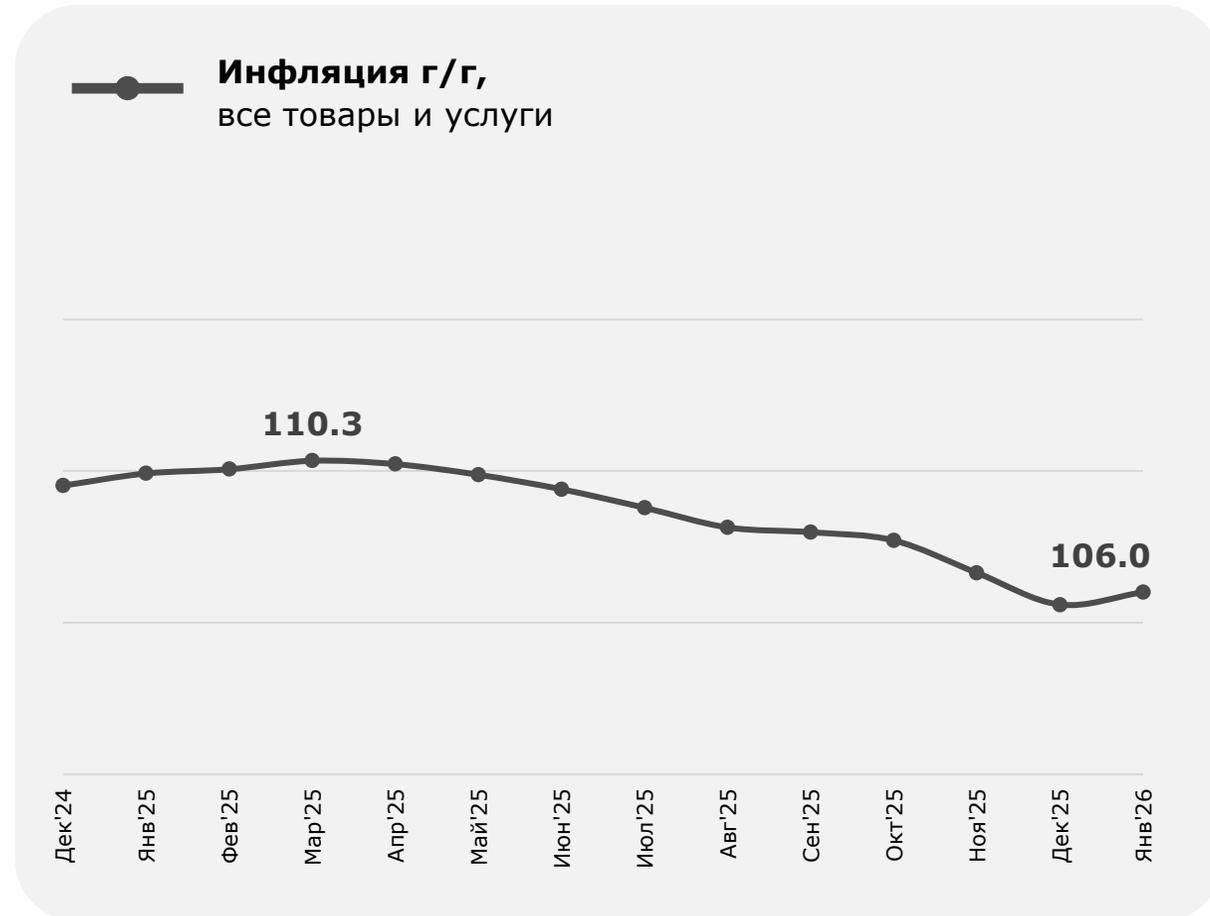
Изменение потребительских расходов, % г/г



Рост цен начал замедляться на фоне снижения внутреннего спроса



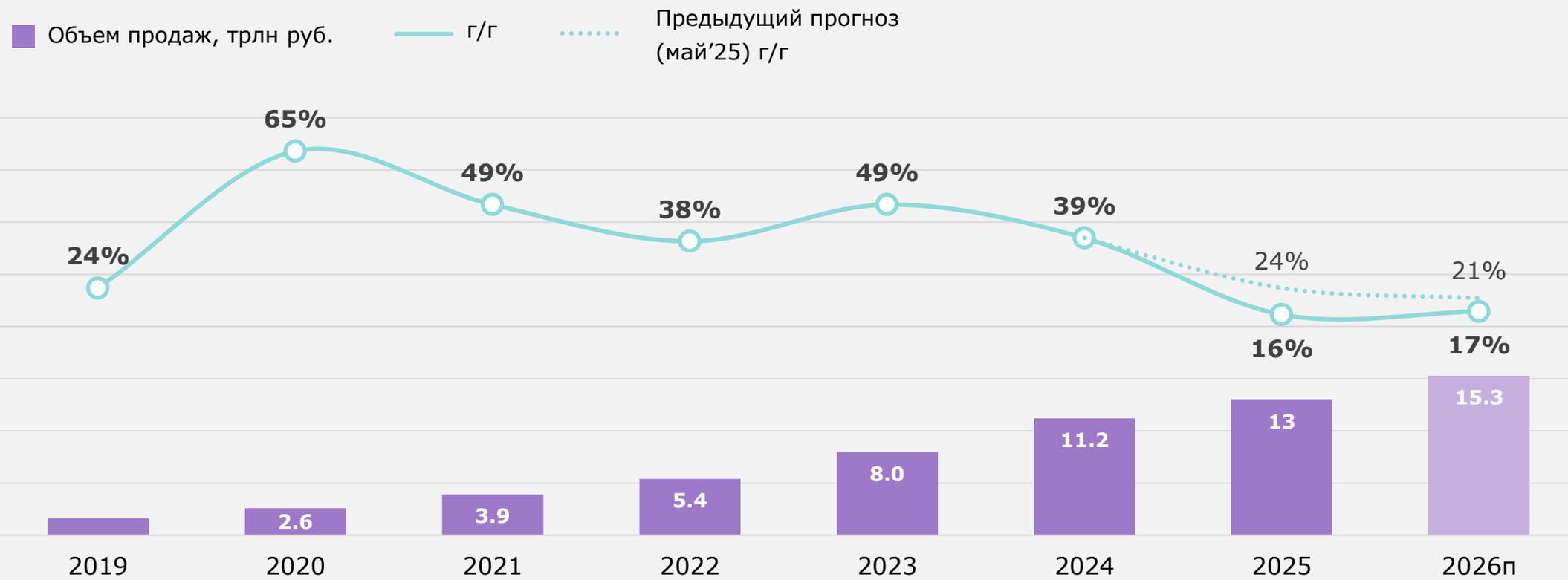
Что позволило ЦБ снизить ключевую ставку **до 15.5%**



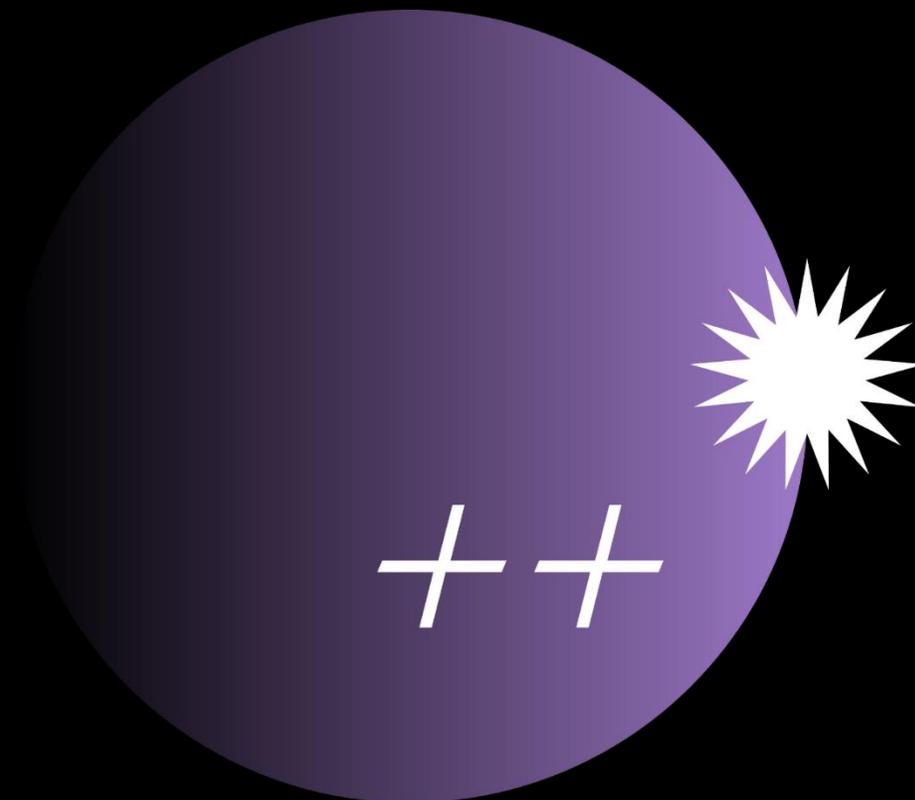
E-com показал рост ниже ожиданий по итогам 2025-го

Драйвером роста стали продукты питания +23%, хотя ещё в сентябре ожидали +37%.
Остальные непродовольственные категории выросли на уровне инфляции

