

# Индекс ООН настроений

# Индекс настроений на рынке ООН

## Рекламные агентства + Операторы + DSP платформы

### Рекламные агентства:

**10**  
ТОП

Суммарный биллинг за  
2021 год – **15 млрд руб.**  
(по версии АКАР)

### DSP платформы:

 Oohdesk 

 gpmdata →

 DRON

 ALL-BILLBOARDS.RU  
Общероссийская система он-лайн бронирования  
рекламных щитов

### Операторы ООН:

 Gallery

 VinEx  
MEDIA

 ГРУППА КОМПАНИЙ  
МОСОБЛПРЕКЛАМЪ



 NORTH STAR  
MEDIA

 SUNLIGHT  
OUTDOOR



 ВОСТОК · МЕДИА  
НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

 PIM  
MEDIAGROUP



 ИГРОНИК  
ГРУППА КОМПАНИЙ

 MAER

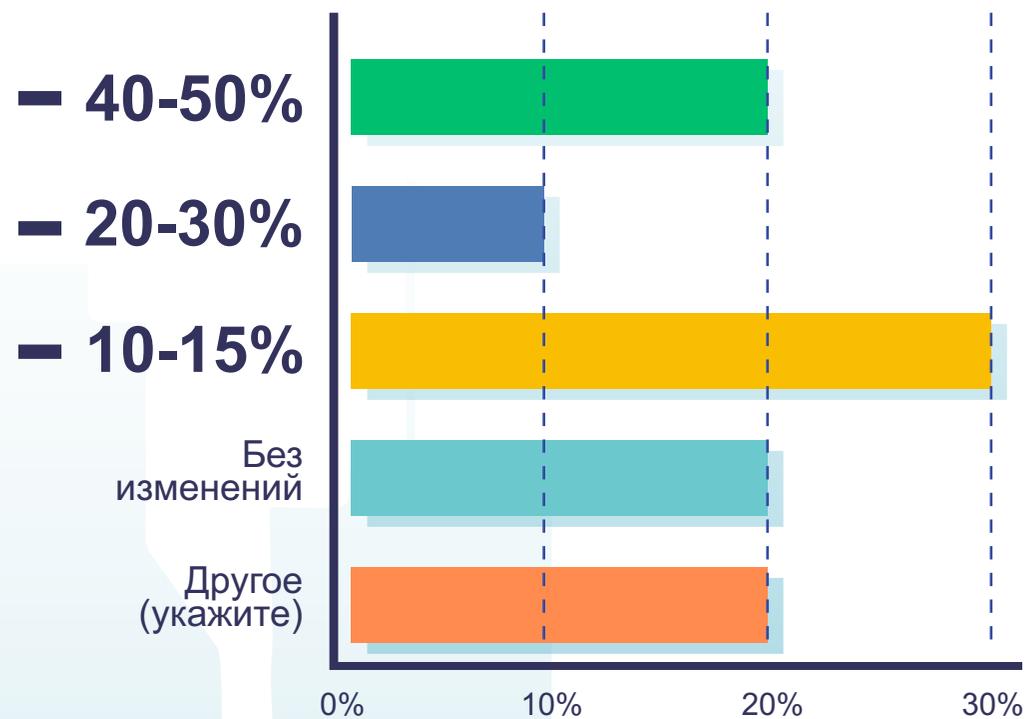
 ПРОСПЕКТ  
рекламное агентство

 РАСВЕТРО



# Рекламные агентства:

## У 60% агентств бюджеты ООН упали

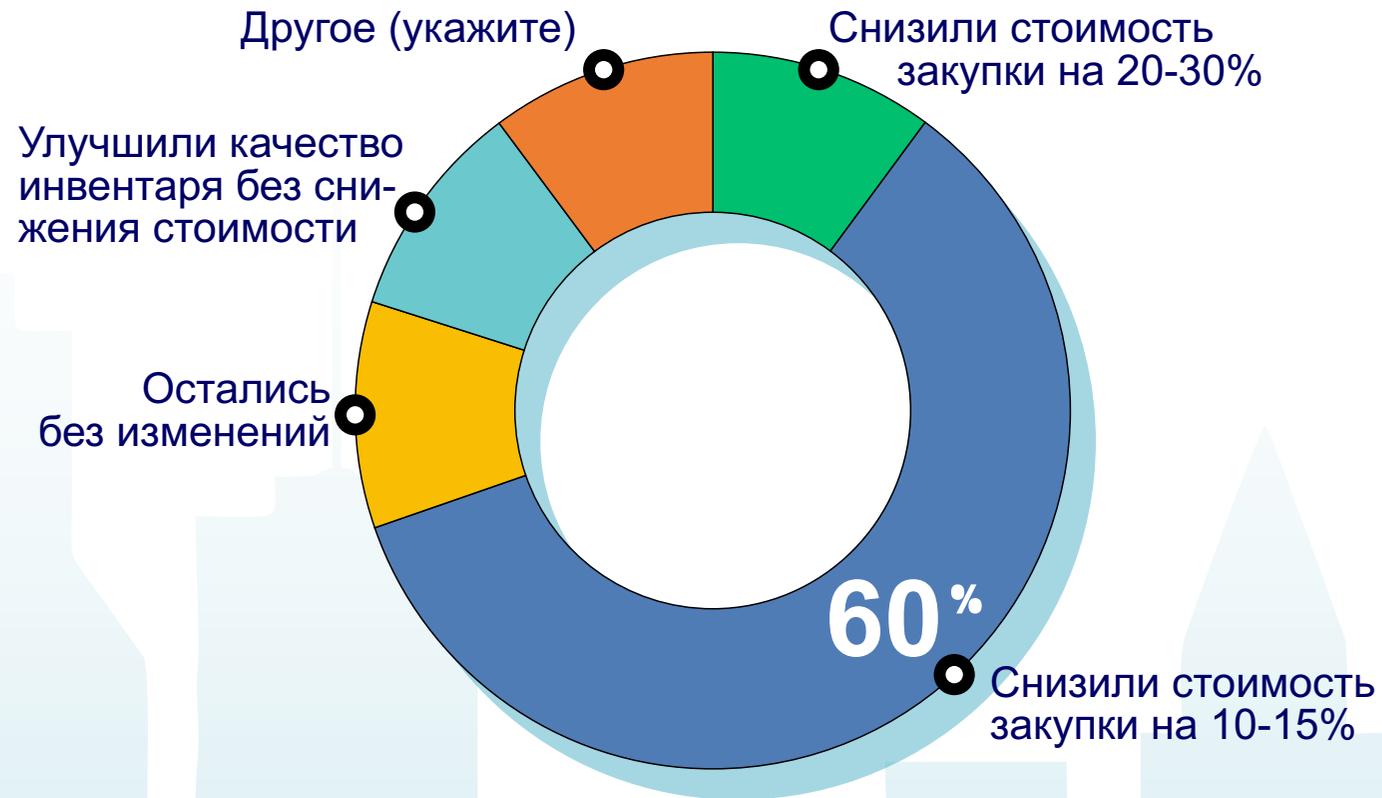


\*Другое: DNA, вынужденное сохранение контрактов из-за дедлайнов по отказам.

Как изменился объем бюджетов в ООН в вашем агентстве за март-апрель 2022 относительно марта-апреля 2021?



# Рекламные агентства: 60% агентств снизили стоимость закупки инвентаря на 10-15%



\*Другое: DNA

Удалось ли вам добиться улучшения ценовых условий закупки ООН инвентаря у операторов в марте-мае 2022?



