

АДВ 



Out-Of-Home
Инвентарь
Рекламодатели
Исследования



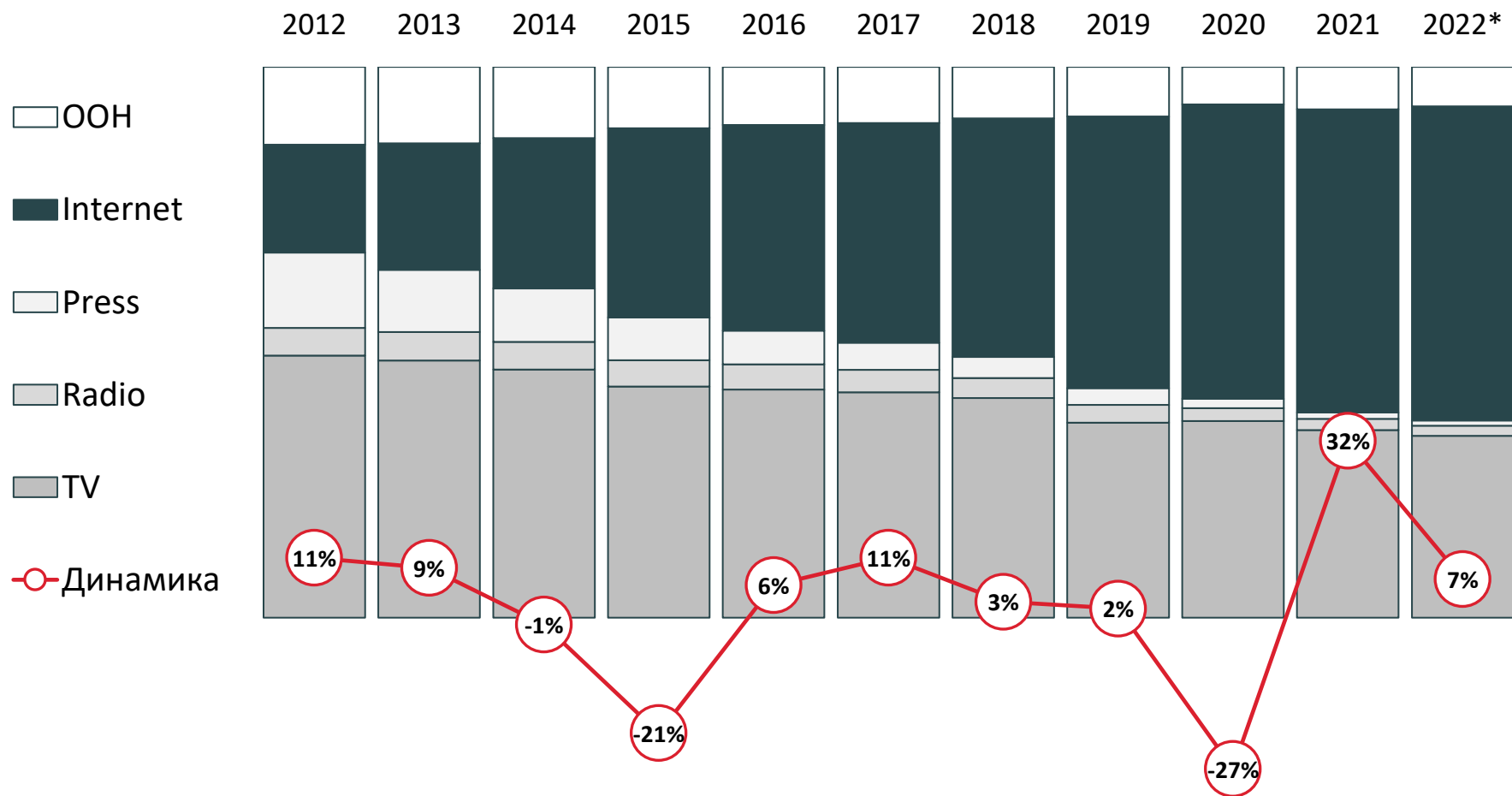
Welcome
to Cyprus 



Настоящее неизбежно есть результат всего прошлого и так же неизбежно – основа всего будущего.