Динамика объема продаж e-com



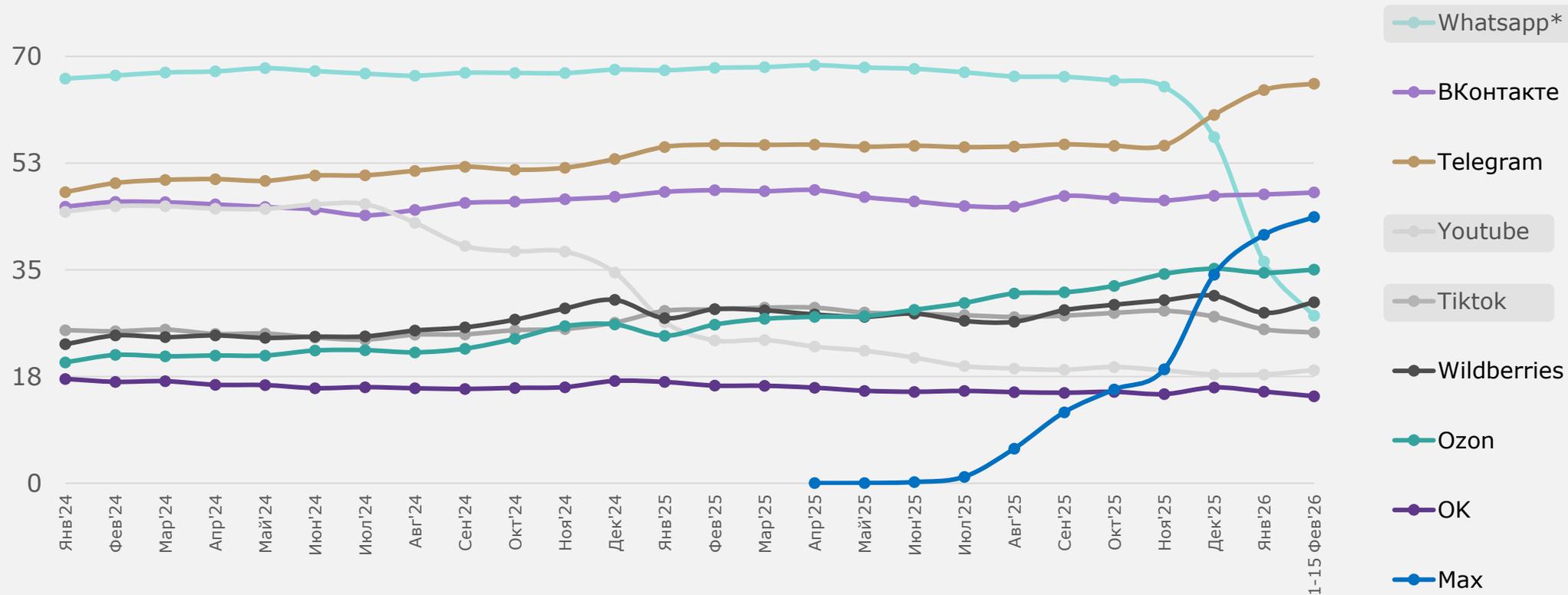
Медиапотребление



Деглобализация медиа усиливается

Процесс замедления WhatsApp* привёл к снижению его аудитории. На этом фоне отмечается заметный рост мессенджеров Max и Telegram

Крупнейшие площадки ключевых интернет-тематик, **дневной охват %**



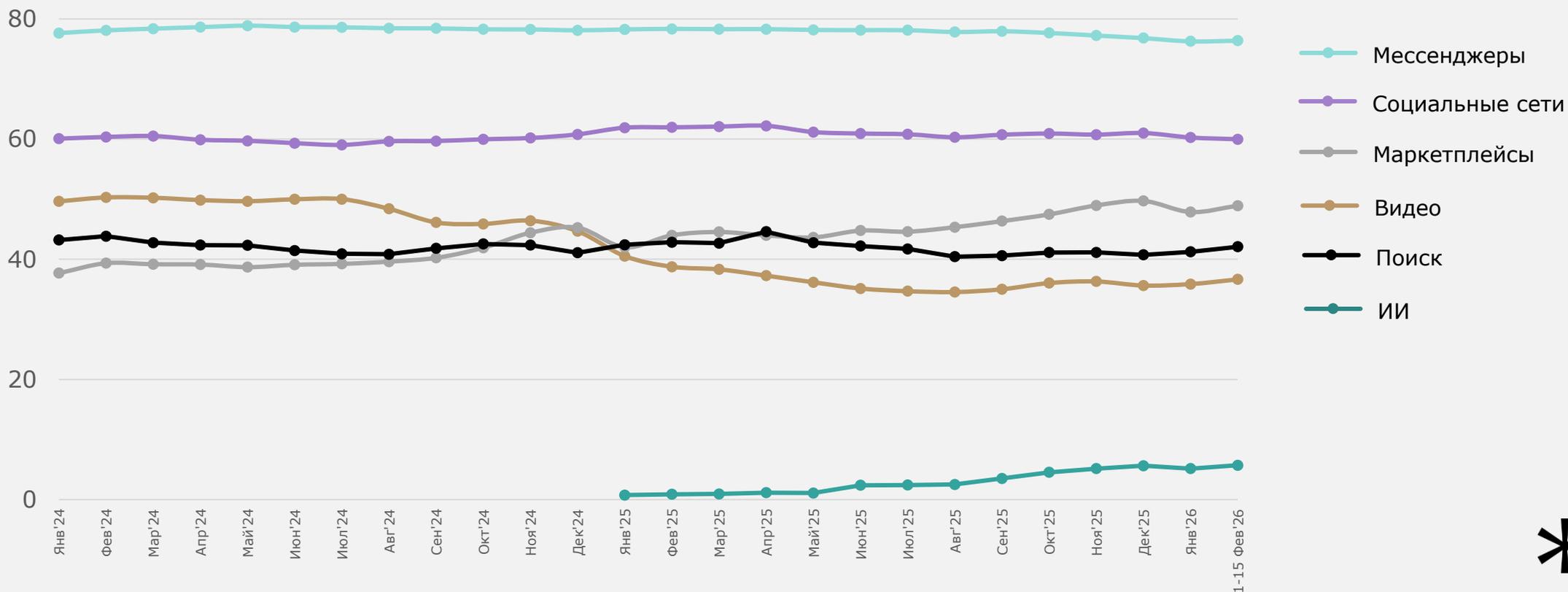
Источник: Mediascope, CrossWeb, Desktop и Mobile, Россия 0+, Все 12+
* Деятельность организации запрещена на территории РФ

Коммерческий инвентарь ограничен

Аудитория онлайн-видео значительно сократилась

Заметен уверенный рост сервисов искусственного интеллекта, тогда как маркетплейсы стабилизируются на фоне общего замедления темпов потребления

Интернет-тематики, **дневной охват %**

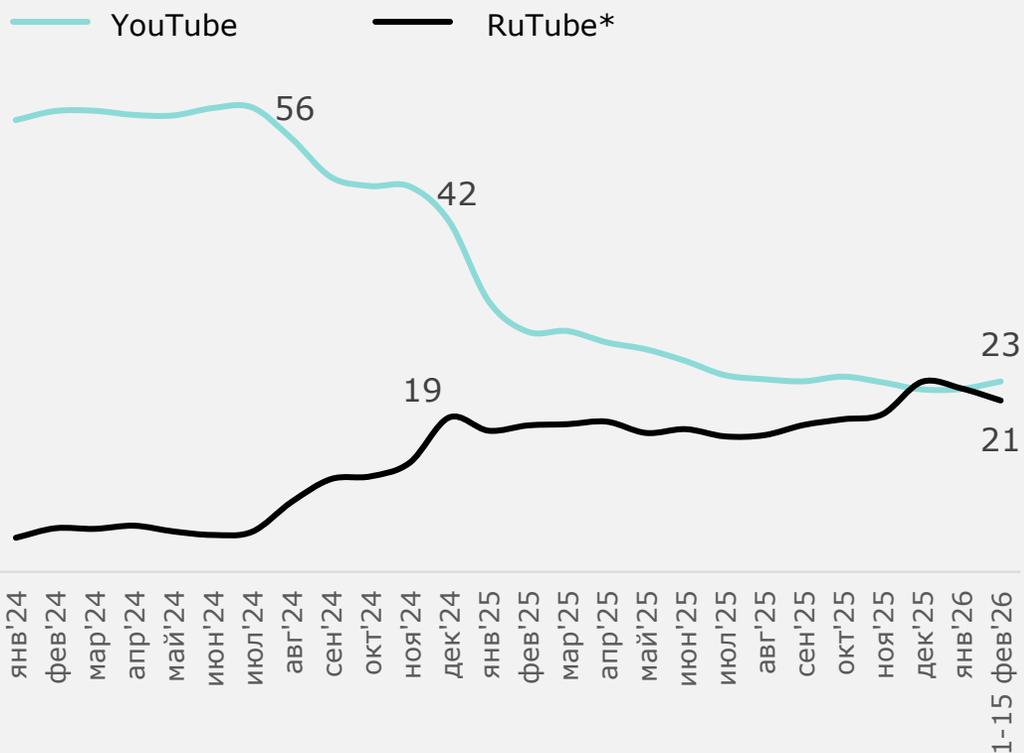


RuTube догнал YouTube по дневному охвату

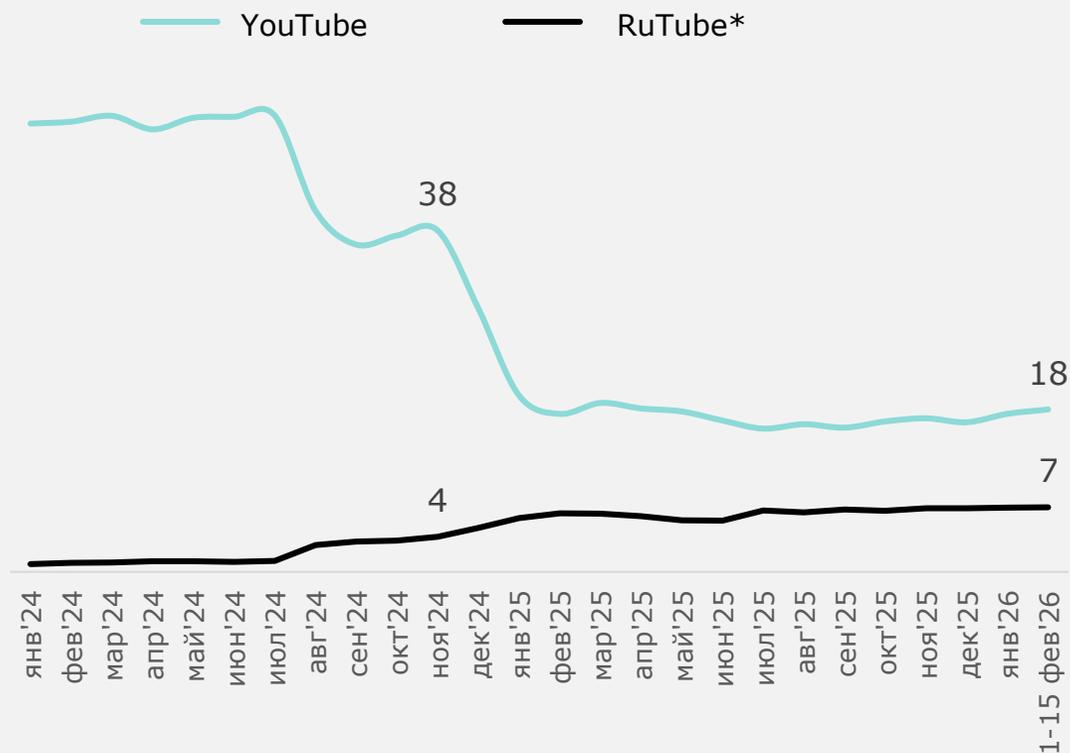
При учёте трафика как на плеере RuTube, так и при встраивании (embed) на внешних ресурсах (сайты партнёров и блоги)



