

НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА В РЕГИОНАХ

ЦИФРЫ, ФАКТЫ, ТРЕНДЫ

НРФ Регионы

14 сентября 2023 года

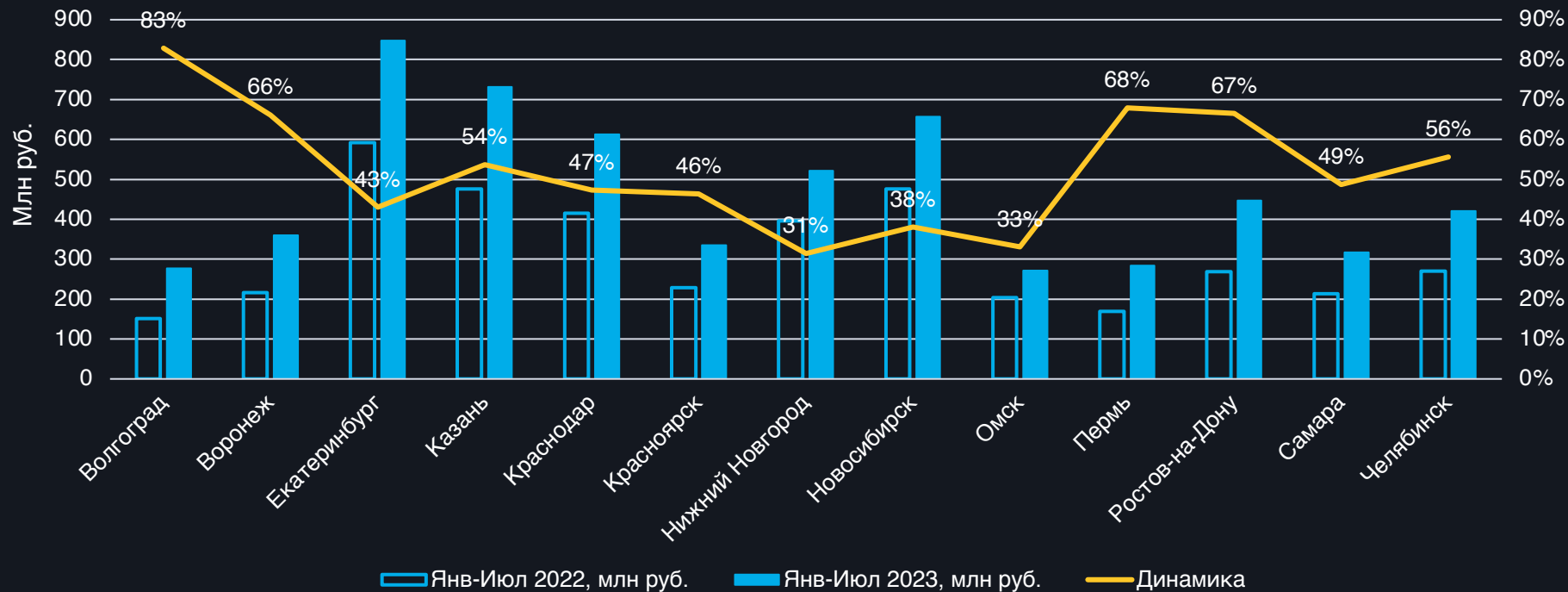
Обзор рынка по городам с населением 1млн+ (без Москвы и Санкт-Петербурга)

КОЛИЧЕСТВО ПОВЕРХНОСТЕЙ: ЕМКОСТЬ РЫНКОВ ИМЕЕТ РАЗЛИЧНУЮ ДИНАМИКУ, НО ПРОДАЖИ РАСТУТ ВЕЗДЕ

	Янв-Июл 2022, доступно для закупки, в тыс.	Янв-Июл 2023, доступно для закупки, в тыс.	Динамика по доступным	Янв-Июл 2022, продано, в тыс.	Янв-Июл 2023, продано, в тыс.	Динамика по проданным
Волгоград	17,3	18,3	6%	11,0	12,3	12%
Воронеж	18,3	18,5	1%	10,6	13,3	26%
Екатеринбург	40,3	46,3	15%	23,1	29,7	29%
Казань	21,1	22,9	9%	11,7	14,4	23%
Краснодар	36,6	35,2	-4%	15,6	20,6	32%
Красноярск	22,6	23,7	5%	11,0	14,1	27%
Нижний Новгород	32,4	36,7	13%	13,6	18,4	35%
Новосибирск	35,5	34,9	-2%	21,9	25,2	15%
Омск	17,7	18,3	3%	12,8	15,1	18%
Пермь	15,9	15,5	-2%	6,9	8,5	24%
Ростов-на-Дону	47,0	50,0	6%	15,9	22,2	40%
Самара	17,9	20,0	12%	8,7	12,5	43%
Челябинск	25,4	27,2	7%	15,0	16,8	13%

