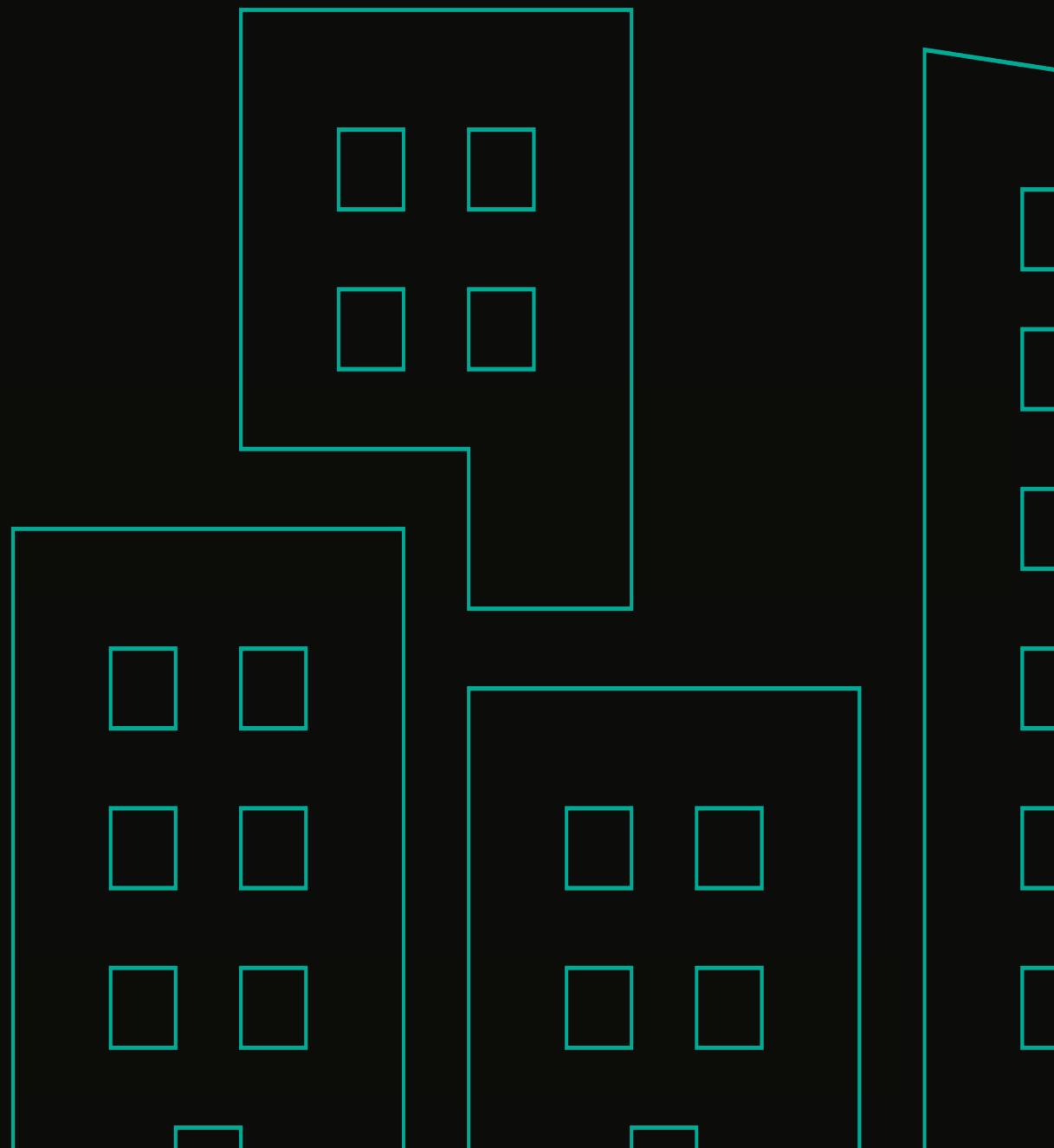


АУДИТОРИЯ МЕДИА

КСЕНИЯ АЧКАСОВА
ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР MEDIASCOPE

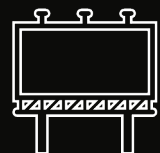
ADINDEX CITY CONFERENCE 04/06/2021



РЕКЛАМА



В ИНТЕРНЕТЕ



НАРУЖНАЯ



НА ТВ



НА РАДИО



В ПРЕССЕ



□ ЗАМЕЧАЮТ РЕКЛАМУ

■ РЕАГИРУЮТ НА РЕКЛАМУ:

- ЧУВСТВУЮТ, ЧТО МНЕНИЕ О ТОВАРЕ/УСЛУГЕ ИЗМЕНИЛОСЬ К ЛУЧШЕМУ
- ОБСУЖДАЮТ С ДРУГИМИ УВИДЕННОЕ В РЕКЛАМЕ
- ДЕЛАЮТ РЕПОСТ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ
- КЛИКАЮТ ПО ССЫЛКЕ
- ИЩУТ ИНФОРМАЦИЮ О ТОВАРЕ/УСЛУГЕ
- ПОДУМЫВАЮТ КУПИТЬ ТОВАР/УСЛУГУ
- ИЩУТ ТОВАР В МАГАЗИНЕ
- СОВЕРШАЮТ ПОКУПКУ

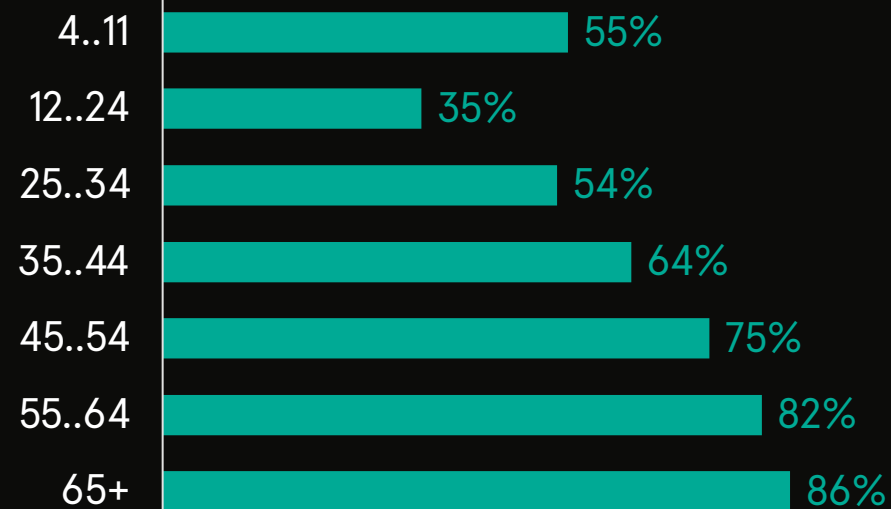
ТВ

97%

НАСЕЛЕНИЯ СМОТРЯТ ТВ ХОТЯ БЫ РАЗ В МЕСЯЦ

65%

НАСЕЛЕНИЯ СМОТРЯТ ТВ КАЖДЫЙ ДЕНЬ
БОЛЬШЕ ВСЕГО – В СТАРШИХ ГРУППАХ >



СУТОЧНЫЙ ОХВАТ ПО ВОЗРАСТНЫМ ГРУППАМ

ТВ / ВРЕМЯ ПРОСМОТРА

СРЕДНЕЕ ВРЕМЯ ПРОСМОТРА
ТЕЛЕКАНАЛОВ СРЕДИ НАСЕЛЕНИЯ
В ТЕКУЩЕМ ТЕЛЕСЕЗОНЕ –
3 ЧАСА 43 МИНУТЫ В ДЕНЬ

В БОЛЬШИНСТВЕ ГРУПП «КОВИДНЫЙ» ГОД
ИЗМЕНИЛ ДИНАМИКУ ОБЪЕМА ПРОСМОТРА



ТВ / ЖАНРЫ

80% ПРОСМОТРА ПРИХОДИТСЯ НА ПЯТЬ ОСНОВНЫХ ЖАНРОВ:



28%

СЕРИАЛЫ



21%

РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЕ



13%

КИНО



9% + 8%

НОВОСТИ И СОЦ-ПОЛ

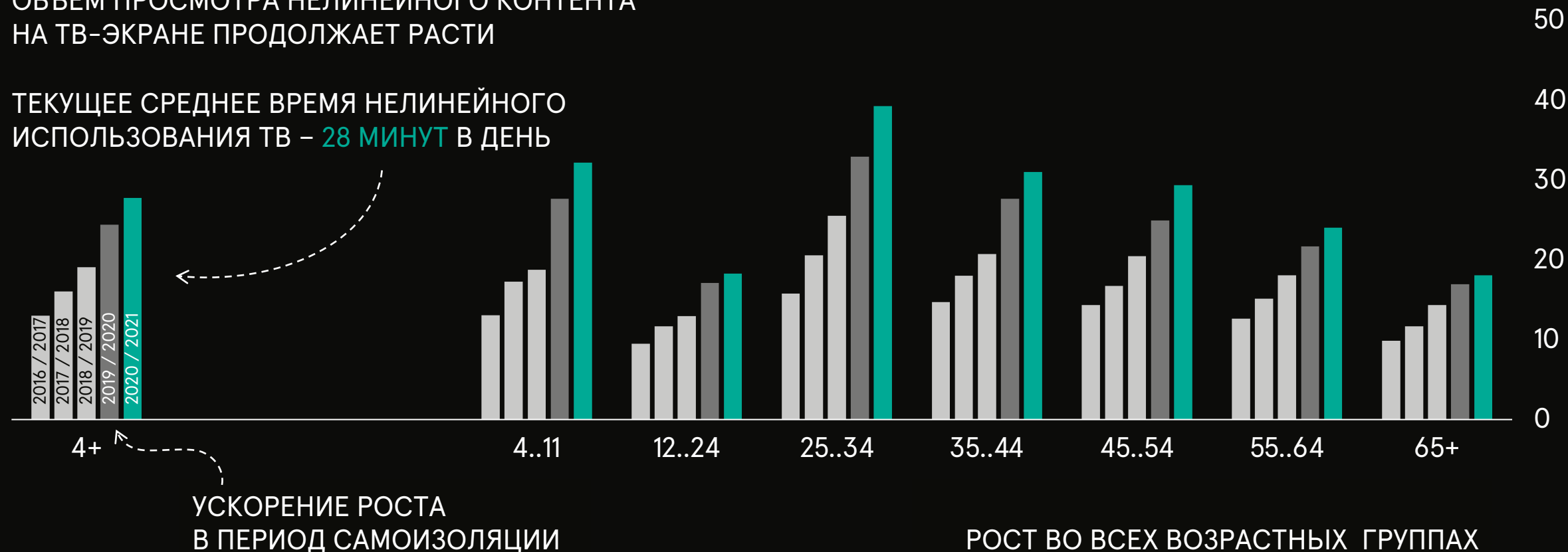


■	ДЕТСКОЕ	7%
■	ДОКУМЕНТАЛИСТИКА	5%
■	ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЕ	3%
■	СПОРТ	2%
■	МУЗЫКАЛЬНЫЕ	2%
■	ДРУГОЕ	2%

ТВ / НЕЛИНЕЙНЫЙ ПРОСМОТР

ОБЪЕМ ПРОСМОТРА НЕЛИНЕЙНОГО КОНТЕНТА
НА ТВ-ЭКРАНЕ ПРОДОЛЖАЕТ РАСТИ

ТЕКУЩЕЕ СРЕДНЕЕ ВРЕМЯ НЕЛИНЕЙНОГО
ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТВ – 28 МИНУТ В ДЕНЬ



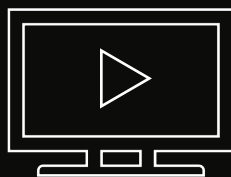
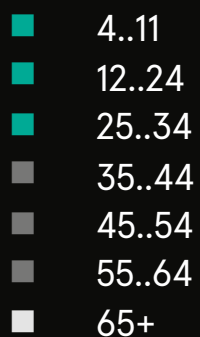
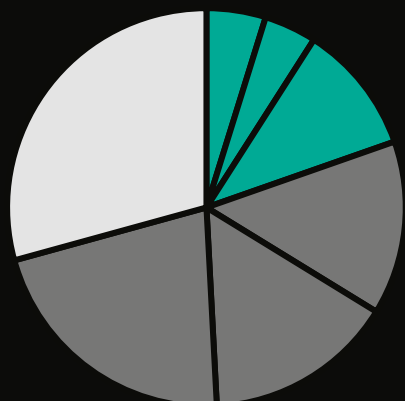
MEDIASCOPE TV INDEX, РОССИЯ 100+, СРЕДНЕЕ ВРЕМЯ ПРОСМОТРА OTHER TV SET СРЕДИ НАСЕЛЕНИЯ, МИНУТ В ДЕНЬ, ТЕЛЕСЕЗОНЫ С СЕНТЯБРЯ ПО АВГУСТ, 2020/2021 – ДО 25.05
С АВГУСТА 2019 ДАННЫЕ С УЧЕТОМ ПРОСМОТРА НА ДАЧЕ