Дневной охват, млн



Минуты в день (население)

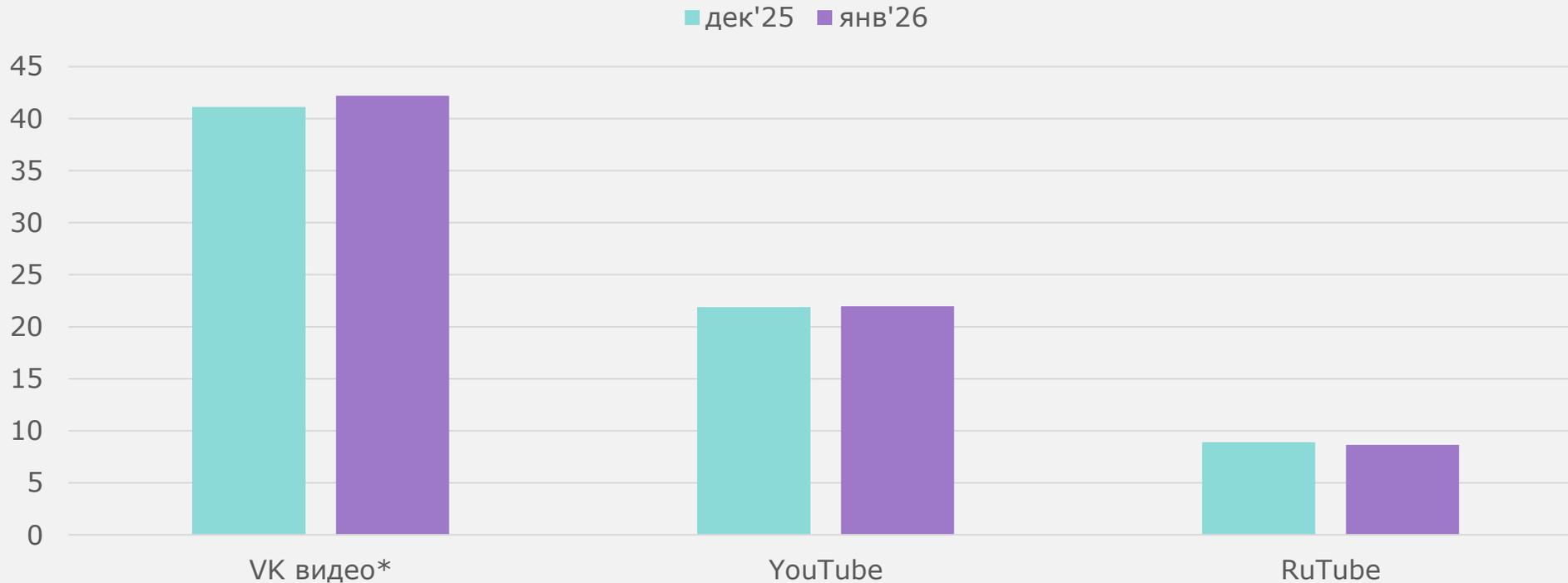


Источник: Mediascope, CrossWeb, Россия 0+, Все 12+, Desktop и Mobile
*RuTube с учетом встраиваемых плееров на внешних ресурсах

Однако, если исключить embed-трафик, RuTube сильно отстаёт от дневной аудитории YouTube

Также, согласно свежим данным Mediascope, именно VK Видео является лидером по дневному охвату без учёта embed-трафика

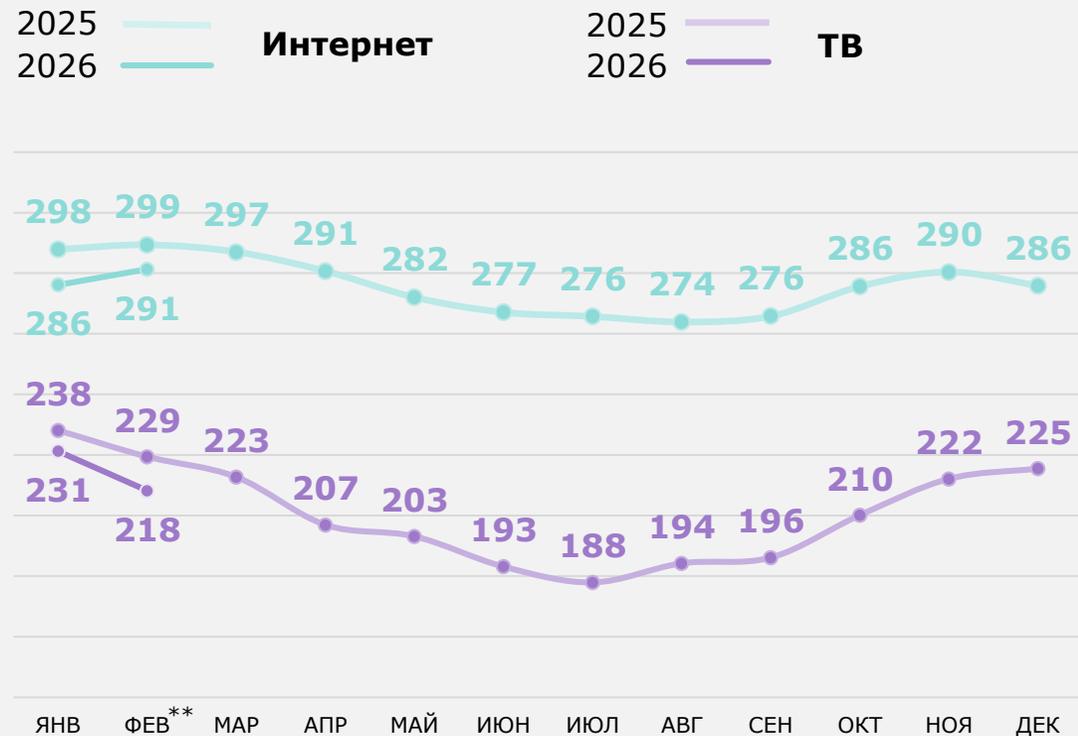
Дневной охват, млн



Замедления и блокировки ресурсов негативно отражаются на времени пользования интернетом

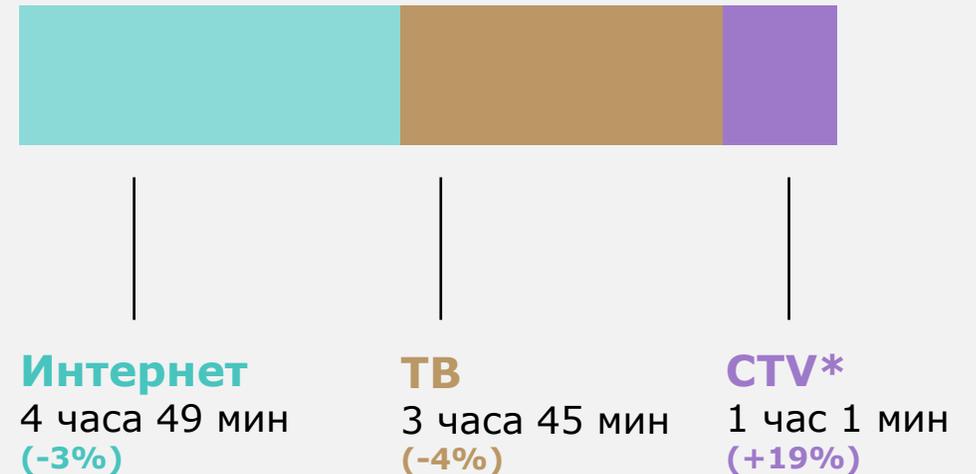
Зато время на Smart TV уверенно растёт (+19%), становясь альтернативной точкой потребления видеоконтента

Минуты в день, все 12+



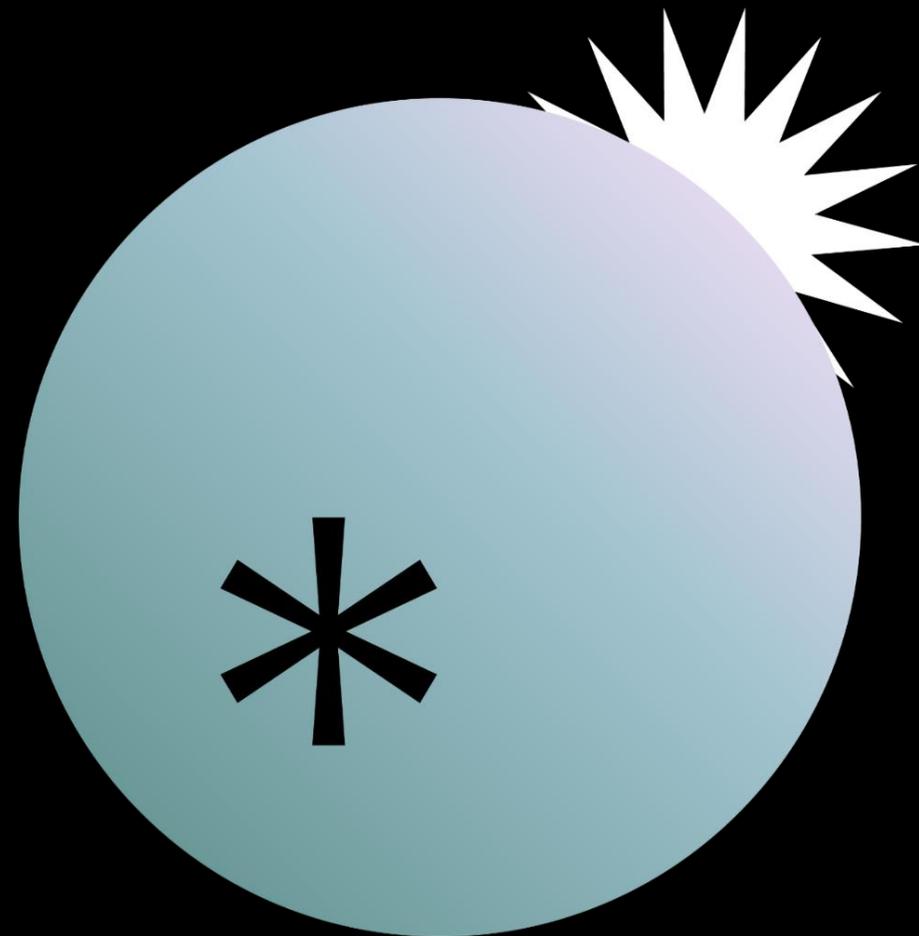
Минуты в день, все 12+

январь - 15 февраля 2026



Источник: Mediascope, ТВ Индекс без внедомашнего телесмотрения; CrossWeb; Россия 0+, *Other TV set // ** Данные за февраль 2026 посчитаны за 1-15 числа, данные за февраль 2025 посчитаны за полный месяц