Данные Admetrix: города с населением 1 млн+ (кроме Москвы и Санкт-Петербурга), только стандартные форматы (3x6, сити-борды, супер-сайты, сити-формат, биллары), январь-июль 2022-2023
Без учета медиафасадов, крышных конструкций и прочих нестандартных форматов
Наружная реклама (не включает индор и транзитную рекламу)

ДИНАМИКА ЗАТРАТ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ: В 2023 ГОДУ РОСТ СОСТАВИЛ В СРЕДНЕМ 48%



Данные Admetrix: города с населением 1 млн+ (кроме Москвы и Санкт-Петербурга), только стандартные форматы (3x6, сити-борды, супер-сайты, сити-формат, пиллары), январь-июль 2022-2023
Без учета медиафасадов, крышных конструкций и прочих нестандартных форматов
Наружная реклама (не включает индор и транзитную рекламу)

ЛИДИРУЮЩИЕ ТОВАРНЫЕ КАТЕГОРИИ

ПО ДОЛЕ ЗАТРАТ ЗА ЯНВАРЬ – ИЮЛЬ 2023

Волгоград	Интернет-ресурсы и услуги	14,7 %
Воронеж	Интернет-ресурсы и услуги	14,7 %
Екатеринбург	Недвижимость и строительство	18,4 %
Казань	Интернет-ресурсы и услуги	24,7 %
Краснодар	Недвижимость и строительство	27,2 %
Красноярск	Оптово-розничная торговля	12,6 %
Нижний Новгород	Интернет-ресурсы и услуги	15,8 %
Новосибирск	Недвижимость и строительство	21,9 %
Омск	Оптово-розничная торговля	15,0 %
Пермь	Недвижимость и строительство	15,9 %
Ростов-на-Дону	Недвижимость и строительство	18,3 %
Самара	Интернет-ресурсы и услуги	17,8 %
Челябинск	Интернет-ресурсы и услуги	10,9 %

Данные Admetrix: города с населением 1 млн+ (кроме Москвы и Санкт-Петербурга), только стандартные форматы (3х6, сити-борды, супер-сайты, сити-формат, пиллары), январь-июль 2023
Без учета медиафасадов, крышных конструкций и прочих нестандартных форматов
Наружная реклама (не включает индор и транзитную рекламу)