ТВ / НЕЛИНЕЙНЫЙ ПРОСМОТР



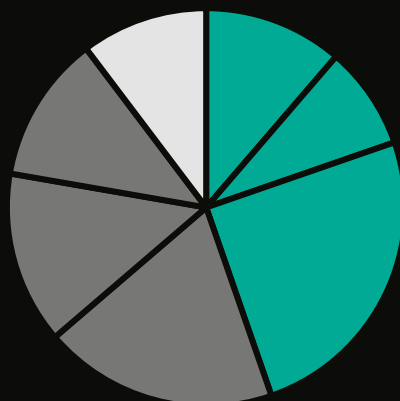
КЛАССИЧЕСКОЕ ТВ

СТРУКТУРА АУДИТОРИИ



НЕЛИНЕЙНОЕ ТВ

СТРУКТУРА АУДИТОРИИ



45%

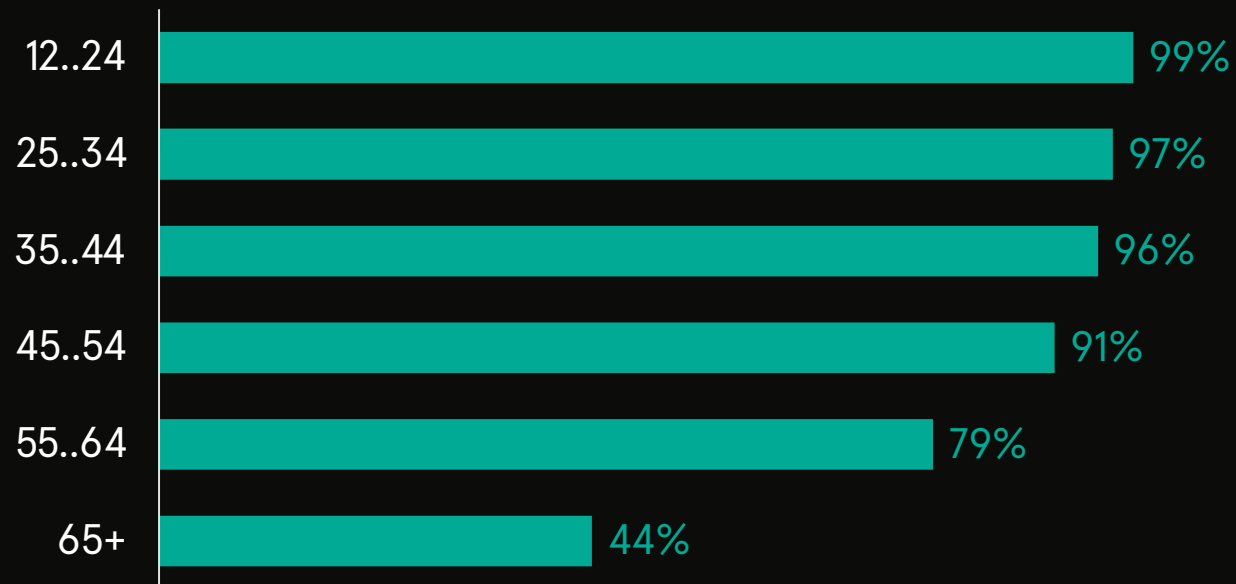
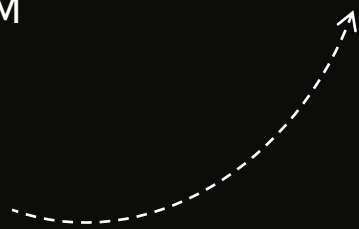
АУДИТОРИИ НЕЛИНЕЙНОГО
КОНТЕНТА МЛАДШЕ 35 ЛЕТ

ИНТЕРНЕТ

84%

НАСЕЛЕНИЯ
ПОЛЬЗУЮТСЯ ИНТЕРНЕТОМ
(ХОТЯ БЫ РАЗ В МЕСЯЦ)

В МОЛОДЫХ ГРУППАХ –
ПОЧТИ 100%

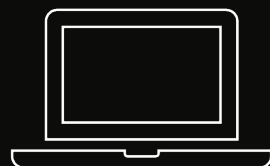


ИНТЕРНЕТ / УСТРОЙСТВА



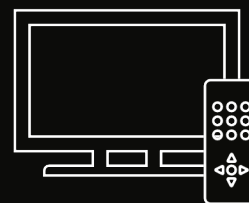
76%

СМАРТФОНЫ



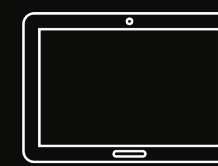
62%

ДЕСКТОП



22%

СМАРТ ТВ



20%

ПЛАНШЕТЫ

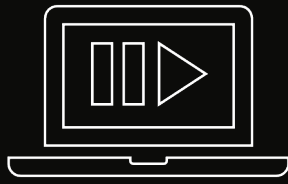


ИНТЕРНЕТ / ТЕМАТИКИ

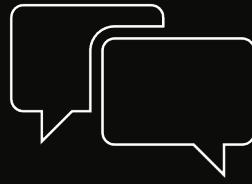
ОБЩИЕ ТЕМАТИЧЕСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ДЛЯ ВСЕХ ГРУПП:



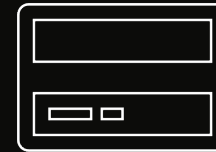
СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ



ВИДЕО & ТВ



МЕССЕНДЖЕРЫ



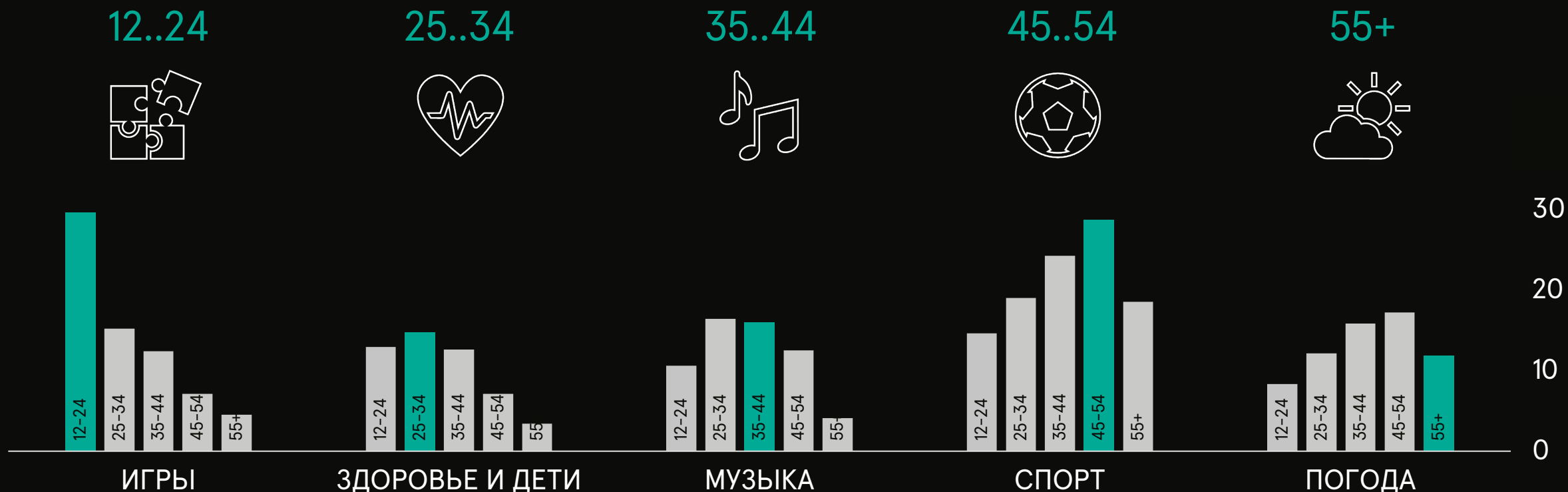
БАНКИ



ИНТЕРНЕТ МАГАЗИНЫ

ИНТЕРНЕТ / ТЕМАТИКИ

КАТЕГОРИИ С НАИБОЛЬШЕЙ РАЗНИЦЕЙ ОХВАТА В ГРУППЕ ОТ ОХВАТА СРЕДИ НАСЕЛЕНИЯ:



MEDIASCOPE WEB-INDEX, РОССИЯ 100+, НАСЕЛЕНИЕ 12+, МАРТ 2021, DESKTOP & MOBILE, ОХВАТ ЗА МЕСЯЦ, % НАСЕЛЕНИЯ
ТЕМАТИКИ ОТОБРАНЫ ПО ОТНОСИТЕЛЬНОЙ РАЗНИЦЕ ОХВАТА В ЦА ОТ ОХВАТА В НАСЕЛЕНИИ 12+