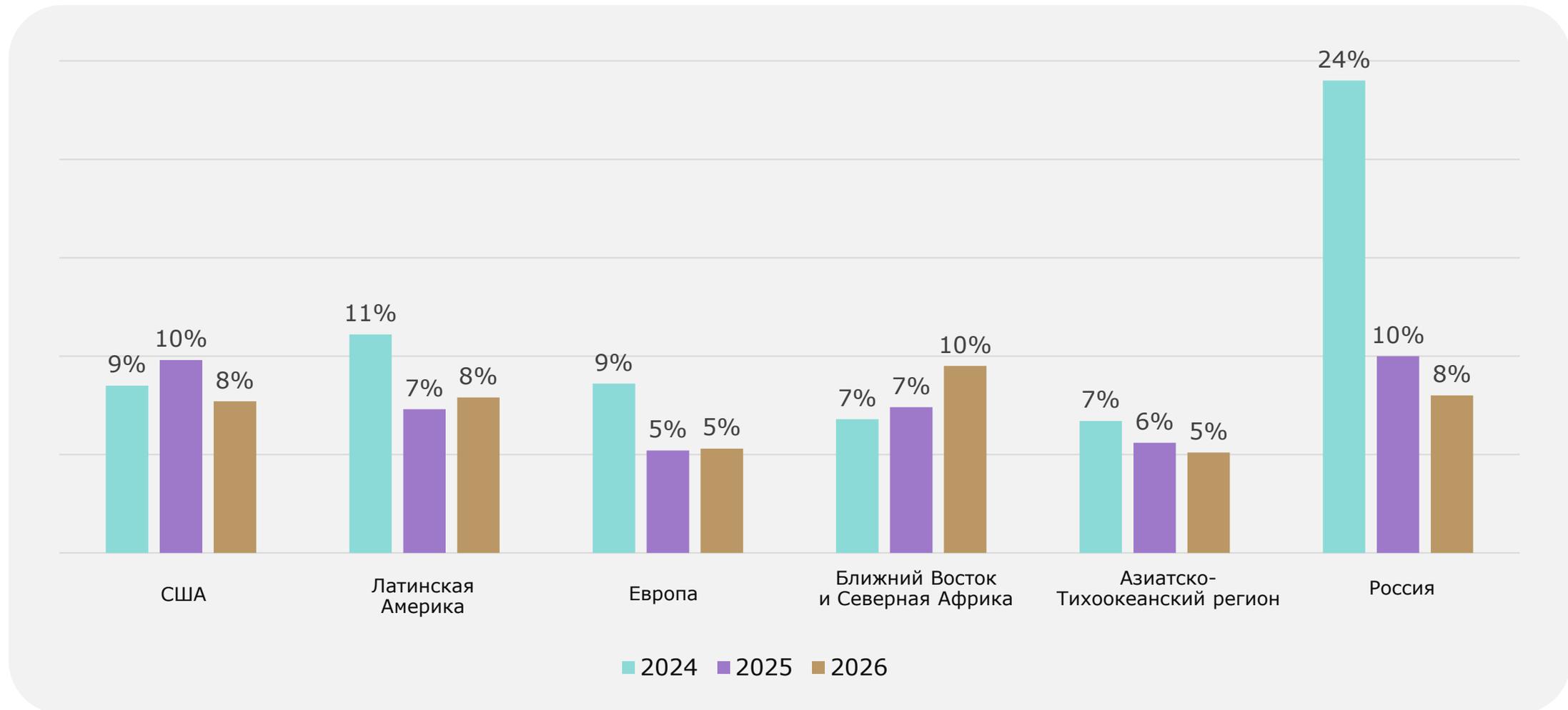
Медиарынок



Возможен сценарий развития рынка в 2026 году с динамикой на уровне нижней границы оценки... но это не точно

	Оценка объема и динамики медиарынка 2026		
	Объем млрд руб.	Динамика %	
	2025	2025/2024	2026/2025
Телевидение	272	10%	10%..15%
Интернет с ритейл-медиа	1168	26%	17%..30%
Интернет. Традиционные сегменты	597	10%	5%..10%
Ритейл-медиа	571	50%	30%..50%
Наружная реклама	109	12%	5%..10%
Аудио	24	0%	0%..5%
Пресса	5	-2,5%	-5%..0%
Всего с ритейл-медиа	1578	22%	15%..25%
Всего без ритейл-медиа	1007	10%	6%..11%

Темпы роста российского медийного рынка приблизились к мировым



Отрицательная динамика GRP's отражает ситуацию умеренно растущих в среднем бюджетов на фоне высокой инфляции сделок

Топ-20 рекламодателей, федеральное ТВ

Включая внедомашний просмотр

#	Рекламодатель	GRP 20" 18+		2026 к 2025
		Янв-Фев'26*	Янв-Фев'25*	
1	Сбер	24 938	15 870	57%
2	Мегафон	18 760	13 895	35%
3	Альфа-Банк	13 690	13 660	0%
4	Интернет-Решения (Озон)	13 379	15 618	-14%
5	Леонакс	11 409	18 691	-39%
6	Совкомбанк	10 829	12 432	-13%
7	Отсрфам	10 669	14 809	-28%
8	Т-Технологии (Т-Банк)	10 026	17 391	-42%
9	Вкусно - и точка	9 816	11 420	-14%
10	ВТБ	9 596	15 822	-39%
11	Binnopharm Group	9 291	9 657	-4%
12	Тандер	9 014	5 460	65%
13	Wildberries	8 215	7 422	11%
14	МТС	7 509	7 247	4%
15	Keh Ekommerts (Авито)	7 455	8 004	-7%
16	ABI Product	6 762	6 980	-3%
17	Газпром Медиа	5 719	3 335	72%
18	Петровакс	5 609	7 370	-24%
19	Промомед	5 299	2 265	134%
20	Яндекс	5 065	11 380	-55%
Топ-20 рекламодателей		203 051	218 727	-7%
Итого рынок		367 952	394 953	-7%

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



*Для февраля взят неполный месяц – данные по 14.02

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

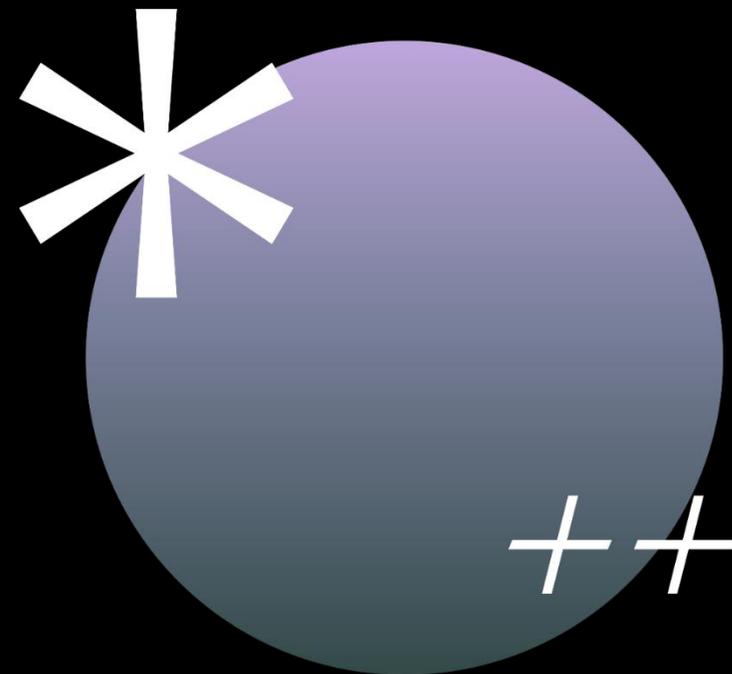
Категория Фарма с учетом рекламы с ритейлом — лидер по воздействию ТВ-рекламы на потребителя

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



*Для февраля взят неполный месяц – данные по 14.02, ** - Объемы FMCG и Фарма рекламирующийся с ритейлерами перенесены в соответствующие категории // Источник: Mediascope, ТВ Индекс, Россия 0+, 05:00 – 29:00, сеть+орбита, вкл. внедомашнее телесмотрение

Изменения в диджитал-рекламе



Новости CTV



Mediahills: прозрачные измерения как основа эффективности CTV

По результатам рекламных кампаний на портале Pixel формируются справки и отчеты, доступные селлерам, рекламным агентствам и рекламодателям.