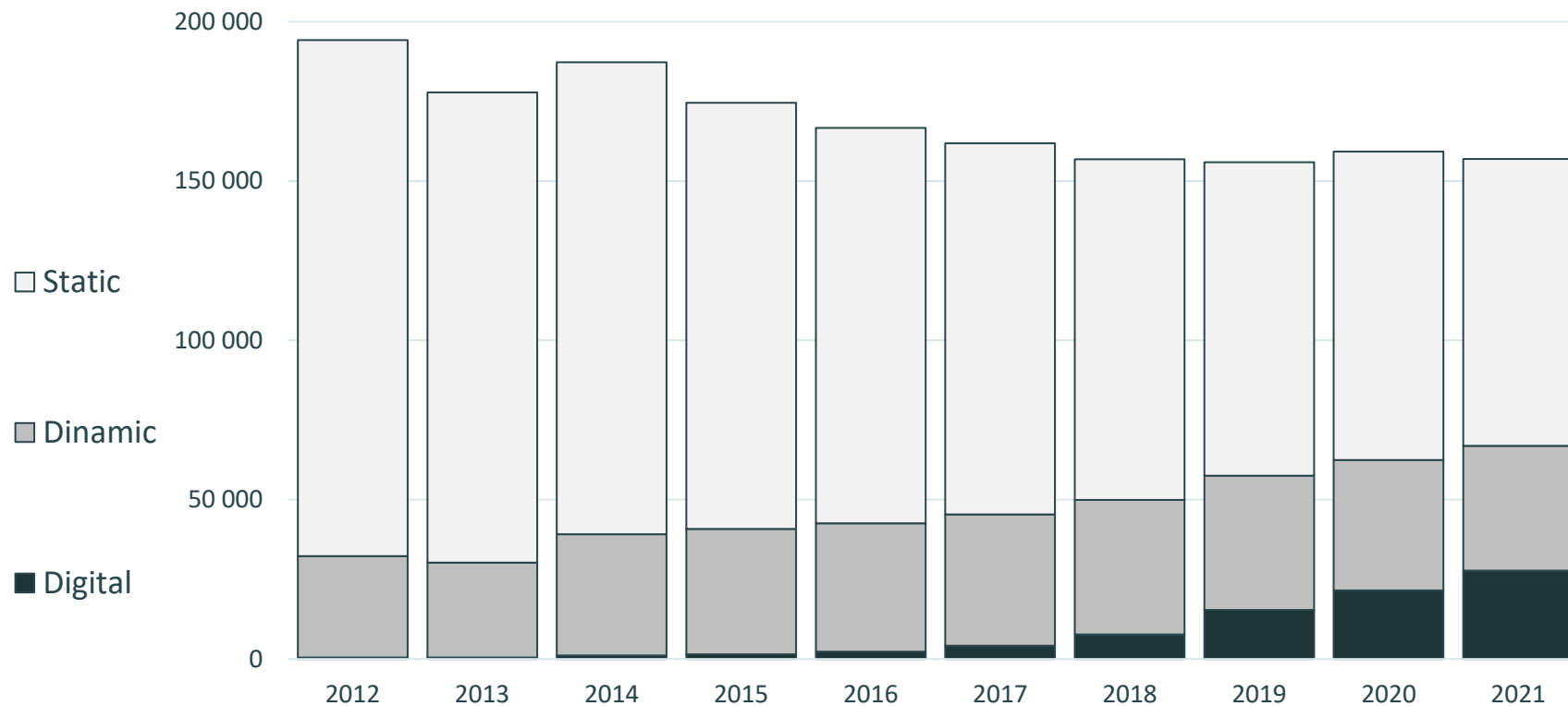
Роберт Грин Ингерсолл

Динамика медиа сплита



Источник: АКАР, прогноз ADV Benchmark

Статика – Динамика – Диджитал Наружная реклама