# Рекламные агентства: Драйверы роста для ООН сегмента

Технологии, programmatic

Импортозамещение, ре-лончи

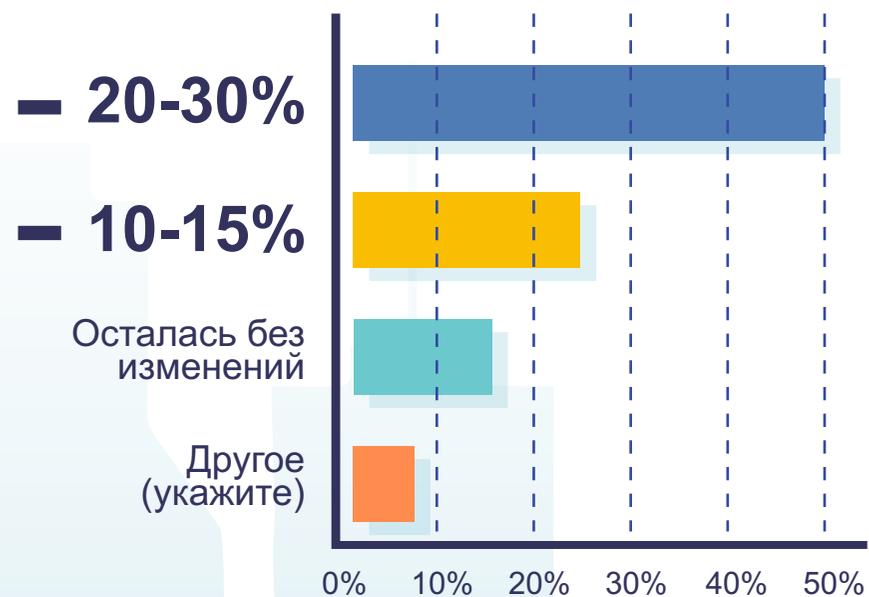
Бюджеты с других медиа / санкции

Рост маржинальности, СК

В чем вы видите драйверы роста для ООН сегмента и для вашего агентства в 2022 году?



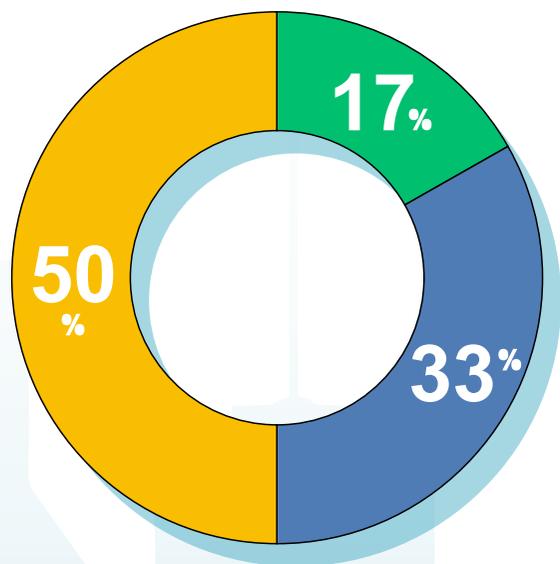
# Операторы наружной рекламы: У 50% операторов загрузка инвентаря сократилась на 20-30%



Как изменилась загрузка вашего инвентаря в период март-май 2022 относительно марта-мая 2021?



# Операторы наружной рекламы: У 50% операторов стоимость инвентаря в марте-мае 2022г не изменилась



- — 20-30%
- — 10-15%
- Осталась без изменений

Пришлось ли вам дополнительно снижать стоимость вашего инвентаря в марте-мае 2022?



# Операторы наружной рекламы: Драйверы роста

## Спецоперация и санкции:

- ◆ Сокращение инвентаря
- ◆ Рост стоимости контакта в Интернет
- ◆ Новые клиенты — ре-лончи, импортозамещение

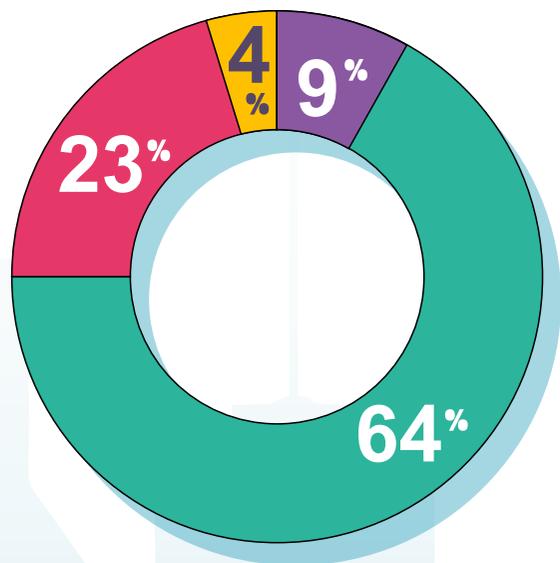
## Без учета спецоперации:

- ◆ Диджитализация инвентаря
- ◆ Рост технологичности
- ◆ Повышение имиджа ООН как медиаканала

В чем вы видите драйверы роста для вашей компании и для ООН рынка в целом?