Используется единая форма, согласованная основными участниками рынка с ключевыми показателями:

- Показы/контакты
- Охват
- Распределение по частоте
- GEO

Измерения всех РК				Измерения по обращению рекламных агентств			
№	Селлер / площадка	Измерения	Вид отчетности	№	Селлер / площадка	Измерения	Вид отчетности
1	Digital Alliance	Все РК	Справка	13	Astralab	Настройка сквозного промера	Отчет
2	GetAds	Все РК	Отчет	14	Between Exchange	Настройка сквозного промера	Отчет
3	Plazkart	Все РК	Отчет	15	Buzzoola	Настройка сквозного промера	Отчет
4	Teletarget	Все РК	Отчет	16	CTV House	Настройка сквозного промера	Отчет
5	UDC	Все РК	Отчет	17	MediaDesc	Настройка сквозного промера	Отчет
6	ГТМ Реклама (включая RuTube)	Все РК	Справка	18	Mobidrive		Отчет
7	Диджитал Онли	Все РК	Отчет	19	Mediana	Настройка сквозного промера	Отчет
8	КроссМедиаКаб	Все РК	Отчет	20	VK Видео		Отчет
9	НРА	Все РК	Отчет	21	A2 (Триколор)		Отчет
10	Соплекстед/Адресное ТВ	Все РК	Справка	22	Билайн		Отчет
11	ПостМедиа	Все РК	Отчет	23	ИВИ		Отчет
12	ЭВЕРЕСТ	Все РК	Справка	24	MTC Ads Premium video	Настройка сквозного промера	Отчет
	12 ЭКРАН	Все РК	Отчет	25	СберСеллер	В процессе проверки интеграции	Отчет
				26	Эд Конт Рус	Настройка сквозного промера	Отчет
				27	Яндекс		Отчет

Запуск рекламы Яндекс CTV стал удобнее

Аукционная видеореклама на умных ТВ выведена в отдельный тип кампаний в Директе с возможностями:

- Настроить таргетинги: гео, соцдем, доход, интересы, тип контента
- Выбрать стратегию оптимизации показов «Рост целевых действий на сайте», «Рост запросов в поиске» и др.
- Подключить исследования Brand Lift, Search Lift, Visit Lift и Target Lift
- Генерации QR-кода прямо на креативе

MTC и Launcher создали единую рекламную экосистему для CTV

- Объединили разрозненные элементы CTV-рекламы: главный экран, IPTV, онлайн-кинотеатры
- Охват превышает 52 млн устройств
- Покупка баннеров и видеоформаты по модели CPM в режиме «одного окна» через менеджеров MTC
- Для измерения эффективности используется методология Brand lift



Яндекс обучил Алису AI подбирать товары в чате

Искать и выбирать товары онлайн можно, общаясь в чате с нейросетью без использования фильтров и форм поиска

И запустил стандарт интеграции интернет-магазинов с ИИ-сценариями Yandex Commerce Protocol (YCP) для Алисы AI и Поиска

Теперь пользователи могут переходить к оформлению и оплате заказа в чате с Алисой AI, ИИ-агентах и в Поиске Яндекса

Яндекс займется продажей нового DOOH-инвентаря «Расвэро»

- Формат: цифровые пиллары
- География: Москва, более 160 видеоекранов
- Аукционная модель, CPM
- Рекламодатели смогут управлять бюджетом, сроком и локациями показов, также оценить влияние рекламы на поисковый интерес, трафик, конверсии и посещаемость в офлайне через Директ



ВКонтакте запустил возможность покупать товары из видео

Соцсеть с помощью ИИ-алгоритмов находит клипы с названиями и артикулами товаров и автоматически связывает их с карточками на маркетплейсах



Источник: ВКонтакте

Тренды в VK Клипах: виральные события получают свою витрину

Клипы с трендовым хештегом или треком становятся заметными в ленте, благодаря выходу на более широкую аудиторию. Механика доступна сообществам и профилям во ВКонтакте

Шопсы доступны авторам

Авторы (без сообщества) могут монетизировать шопсы. Нужно иметь открытый профиль, от 1 тыс. подписчиков и регулярно публиковать оригинальный контент

В VK Рекламе доступен новый инструмент BrandLift

- BrandLift актуален для средних и крупных брендов
- Исследование можно запустить вместе с началом рекламной кампании или в течение пяти дней после старта (период кампании не менее двух недель)
- Инструмент доступен при создании кампании с целью «Узнаваемость и охват» в формате баннерной рекламы или видеорекламы

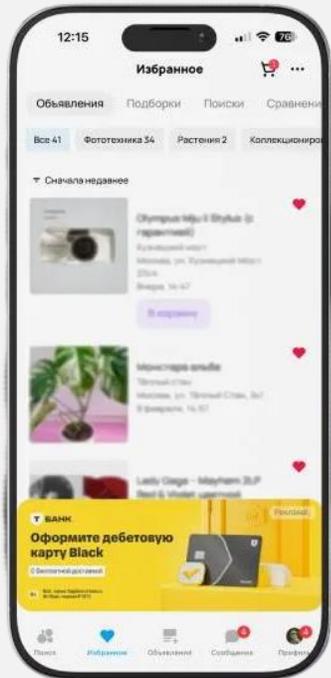


Расширение рекламного инвентаря Авито



Расширение форматов

Баннер в блоке «Избранное»



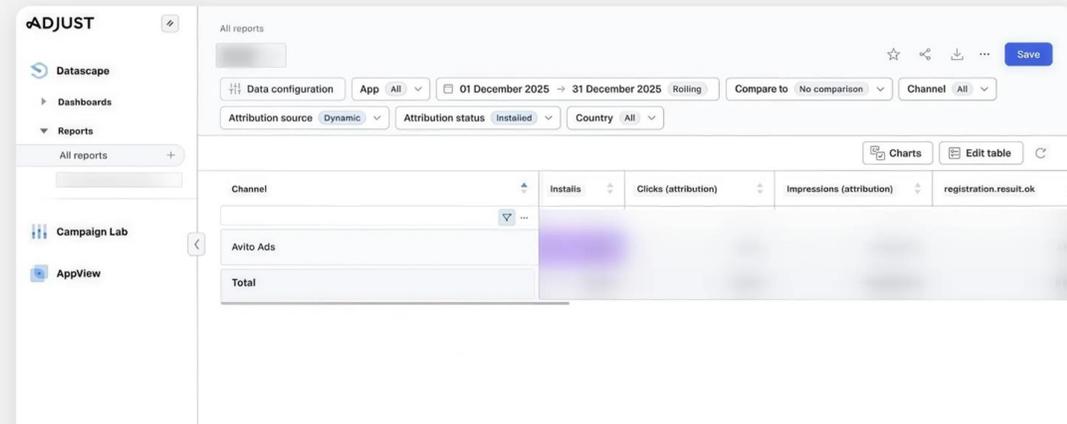
Рекламодатели смогут продвигать как магазины внутри площадки, так и внешние сайты и соцсети.

Инструмент доступен в мобильной и веб-версии площадки, а также в приложении для Android. Закупка по CPM

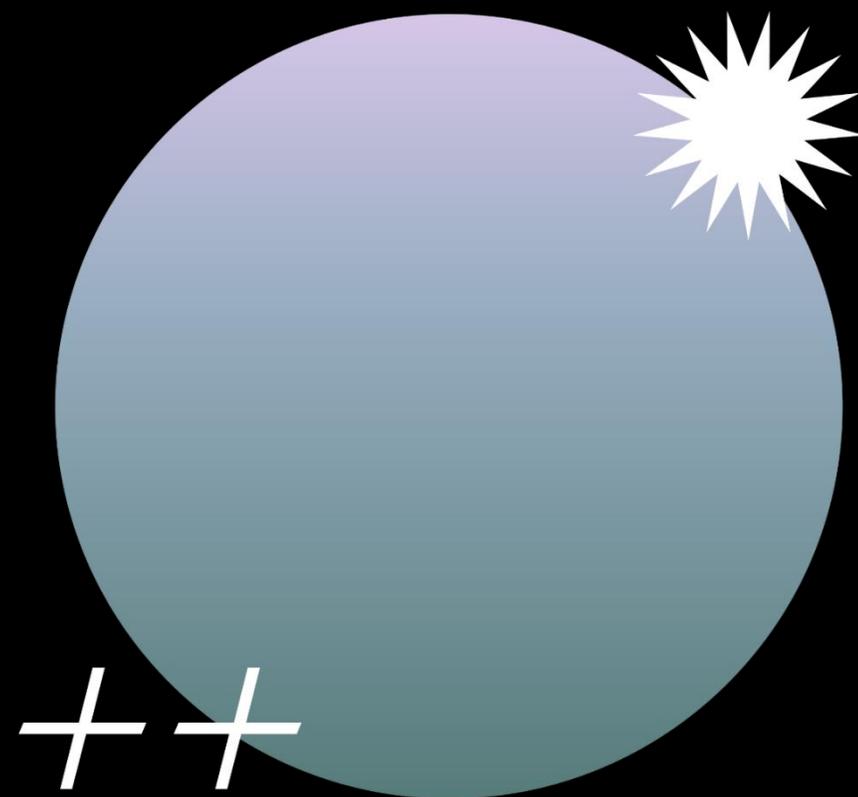


Добавили интеграцию с Adjust

Чтобы получать данные из Авито Рекламы в Adjust, создайте на сервисе трекер и выберите Avito Ads. Внутри рекламного кабинета Авито ничего настраивать не нужно



Изменения в ритейл-медиа



Ряд трендов, которые мы прогнозировали на 2026, уже проявились в первом квартале

Развитие онлайн-ритейлеров как медиаплощадок

1

Будут наращивать инвентарь и способы его монетизации

Синергия офлайна и онлайн

2

Игроки будут активно предлагать объединение форматов, поэтому планирование станет кросс-канальным

Появление новых платформ и технологий, новых игроков

3

Появятся новые игроки, будут происходить объединения и присоединения нишевых игроков

Развитие направления social commerce

4

Новые игроки на рынке, развитие программ у текущих игроков

++

Ритейл-гиганты сохраняют курс на развитие и становление себя как медиаэкосистем

OZON

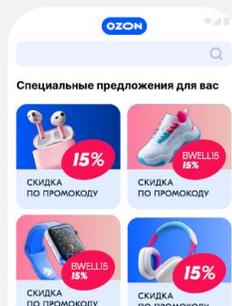
Нативный баннер вышел из беты

- Главная страница приложения среди плиток с товарами
- CPM 135 руб.
- CTR 1,18%
- Мин бюджет 1000 руб.