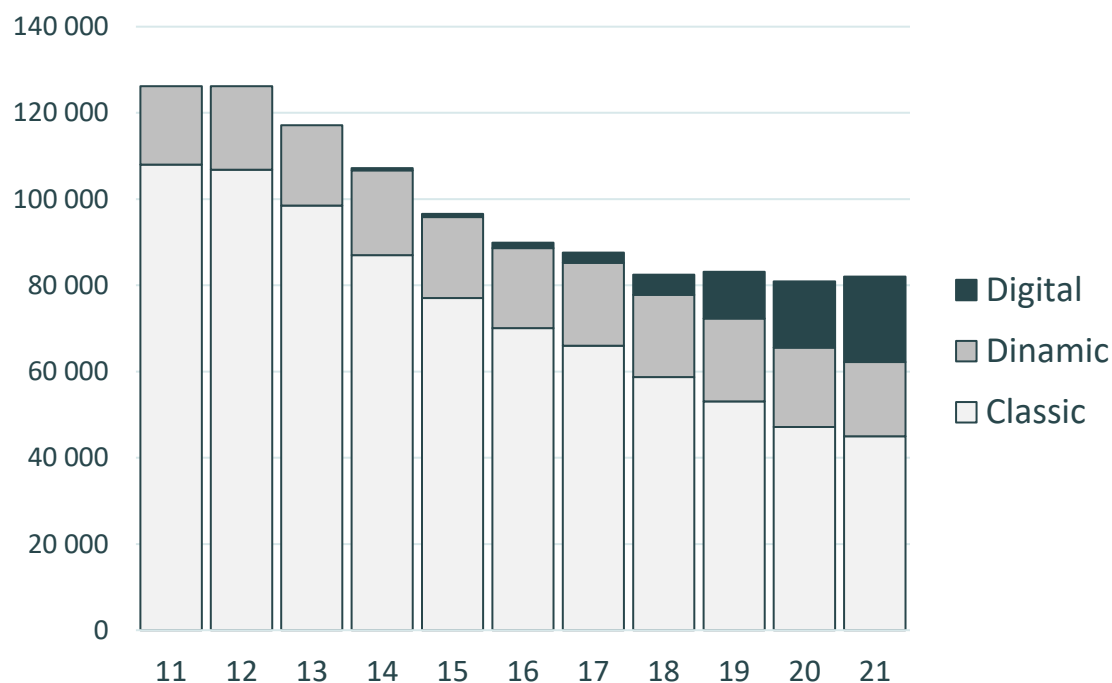


Digital 2021 - 17%

Билборды – Ситиборды Россия

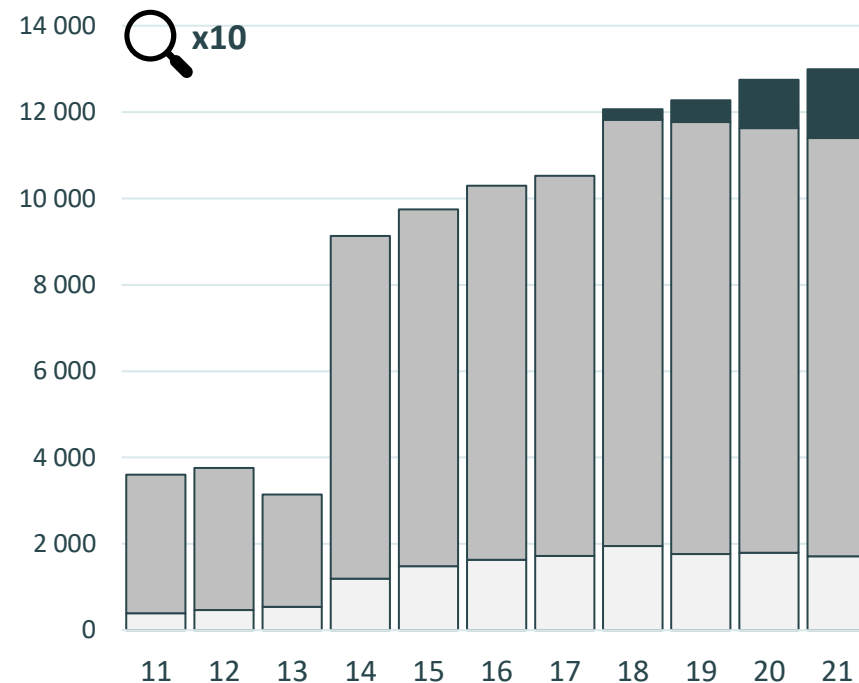


Billboard



Digital 2021 - 24%