# 64% участников рынка ожидают сокращения ООН на 20-30% в 2022 году

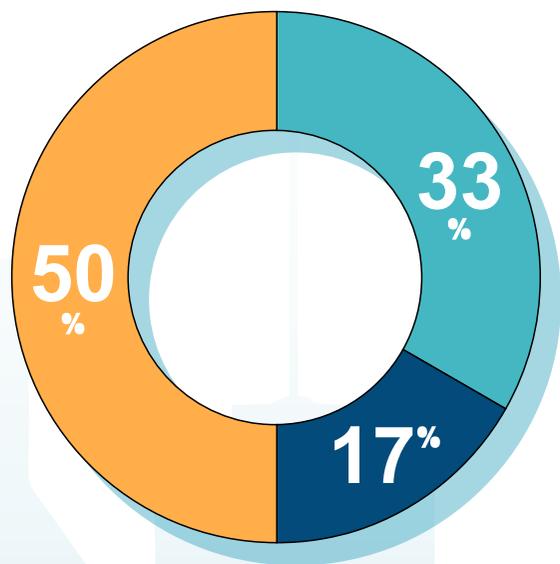


- — 40-50%
- — 20-30%
- — 10-15%
- Останется неизменной

Насколько изменится рынок ООН рекламы в России в 2022 году относительно 2021 года?



# DSP: 50% DSP платформ ожидают рост бюджетов DOOH более, чем на 30%

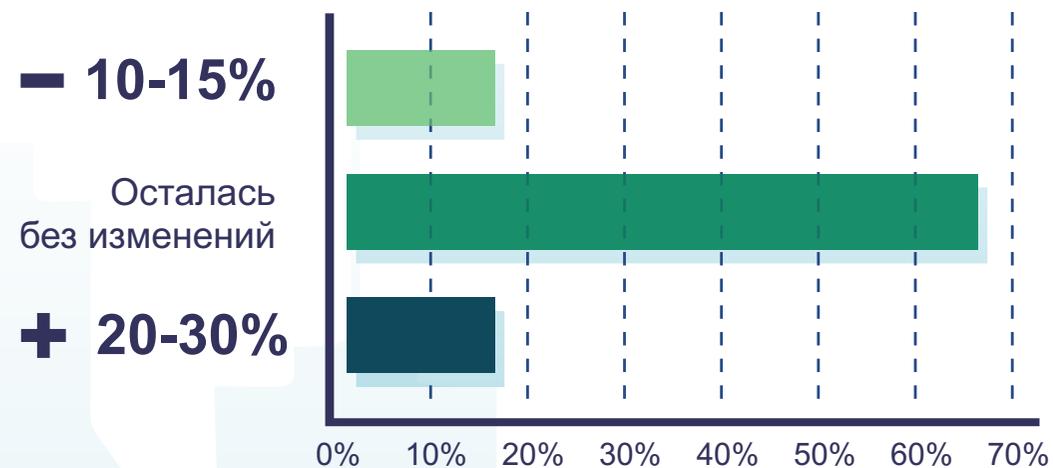


- + 10-15%
- + 20-30%
- + более 30%

Насколько изменится объем DOOH затрат через DSP платформы в России в 2022 году относительно 2021 года?



# DSP: У большинства DSP платформ маржинальность сделок осталась без изменений



Как изменилась маржинальность сделок на вашей DSP платформе в период март-май 2022 относительно марта-мая 2021?



# DSP: 100% DSP платформ продолжают инвестиции в развитие своего продукта



## Инвестиции в развитие в 2022

- улучшение интерфейса и юзабилити
- закупка данных для управления трансляциями в риал-тайм
- развитие коммуникационной платформы
- продвижение

Планируете ли вы инвестировать в доработку продуктов вашей DSP платформы в 2022 году?