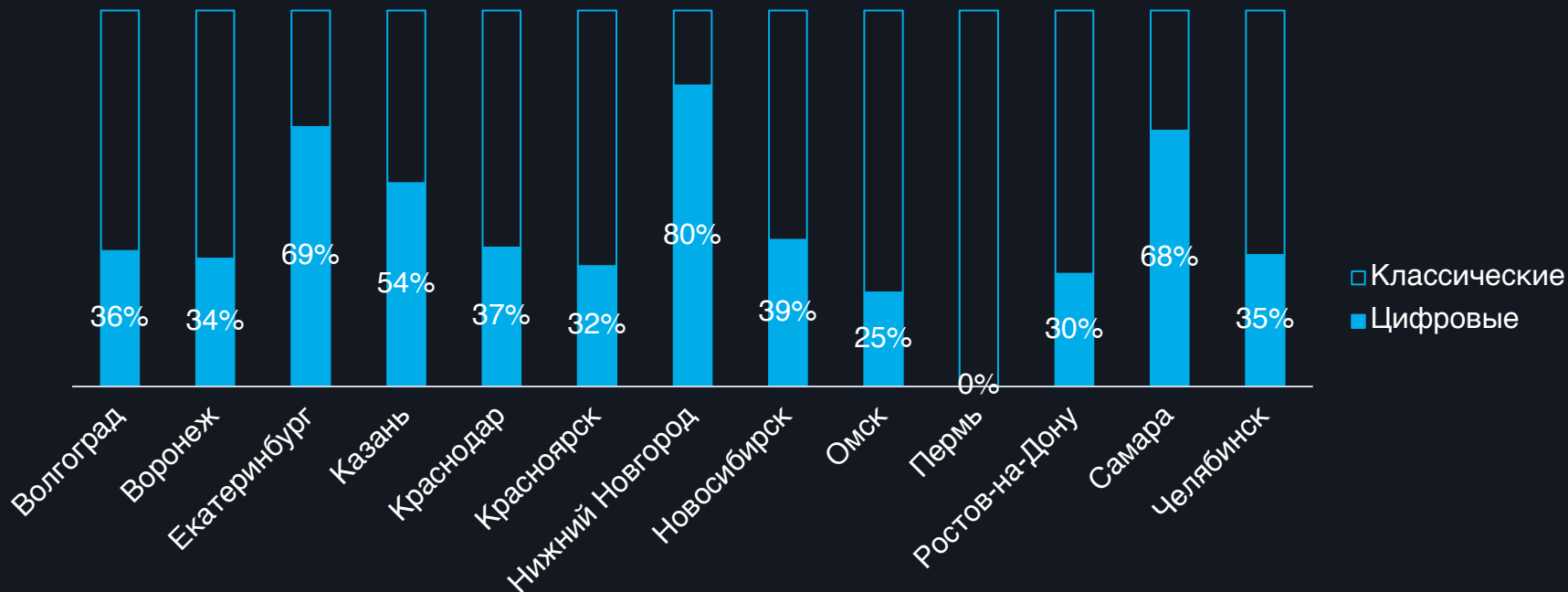
ЛИДИРУЮЩИЕ РЕКЛАМОДАТЕЛИ

ПО ДОЛЕ ЗАТРАТ ЗА ЯНВАРЬ – ИЮЛЬ 2023

Волгоград	СБЕР	4,3 %
Воронеж	ЯНДЕКС	3,7 %
Екатеринбург	СБЕР	4,3 %
Казань	СБЕР	9,8 %
Краснодар	ЯНДЕКС	3,9 %
Красноярск	СБЕР	4,7 %
Нижний Новгород	ЯНДЕКС	4,5 %
Новосибирск	СБЕР	3,0 %
Омск	ВТБ	2,9 %
Пермь	X5 RETAIL GROUP	3,2 %
Ростов-на-Дону	ВТБ	6,6 %
Самара	СБЕР	4,8 %
Челябинск	СБЕР	3,2 %

Данные Admetrix: города с населением 1 млн+ (кроме Москвы и Санкт-Петербурга), только стандартные форматы (3х6, сити-борды, супер-сайты, сити-формат, пиллары), январь-июль 2023
Без учета медиафасадов, крышных конструкций и прочих нестандартных форматов
Наружная реклама (не включает индор и транзитную рекламу)

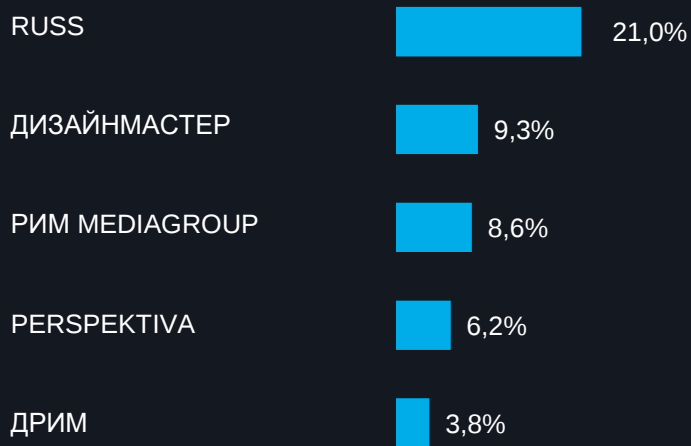
ДОЛЯ ЗАТРАТ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ НА ЦИФРОВЫЕ КОНСТРУКЦИИ: В СРЕДНЕМ 46%



Данные Admetrix: города с населением 1 млн+ (кроме Москвы и Санкт-Петербурга), только стандартные форматы (3x6, сити-борды, супер-сайты, сити-формат, пиллары), январь-июль 2023
Без учета медиафасадов, крышных конструкций и прочих нестандартных форматов
Наружная реклама (не включает индор и транзитную рекламу)