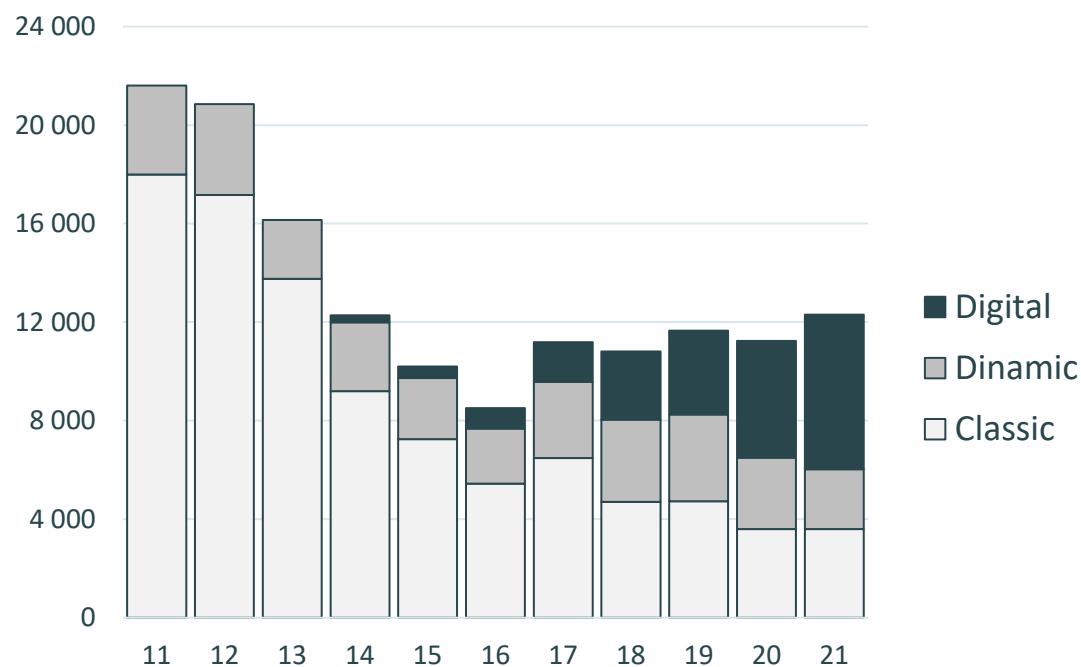
Cityboard



Digital 2021 - 12%

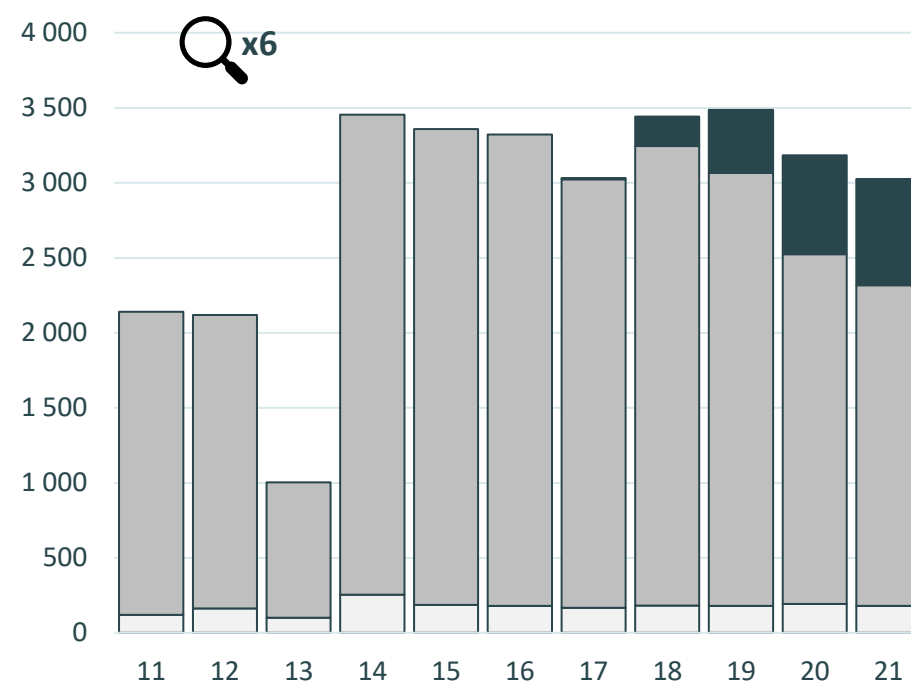
Билборды – Ситиборды Москва

Billboard