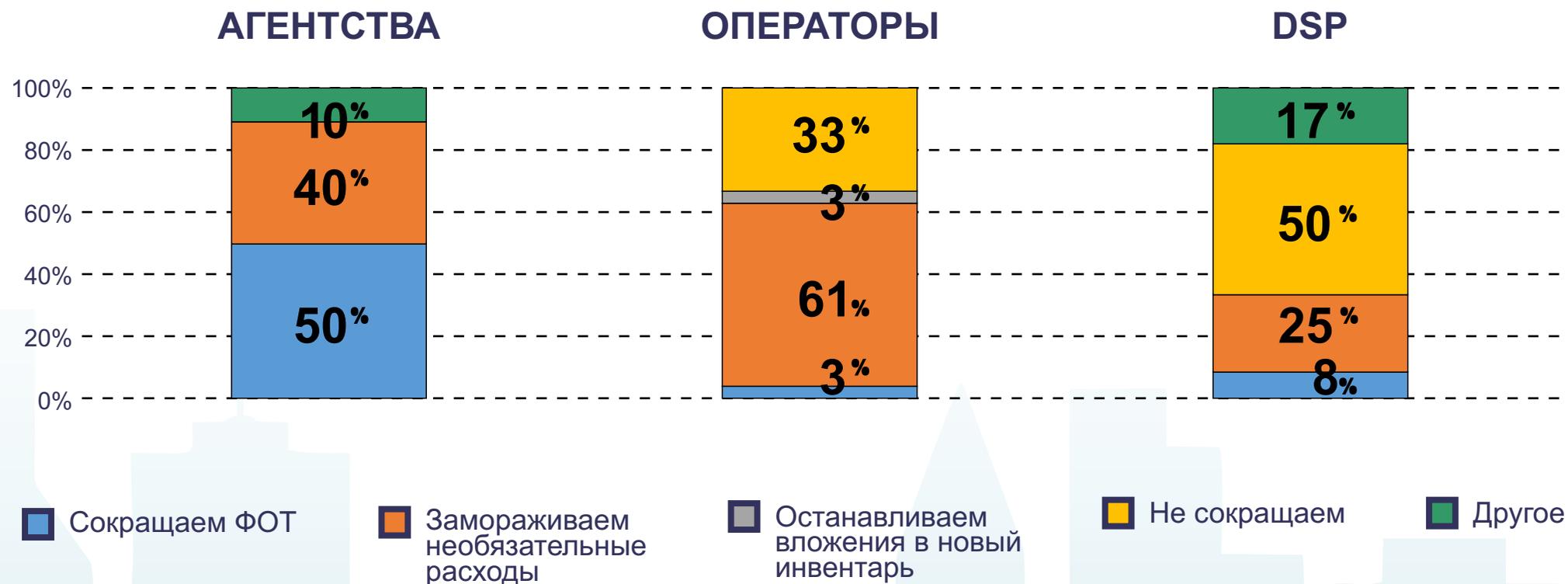
# Драйверы роста DSP платформ



В чем вы видите драйверы роста для вашей DSP платформы и для programmatic DOOH рынка в целом?