КРУПНЕЙШИЕ ВЛАДЕЛЬЦЫ РЕКЛАМНЫХ ПОВЕРХНОСТЕЙ: ТОП-5 ОПЕРАТОРОВ В НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЕ

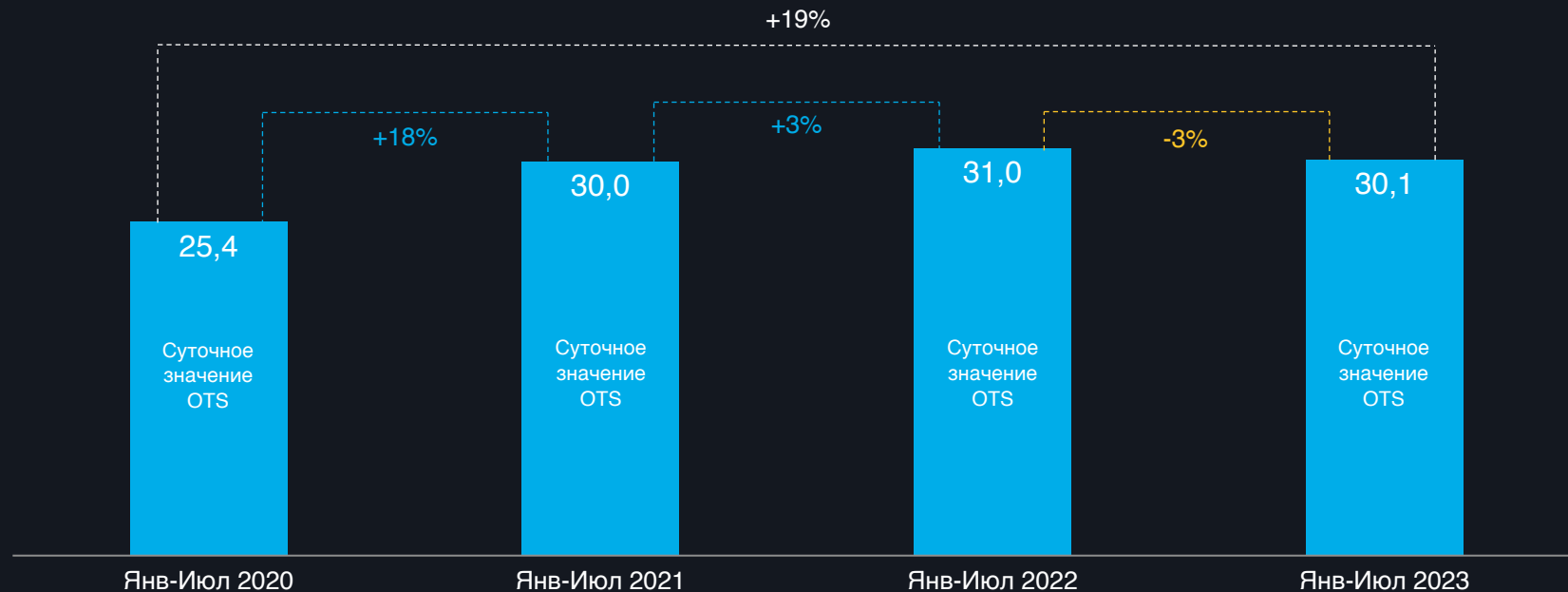
Доля операторов
% ОТ ВСЕХ РЕКЛАМНЫХ ПОВЕРХНОСТЕЙ