Digital 2021 - 50%

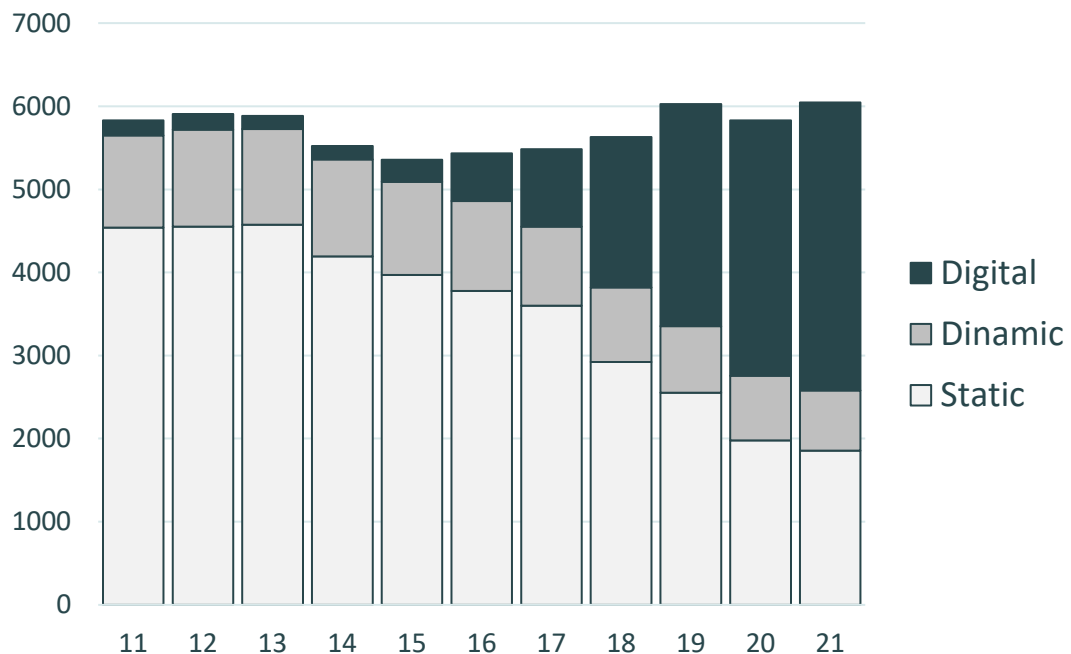
Cityboard



Digital 2021 - 23%

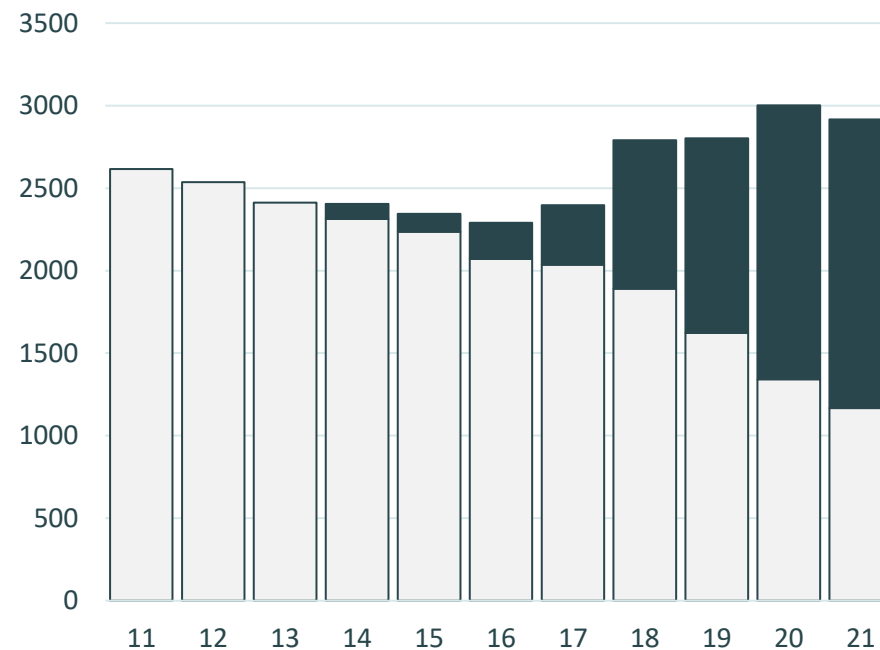
Крупный формат – Бранды/Медиа фасады Россия