Баннер на странице Оффервол

- Страница после оформления заказа
- CPM 250 руб.
- CTR 6,2%
- DPP 31,6%
- Доступно только селлерам



OZON

Видеоролики в ПВЗ

1000 экранов в Москве, Петербурге, МО, ЛО

- **Фикс. стоимость (без НДС):**
 - 1,5 млн руб. — 14 дней
 - 3,3 млн руб. — 30 дней
- **Охват:** от 16 млн. чел.

Реклама в банкоматах

- Более 400 банкоматов в 36 крупных городах, включая Москву и Санкт-Петербург
- **Формат:** ролик до 10 сек в режиме ожидания и во время пользовательской сессии



5 Пятёрочка

Царь-баннер на главной

- Самый заметный формат на главной странице — карусель из четырех позиций
- CTR 4%
- Доступно для click-in и click-out рекламодателей



Источник: <https://mediahub.x5.ru/news/x5-media-dobavil-car-banner-v-prilozhenii-pyatyorochki>

Расширение видеоинвентаря у маркетплейсов

wildberries

Теперь видеоформат доступен и для **click-in** рекламодателей

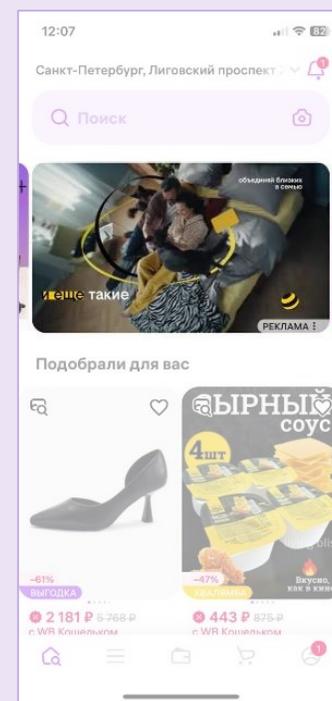
- **СРМ:** от 250 руб.
- **Мин бюджет:** от 10 000 руб.*
- **Хроно:** до 15 сек
- **Лендинг:** на бренд/страницу селлера/подборку товаров

* Мин бюджет при запуске через кабинет селлера. При запуске через менеджеров WB мин бюджет ~500 000 руб.

Сравнение видеобаннера с обычным баннером:

- **CTR видеобаннера:** x1,8 vs. баннер на главной

Данные группы компаний «Родная Речь»



Расширение видеоинвентаря у маркетплейсов

wildberries

Теперь видеоформат доступен и для **click-in** рекламодателей

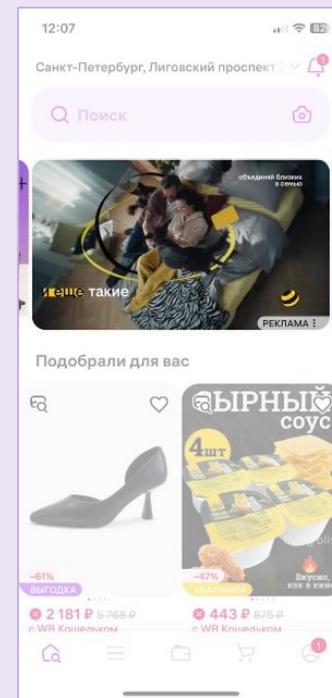
- **СРМ:** от 250 руб.
- **Мин бюджет:** от 10 000 руб.*
- **Хроно:** до 15 сек
- **Лендинг:** на бренд/страницу селлера/подборку товаров

* Мин бюджет при запуске через кабинет селлера. При запуске через менеджеров WB мин бюджет ~500 000 руб.

Сравнение видеобаннера с обычным баннером:

- **CTR видеобаннера:** x1,8 vs. баннер на главной

Данные группы компаний «Родная Речь»



Хотите попробовать?
Просто напишите нам:



Направление ритейл медиа сетей активно увеличивалось в первом квартале

Яндекс запустил новый сервис Директ для вендоров

Это часть Яндекс Ритейл Медиа для производителей и поставщиков, которые хотят продвигать товары в интернет-магазинах

Ключевые преимущества:

- Единая точка входа: не нужно вести переговоры с каждым ритейлером и настраивать рекламу на разных площадках отдельно
- Реклама размещается у ритейлеров, где товары уже продаются, в поиске магазинов, категориях, карточках и рекомендациях
- Среди партнёров сети — Спортмастер, Апрель, АСНА, Ситилинк, Exist и другие

По данным Яндекса, наибольший спрос сейчас в аптеках, фуд-ритейле, бытовой технике, автотоварах и спорттоварах

Programmatica.com строит свою ритейл медиа сеть

Планируемые площадки:



СРМ: от 250 руб.

Форматы: баннеры, поиск

Доступно для click-out рекламодателей

В семействе social commerce плюс еще один игрок



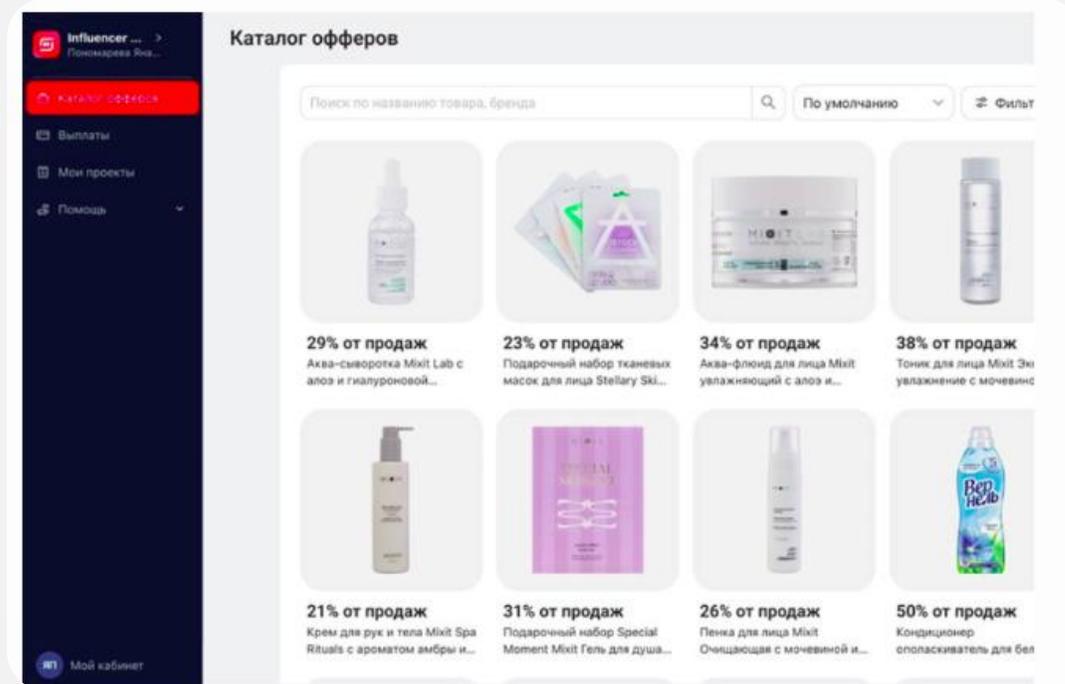
Запустил Magnit Influencer Platform

Модель оплаты — CPA

Блогеры создают профиль, который должен пройти обязательную модерацию. После этого они получают доступ к предложениям.

Автор выбирает товар, создает контент, а платформа автоматически маркирует готовый продукт

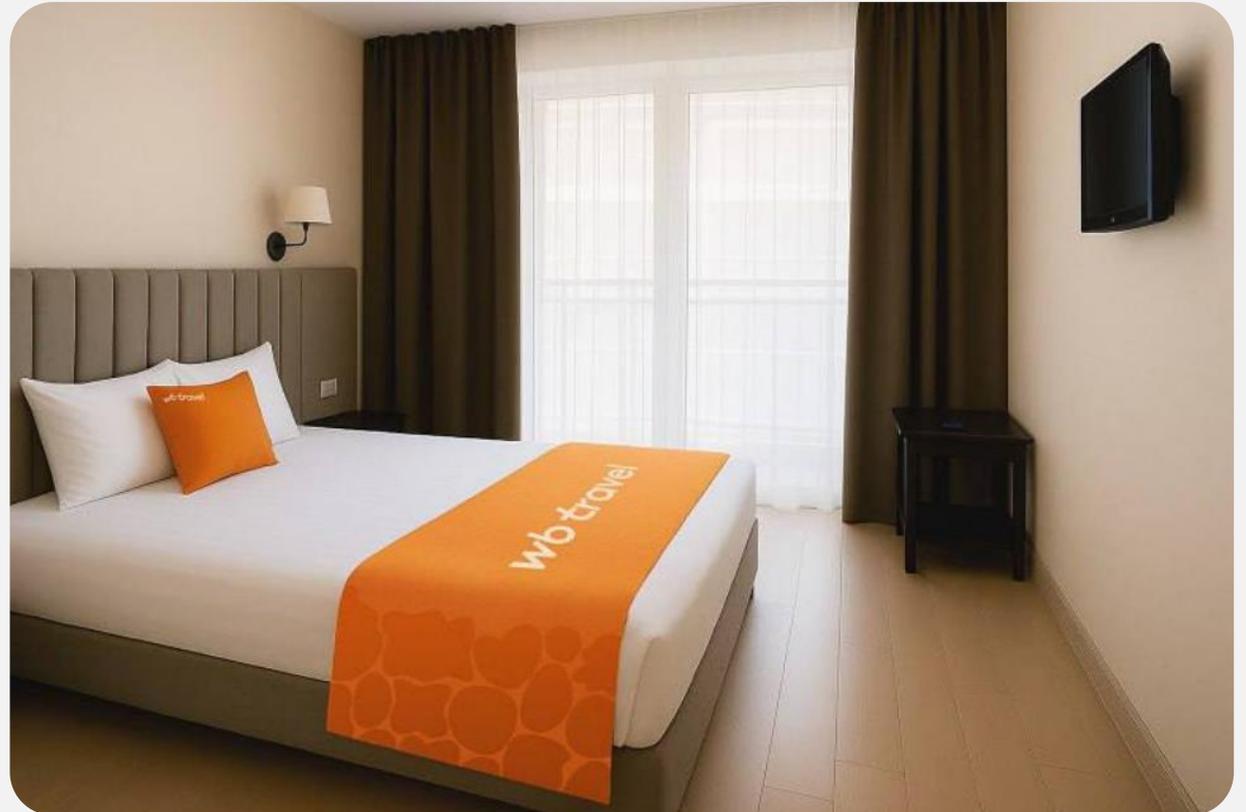
Источник: <https://adindex.ru/news/marketing/2026/01/15/341739.phtml>