48,9%

рекламных поверхностей
приходится на топ-5
операторов наружной рекламы

ДИНАМИКА ОБЪЕМОВ АУДИТОРИИ: РОСТ 18% ПОСЛЕ ПАНДЕМИИ, СТАБИЛЬНОСТЬ С 2021 ГОДА

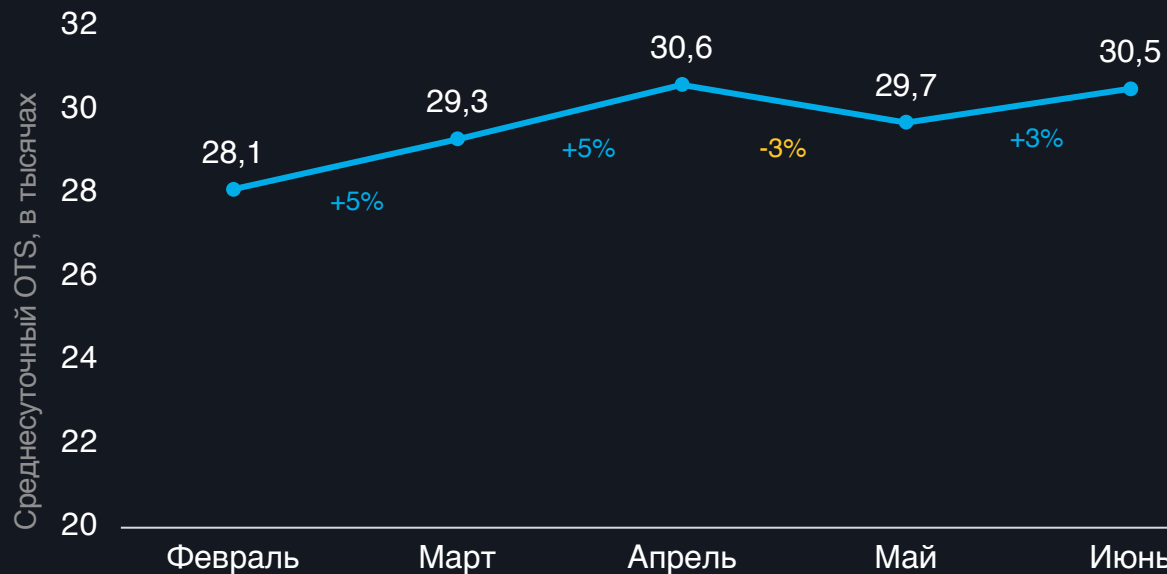


Данные Admetrix: города с населением 1 млн+ (кроме Москвы и Санкт-Петербурга), только стандартные форматы (3x6, сити-борды, супер-сайты, сити-формат, пиллары), январь-июль 2020-2023
Без учета медиафасадов, крышных конструкций и прочих нестандартных форматов
Наружная реклама (не включает индор и транзитную рекламу)