Large Format



Digital 2021 - 57%

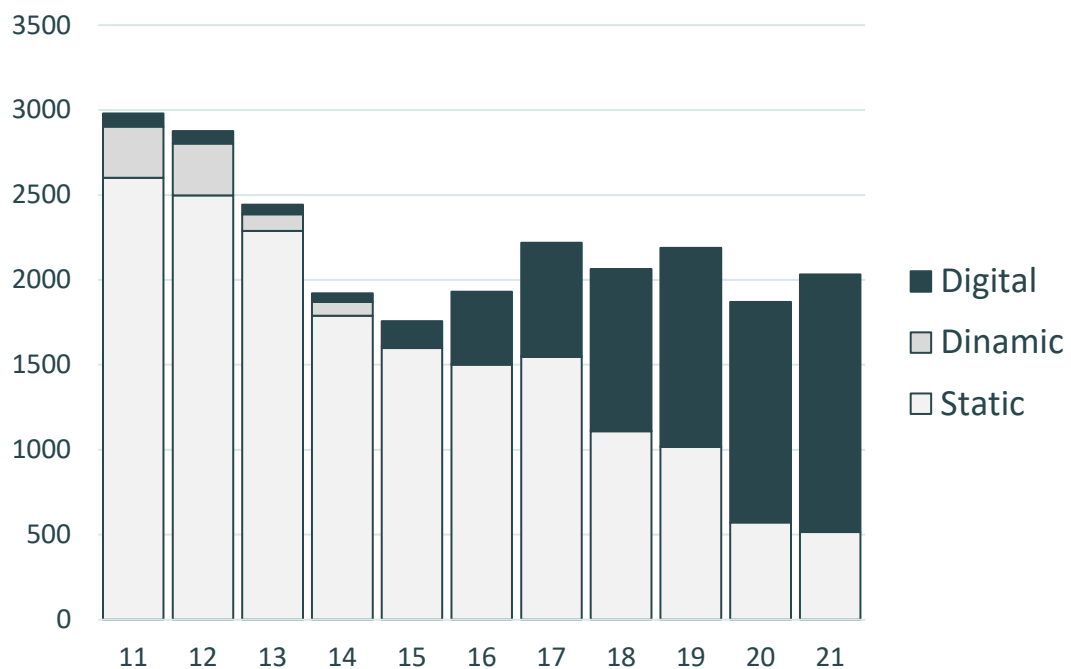
Painted Wall / MF



Digital 2021 - 60%

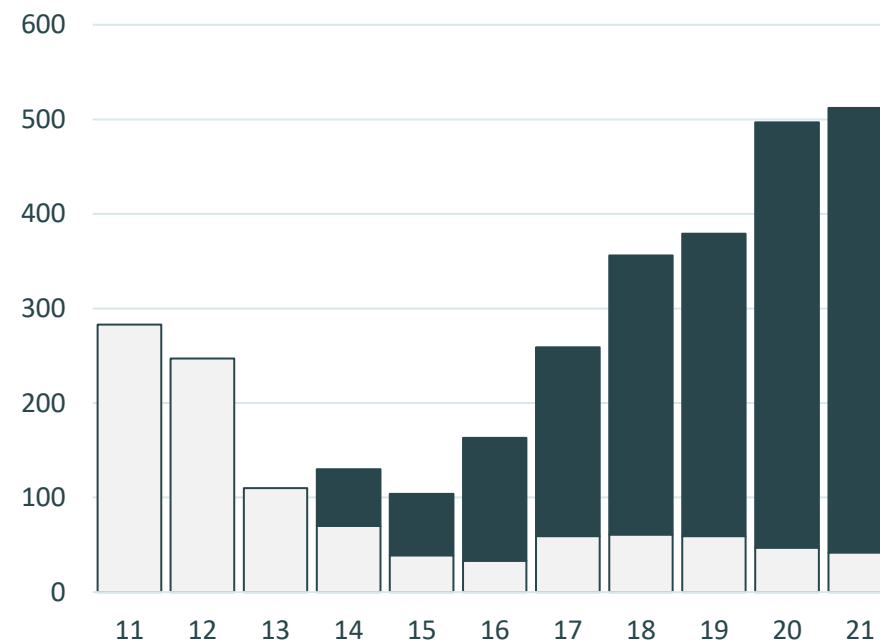
Крупный формат – Бранды/Медиа фасады Москва и МО