РАДИО

87%

НАСЕЛЕНИЯ СЛУШАЮТ РАДИО
ХОТЯ БЫ РАЗ В МЕСЯЦ

55%

НАСЕЛЕНИЯ СЛУШАЮТ РАДИО
КАЖДЫЙ ДЕНЬ

ЧАЩЕ ДРУГИХ – ЛЮДИ СРЕДНЕГО ВОЗРАСТА



СУТОЧНЫЙ ОХВАТ РАДИО ПО ВОЗРАСТНЫМ ГРУППАМ

РАДИО / ТОП-5 УСТРОЙСТВ ДЛЯ СЛУШАНИЯ



75%

-3% ЗА ГОД



33%

-3% ЗА ГОД



30%

+1% ЗА ГОД



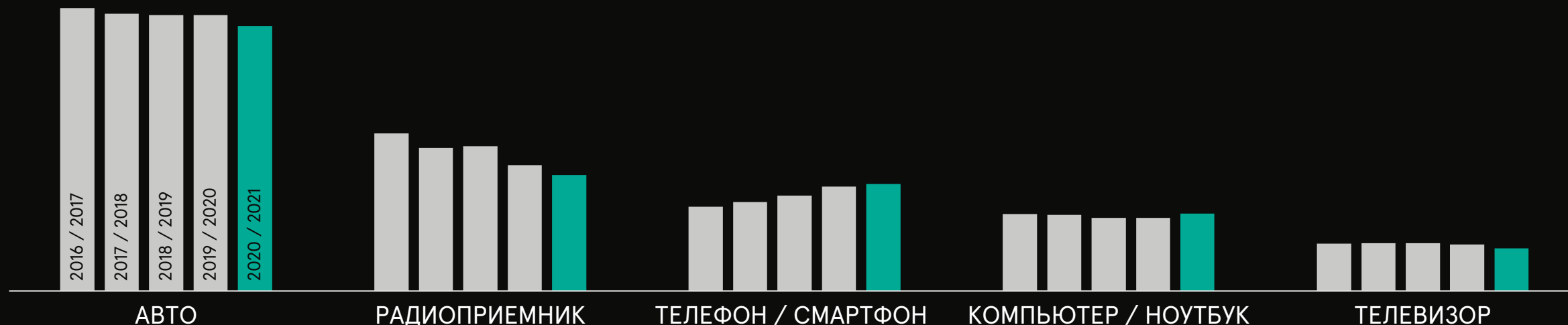