СРЕДНИЙ GRP: ДЛЯ МАКСИМАЛЬНОГО ОХВАТА АУДИТОРИИ В РАЗНЫХ ГОРОДАХ НУЖЕН РАЗНЫЙ ОБЪЕМ АДРЕСНОЙ ПРОГРАММЫ

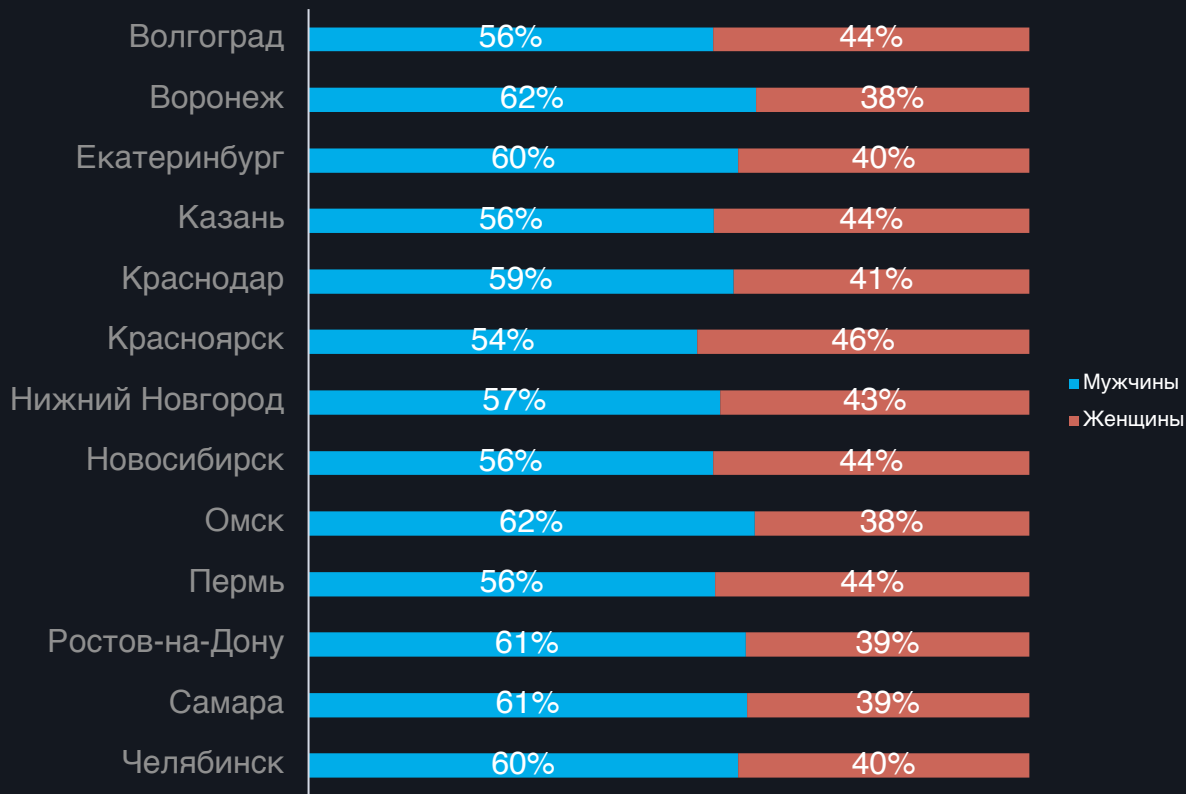


ДИНАМИКА ОБЪЕМОВ АУДИТОРИИ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ: СЕЗОННОСТЬ



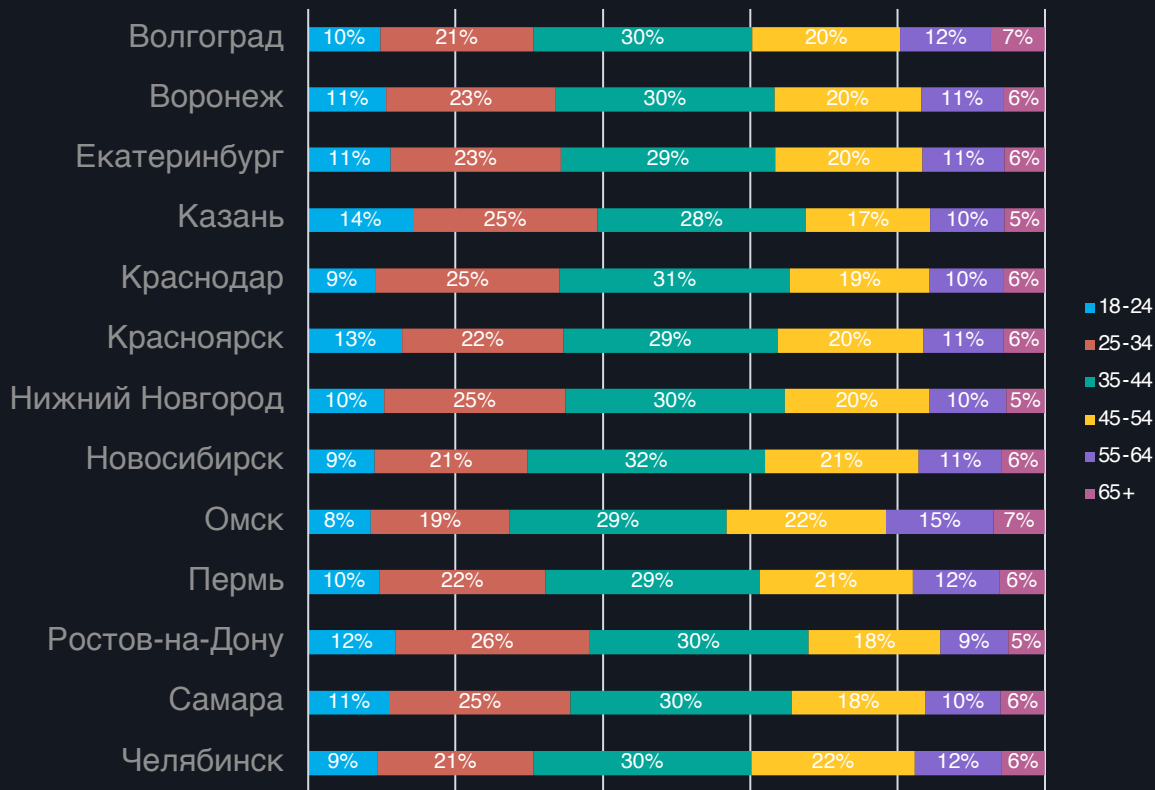
Данные Admetrix: города с населением 1 млн+ (кроме Москвы и Санкт-Петербурга), только стандартные форматы (3х6, сити-борды, супер-сайты, сити-формат, пиллары), среднесуточные значения OTS за фев-июн 2023 в динамике. Без учета медиафасадов, крышных конструкций и прочих нестандартных форматов. Наружная реклама (не включает индор и транзитную рекламу)