WB продолжает расширять свой портфель новыми активами

wildberries

- Wildberries выходит на туристический рынок и запускает собственные брендированные отели за рубежом через сервис WB Travel
- Первый фирменный отель откроется в Египте в феврале 2026 года, бронирование уже доступно через приложение Wildberries и сайт туроператора Fun&Sun
- В 2026 году компания планирует открыть ещё несколько отелей под брендом WB Travel в Египте и Турции



(ecom)

Онлайн курс «Ecom-маркетолог— ключевой игрок для роста бизнеса»

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

4 модуля
20 уроков
40 часов практики

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

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

Старт 19 марта 2026 года

Скидка
по промокоду

МЕДИАЛАНДШАФТ



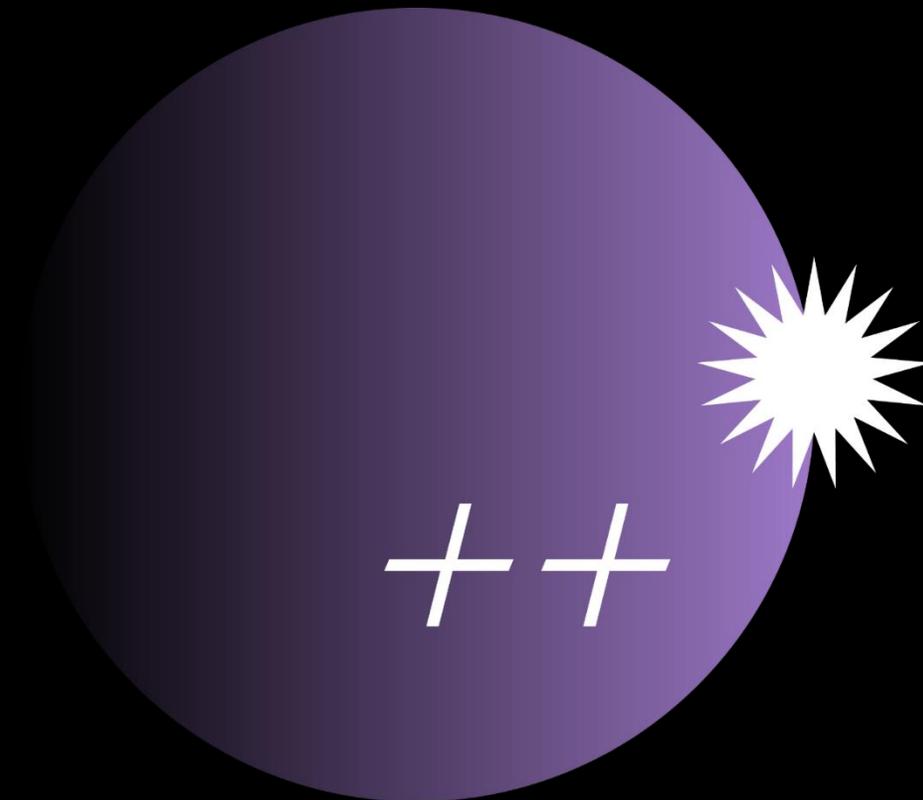
Телеграм-канал



Сайт

Контент

Инфлюенс, гейминг, ИИ



Инфлюенс-маркетинг: запретить нельзя публиковаться

Ноябрь 2025

Telegram — наше всё!

13 Ноября 2025 | 19:03

«Телеграм» станет главной платформой инфлюенс-маркетинга в 2026 году — АРИР

44%

Инфлюенс-маркетинг бюджетов должны были бы приходиться на Telegram в 2026

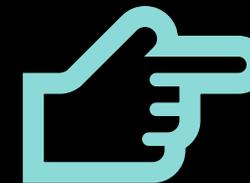
Февраль 2025

Telegram закроют совсем!

!! TELEGRAM В РОССИИ БУДЕТ ПОЛНОСТЬЮ ЗАБЛОКИРОВАН С 1 АПРЕЛЯ, СООБЩАЮТ СМИ.

Пока ничего не понятно...

? Депутаты ГосДумы: говорить о принятом решении по блокировке Telegram с 1 апреля преждевременно.



Очередная перестройка и возможное прохождение уже знакомых сценариев

Инфлюенсеры создают сообщества суперлояльной аудитории и расширяют сферы медийно-культурного влияния

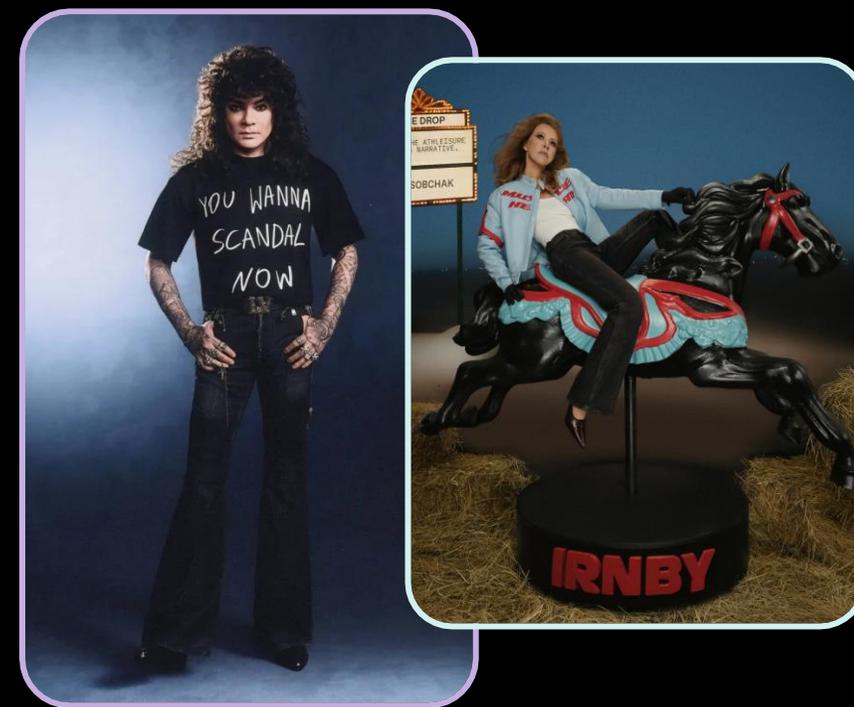
Итак, финальный пост про #клубДукалис — завтра начинаем прием заявок. Помимо крутых лекторов, подборок литературы и медиа, подарков от брендов интересных заданий вас еще ждет возможность развиваться внутри закрытого сообщества: от рекламы своих услуг до совместных тусовок ❤️ Напоминаю, что письма мы пишем завтра в бот — выложу его сюда, а старт нашего приключения 1 декабря. Программу составляла с прицелом на самое важное и нужное сегодня.

клуб
умничек

Закрытые клубы с подписной системой запустили Ирена Понарошку (февраль 2025) и Ксения Дукалис (декабрь 2025)



«9 месяцев» шоу на VK Видео с Идой Галич и Денисом Кукоякой (старт в феврале 2026)



Филипп Киркоров для YOU WANNA (февраль 2026) и Ксения Собчак для IRNBY (февраль 2026)



Маркетологи пересматривают и расширяют стратегии выстраивания доверия и влияния



«Московский картофель» выпустил чипсы на основе предпочтений аудитории стримера Славы Бустера



Unilever планирует построить международную сеть из 300 тыс. инфлюенсеров

- * Созерцание и реагирование
- * Разработка подходов, минимизирующих последствия турбулентности
- * Инвестиции в быстрые инструменты influence marketing
- * Мыслить не только категориями интеграций и конкретных площадок



Тwitch: инфлюенс-маркетинг играючи

✳ *Высоко вовлекаемая аудитория (нужен особый подход).
Рост объема неигрового контента (IRL – in real life)*

8-10 млн

уник. пользователей
(MAU, РФ)