22%

+1% ЗА ГОД

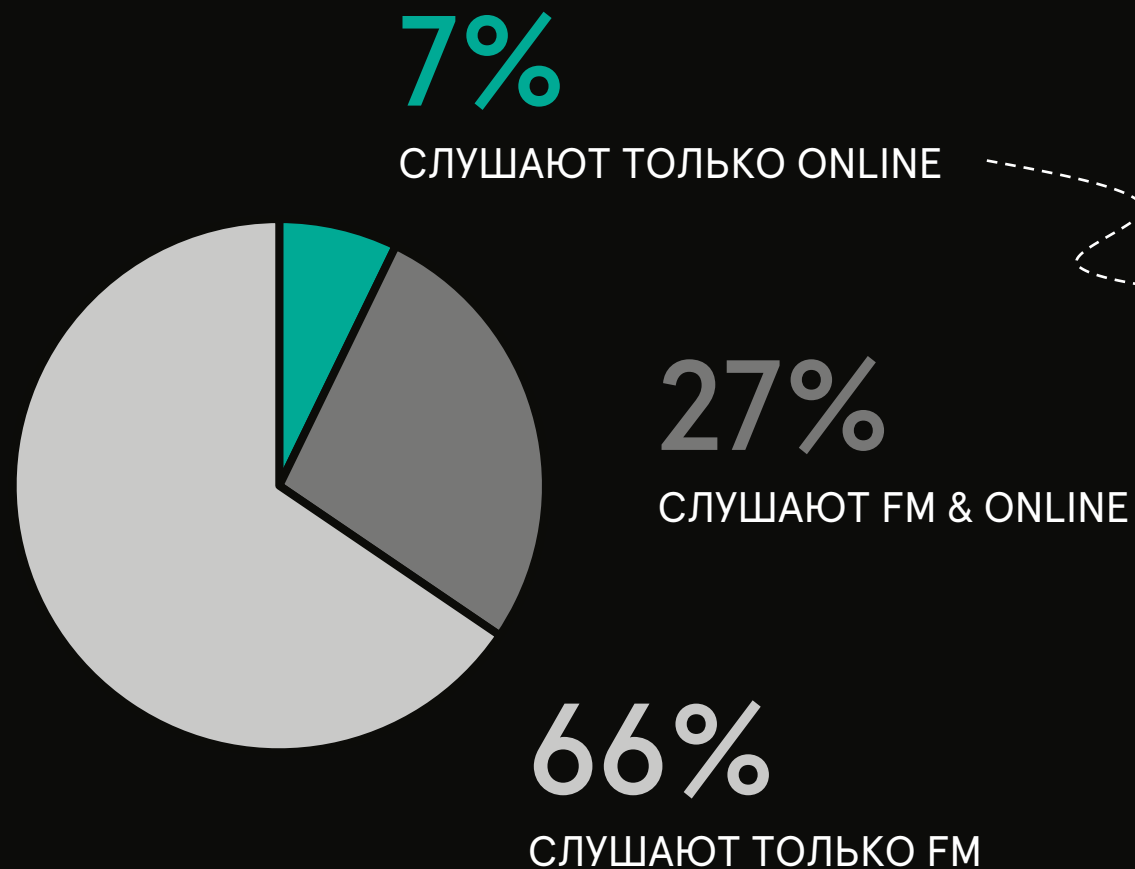


12%

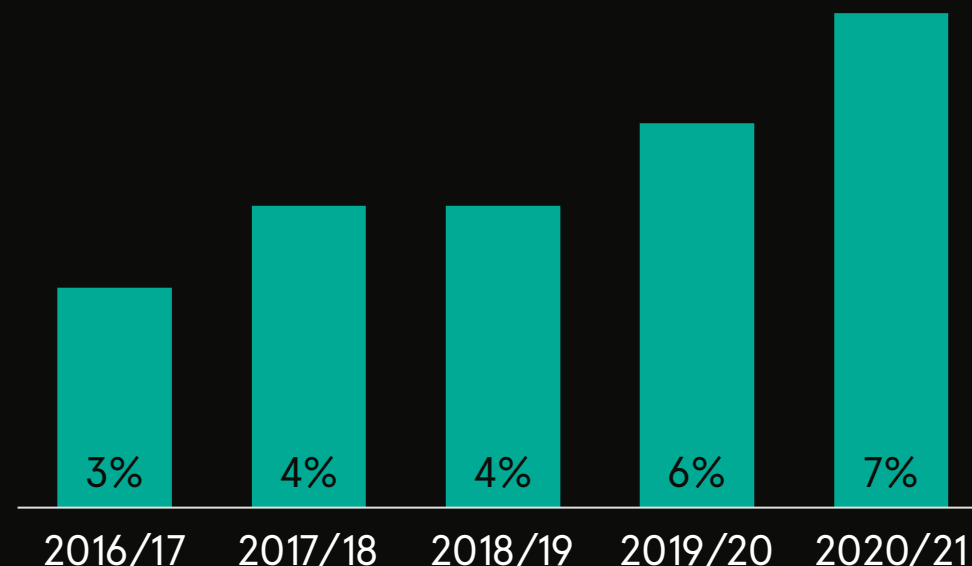
-1% ЗА ГОД



РАДИО / ONLINE vs FM



ДОЛЯ ЭКСКЛЮЗИВНЫХ ONLINE СЛУШАТЕЛЕЙ:

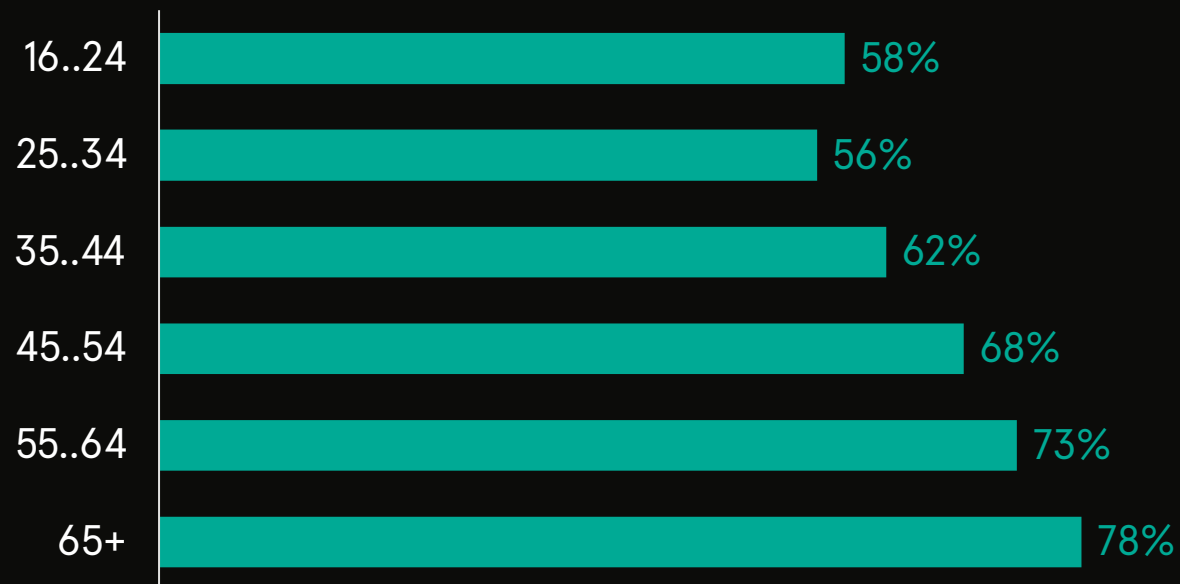


ПРЕССА

66%

НАСЕЛЕНИЯ ЧИТАЮТ
ГАЗЕТЫ И ЖУРНАЛЫ
(АУДИТОРИЯ ЗА ПОЛГОДА)