Large Format



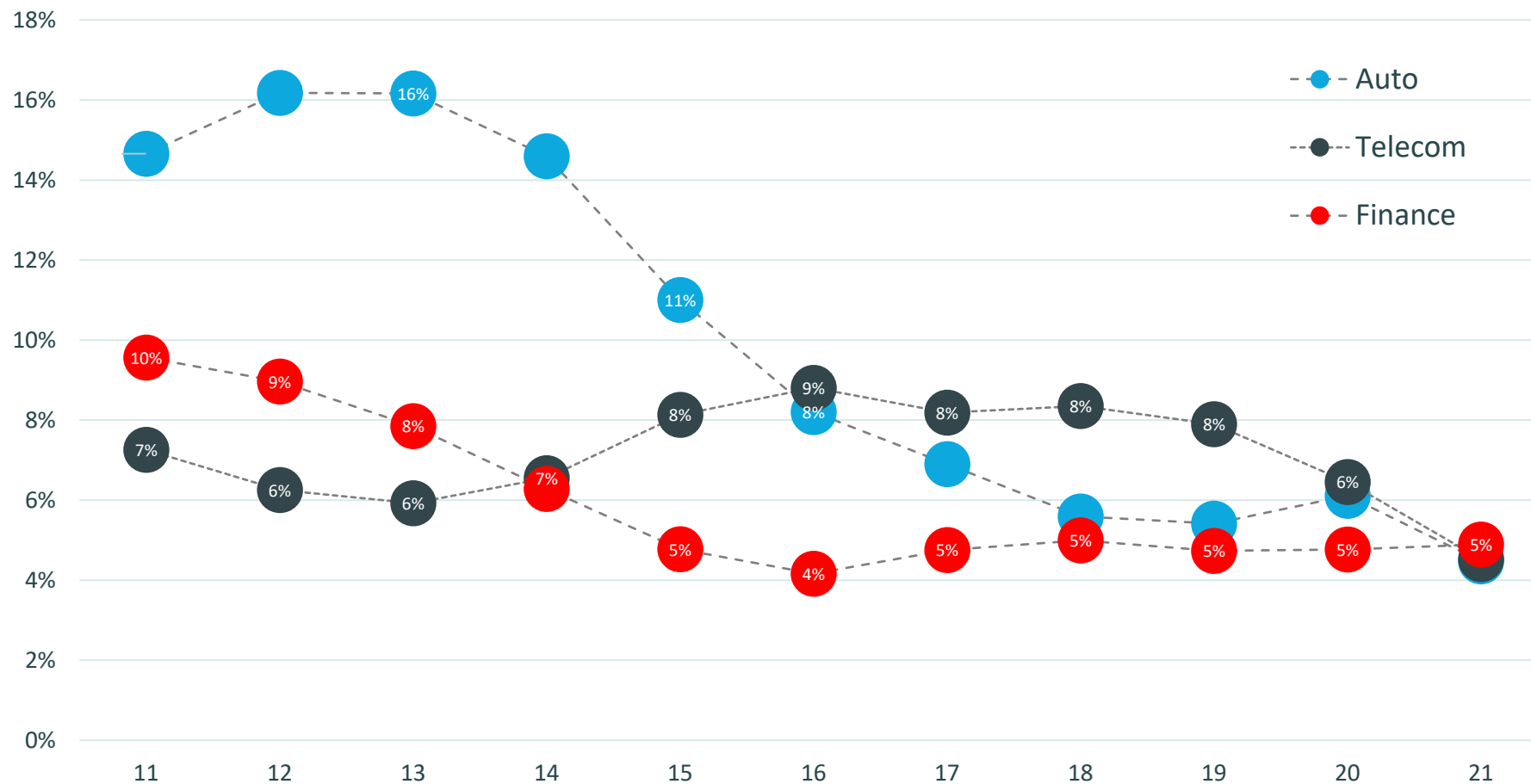
Digital 2021 - 74%

Painted Wall / MF