27%

доверяют стримерам
больше, чем блогерам

+17%

объемы и просмотры
контента в РФ и СНГ

+22%

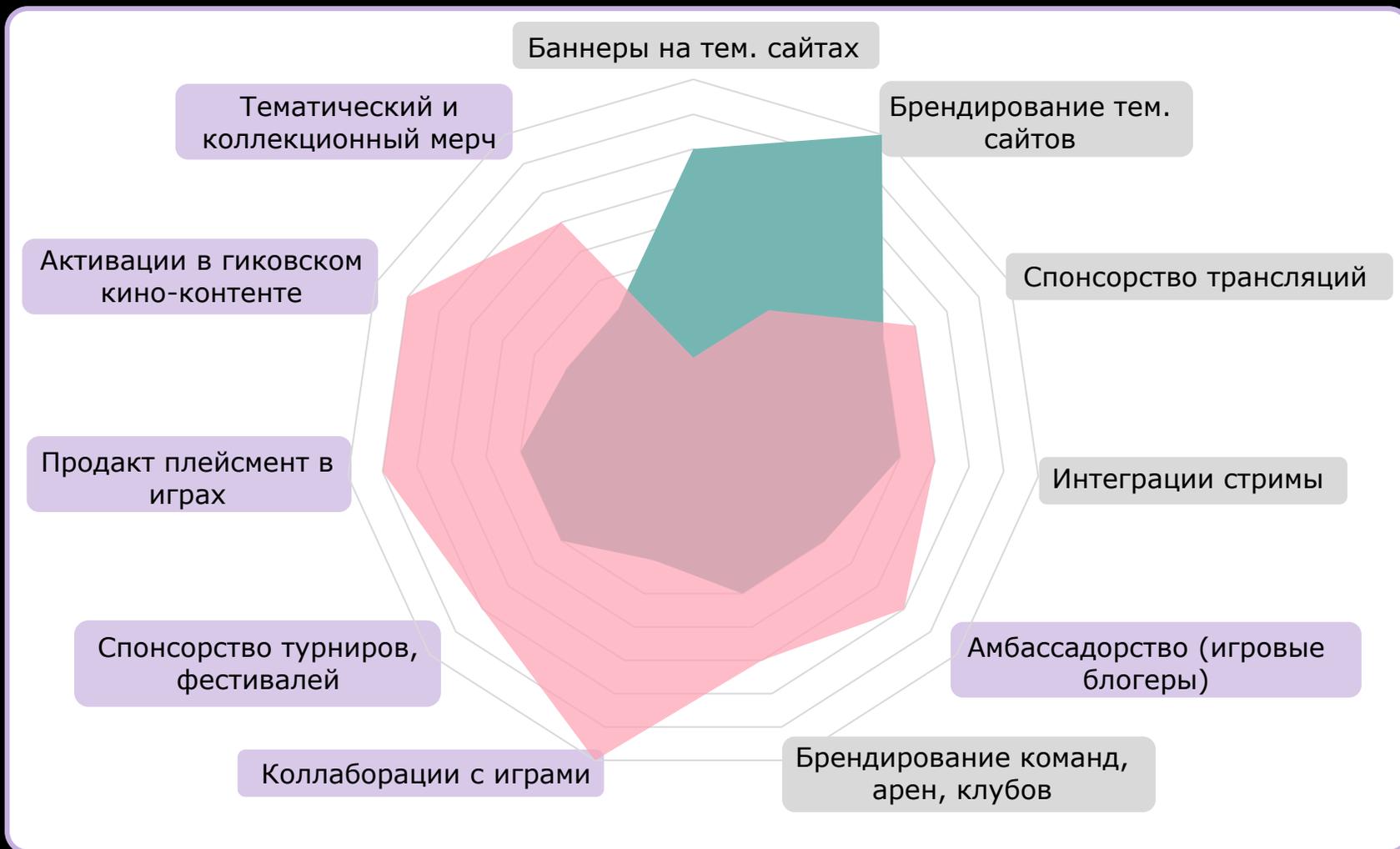
число активных
стримеров

1HУ 2025 vs 1HУ 2024



*Ежегодная премия SLAY (Stream Legends Awards of the Year). Вручается с 2023 года.
(декабрь 2025)*

Гейминг: широкий пул инструментов для выстраивания доверия и влияния



- Потенциал вклада в рост знания
- Потенциал вклада в рост рассмотрения и имиджевых метрик
- Универсальное применение — относительно легкая адаптация и «вход» в работу с геймерами
- Высокая адаптация под специфику конкретных жанров и профиля геймеров

Гейминг продолжает расширять присутствие и разрушать стереотипы



* Стратегическое партнерство



Коллаборация ювелирного бренда для массовой аудитории и азиатского хита *



* Турнир для влюбленных геймеров



Российские релизы вышли на высокий уровень ожидания

* Больше внутриигровых активаций брендов



2026



2027

ИИ-дискомфорт: на смену ажиотажу приходит усталость и раздражение



Болельщики не оценили
ИИ-креатив олимпийского комитета

Хаби Лейм продал свой
образ за \$900 млн.

...или нет



«Любой люкс, использующий ИИ-слоп, перестаёт быть люксом» — реакция аудитории на ИИ-арты, опубликованные брендом Gucci

Развитие инструментов ИИ продолжает привлекать внимание в моменте

字节跳动
ByteDance
Seedance 2.0

10. Vader vs Thanos that never happened



4. The acting, the gesture, the tone...



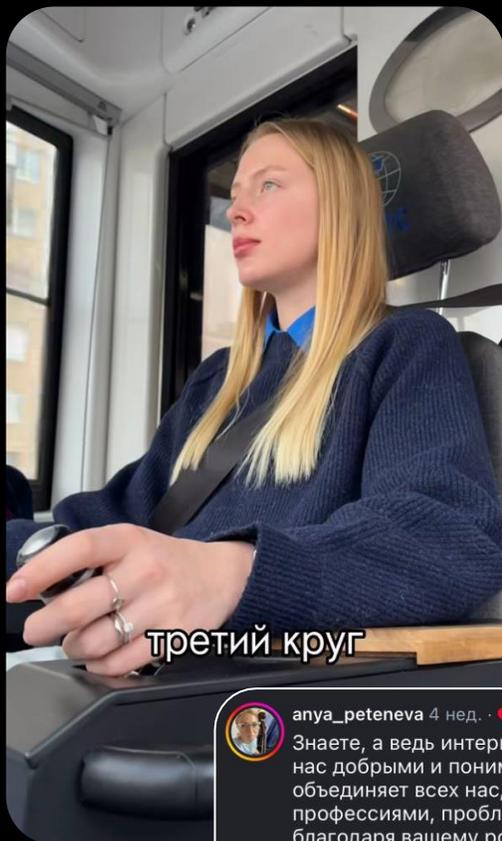
7. Titanic alternate ending



* Креаторы научились быстро реагировать на релизы, но вау-эффект тоже проходит значительно быстрее

«Комфортный» контент

про самое простое, а значит настоящее



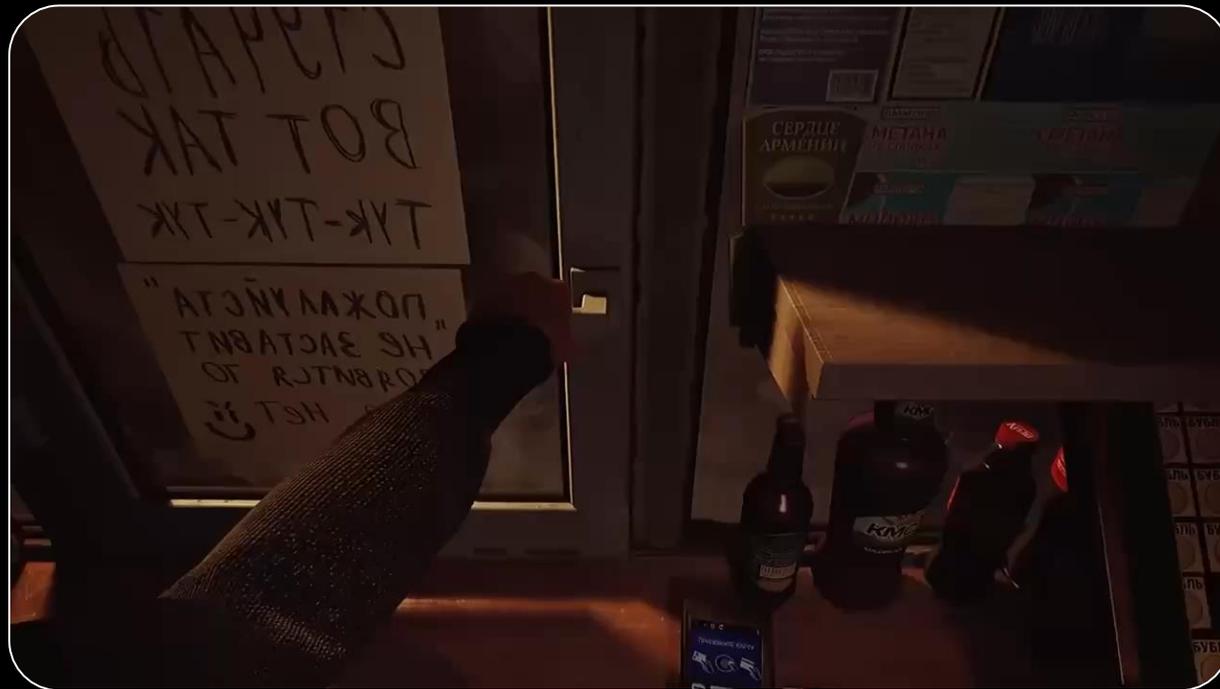
 anya_peteneva 4 нед. · ❤️ от автора

Знаете, а ведь интернет наконец делает нас добрыми и понимающими и объединяет всех нас, с разными профессиями, проблемами, чаяниями... благодаря вашему ролику я иначе теперь буду смотреть на водителей трамваев и видеть там не суровую тетеньку, а девочку с котиком, которая встает в 3:50, чтобы я с комфортом ездила на этом трамвае.. спасибо вам ❤️

8,425

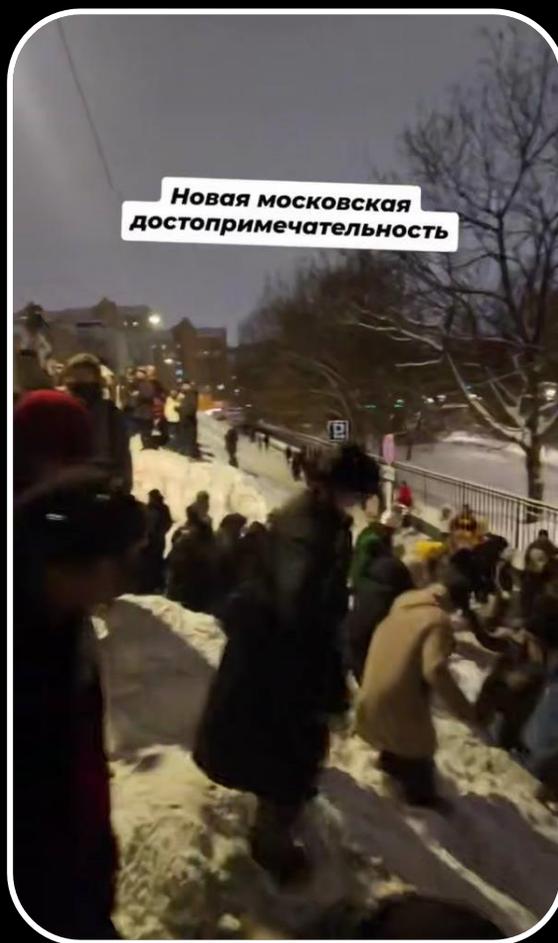
Ответить

*Будни
представителей
«неглянцевых»
профессий*



*«I Have No Change» —
игра от лица работника киоска*

Простые радости помогают нам переживать суровую зиму (и не только её)



На Камчатке спасатели предостерегли от прыжков в сугробы из окон

«Под слоем снега могут находиться заборы, автомобили, острые металлические конструкции, которые могут травмировать человека. Также велика вероятность застрять», — сообщила РБК пресс-служба МЧС.

RORE

группа
компаний
родная
речь

Хотите ещё больше инсайтов?

Подписывайтесь на нас в Telegram!