ПОРТРЕТ АУДИТОРИИ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ: В СРЕДНЕМ 60% СОСТАВЛЯЮТ МУЖЧИНЫ



Доля мужчин и женщин в составе всей аудитории в возрасте 18+

ПОРТРЕТ АУДИТОРИИ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ: ОТ 80% ДО 85% ПРИХОДИТСЯ НА АУДИТОРИЮ В ВОЗРАСТЕ 25...64



Доля возрастной группы в составе всей
аудитории 18+

Данные Admetrix: города с населением 1 млн+ (кроме Москвы и Санкт-Петербурга), только стандартные форматы (3х6, сити-борды, супер-сайты, сити-формат, пиллары), апрель 2023

Без учета медиафасадов, крышных конструкций и прочих нестандартных форматов

Наружная реклама (не включает индор и транзитную рекламу)

ГЛАВНОЕ В ОТНОШЕНИИ ГОРОДОВ С НАСЕЛЕНИЕМ 1 МЛН+

- Предложение увеличивается, коммерческая загрузка растет, растет стоимость
- Увеличение затрат рекламодателей составило в среднем более 40%
- Драйвером рынка являются цифровые рекламоносители, доля затрат рекламодателей на цифровые конструкции превысила 50% в 2023 году
- Крупнейшие категории рекламодателей по доле затрат:
«Интернет-ресурсы и услуги», «Недвижимость и строительство» и «Оптовой-розничная торговля»
- Крупнейшие рекламодатели по доле затрат: «СБЕР», «ЯНДЕКС», «ВТБ», «X5 RETAIL GROUP»
- Доля затрат на цифровые конструкции – в среднем 46%
- На топ-5 операторов приходится почти 50% рекламных конструкций
- Объемы аудитории наружной рекламы:
 - > Стабильны год к году, после провала в пандемию
 - > Колеблются от месяца к месяцу в пределах 5%
- Портрет аудитории наружной рекламы: 60% мужчины, 80%...85% в возрасте 25...64

**ДАННЫЕ И АНАЛИТИКА – ОДИН ИЗ ОСНОВНЫХ
ИНСТРУМЕНТОВ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ OUT-OF-HOME:
ИНВЕСТИЦИИ В ИНДУСТРИАЛЬНЫЕ ИЗМЕРЕНИЯ ДЕЛАЮТ
РЫНОК НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ БОЛЕЕ ПРОЗРАЧНЫМ,
СОЗДАВАЯ РЕКЛАМОДАТЕЛЯМ КРЕПКИЙ ФУНДАМЕНТ
ДЛЯ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ**

МОНИТОРИНГ DOOH (ЦИФРОВОЙ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ): ОТЧЕТЫ О РАЗМЕЩЕНИИ С ТОЧНОСТЬЮ ДО ВЫХОДА

- 2280 экранов RUSS, PACBЭPO, LBL, ЭФИР, SUNLIGHT OUTDOOR, INTENTION, INSIGHT MEDIA, RGB GRAPHICS
- 1 млрд выходов рекламы
- 5,7 млрд секунд вещания
- 100% рекламных роликов (креативов)
- Хронометражи
- Выборочная проверка через доступы к камерам
- 41 город

Рекламодатель	Выходов рекламы	Секунд вещания	Доля эфира
TCS GROUP HOLDING	107 675	809 397	30,26%
INGRAD	53 553	267 950	10,02%
ЗОТОВ (КОНСТРУКТИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО)	53 390	267 193	9,99%
ГРУППА РОДИНА	36 897	184 671	6,90%
VK	28 074	140 566	5,26%
ОСНОВА	27 527	137 724	5,15%
GAC GROUP	27 521	137 610	5,15%
РЕННА	26 990	135 024	5,05%
OLIMPBET	26 231	131 290	4,91%
ЯНДЕКС	26 017	130 203	4,87%
АЛЬФА-БАНК	23 632	236 242	8,83%
PIONEER	6 945	69 408	2,60%
ВТБ	2 576	12 885	0,48%
WILDBERRIES	1 619	8 096	0,30%
FONBET	717	3 585	0,13%
X5 RETAIL GROUP	173	865	0,03%
СИТИДРАЙВ	165	825	0,03%
КОМПАНИЯ НАНОДЕНТ	133	665	0,02%
МУЛТОН	48	240	0,01%