БОЛЬШЕ ДРУГИХ
ЧИТАЮТ ПРЕССУ ЛЮДИ
СТАРШЕГО ВОЗРАСТА



ПРЕССА / ПОПУЛЯРНЫЕ ТЕМАТИКИ



ТЕЛЕГИДЫ /
ИЗДАНИЯ О КИНО И ТВ

11%

АУДИТОРИЯ СРЕДНЕГО НОМЕРА



ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫЕ
ГАЗЕТЫ

10%

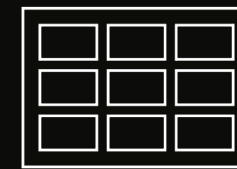
АУДИТОРИЯ СРЕДНЕГО НОМЕРА



ЖЕНСКИЕ И FASHION
ИЗДАНИЯ

9%

АУДИТОРИЯ СРЕДНЕГО НОМЕРА



КРОССВОРДНЫЕ
ИЗДАНИЯ

9%

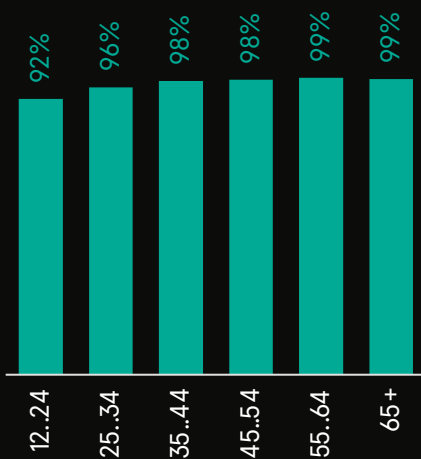
АУДИТОРИЯ СРЕДНЕГО НОМЕРА

ОХВАТЫ ВСЕХ МЕДИА ПО ВОЗРАСТАМ



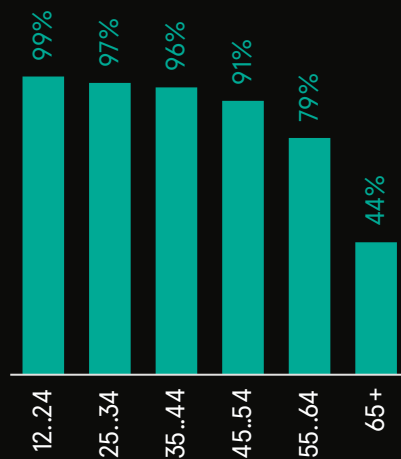
ТВ

ОХВАТ ЗА МЕСЯЦ



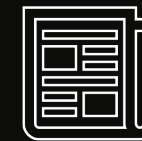
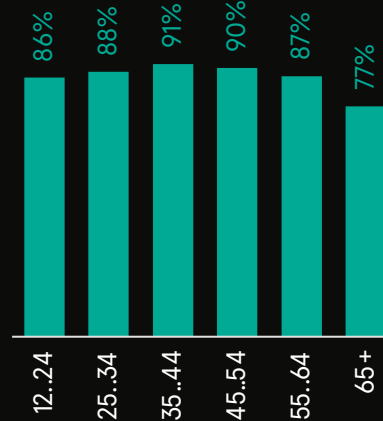
ИНТЕРНЕТ

ОХВАТ ЗА МЕСЯЦ



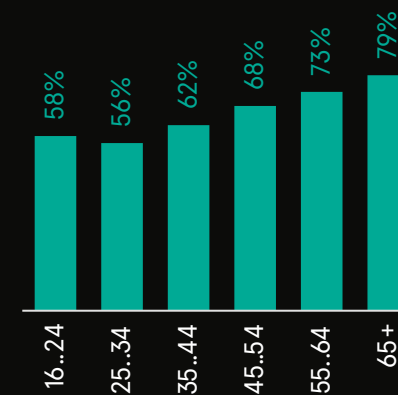
РАДИО

ОХВАТ ЗА МЕСЯЦ



ПРЕССА

ОХВАТ ЗА ПОЛГОДА



СПАСИБО!

ADINDEX CITY CONFERENCE 04/06/2021