# Меры по снижению расходов

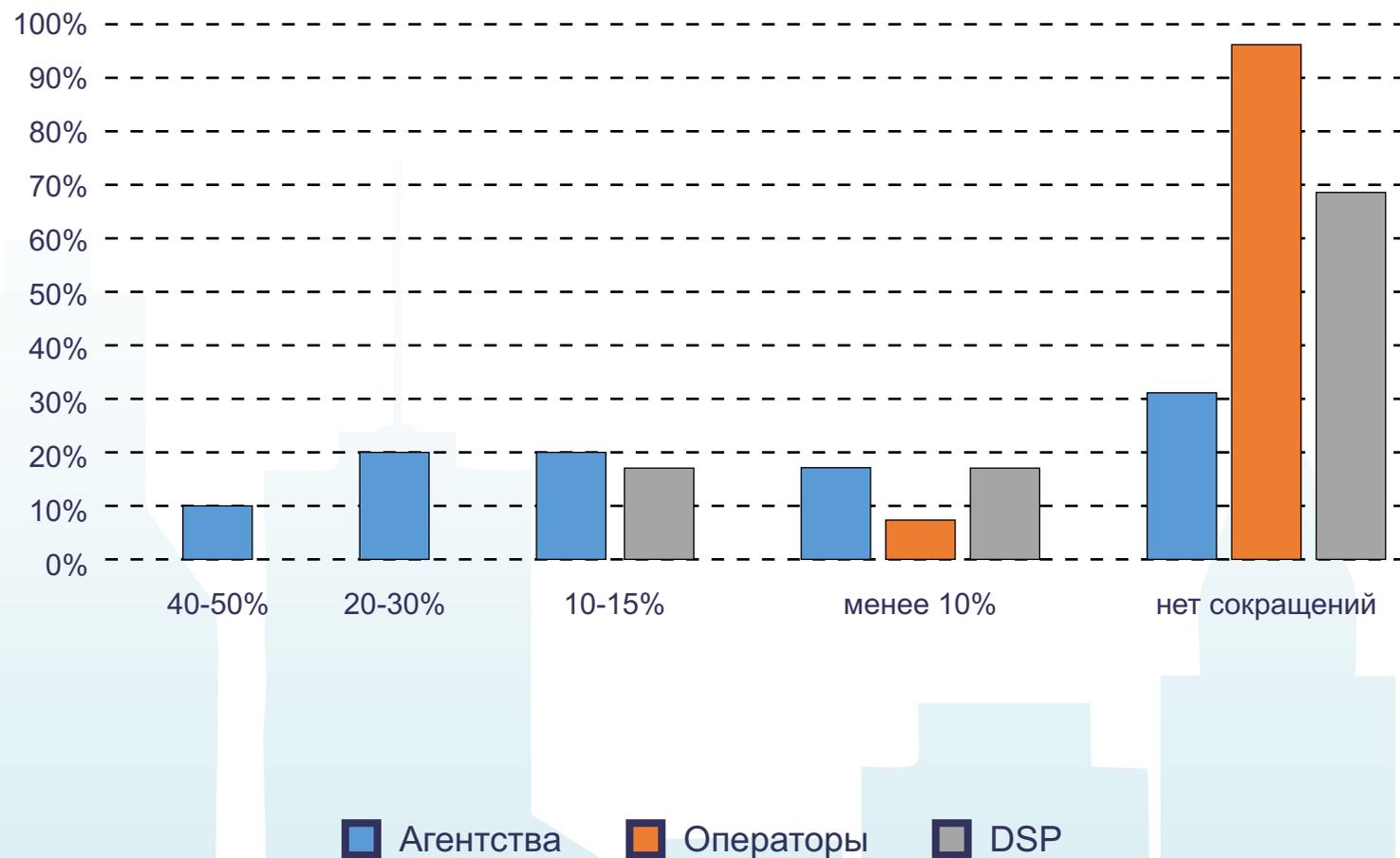


\*Другое: DNA

Какие меры по снижению расходов приняла ваша компания в сложившейся ситуации?



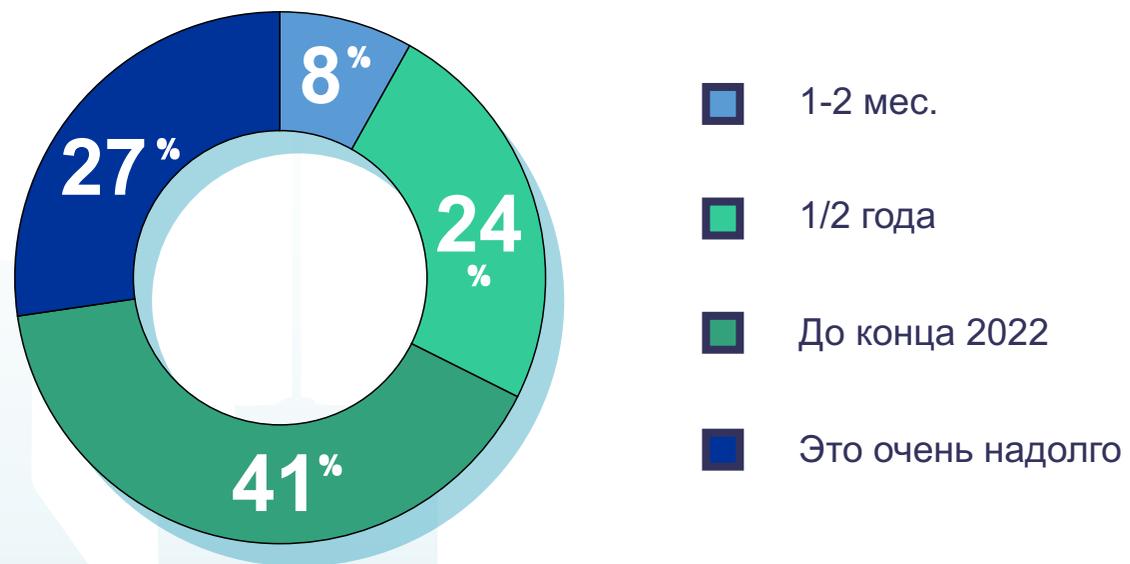
# Сокращение штата ООН: Меньше всего сокращений у операторов



Какой % сокращённых сотрудников в вашей компании с марта 2022 года?



# 65% респондентов ожидают окончания острой фазы кризиса до конца 2022 года



Каковы ваши ожидания по продолжительности острой фазы кризиса?



***СПАСИБО !***