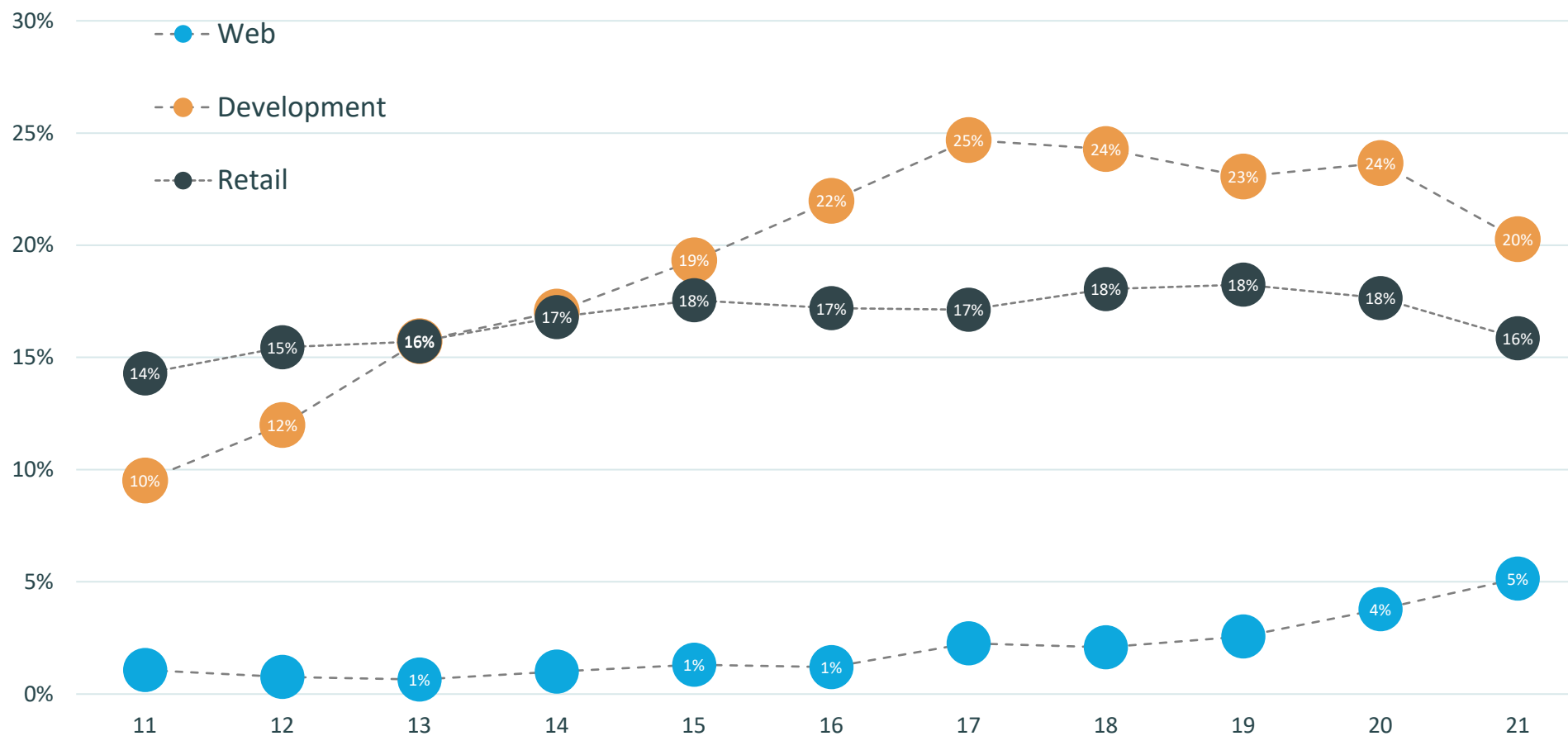
Digital 2021 - 92%

Доля категории - снижение



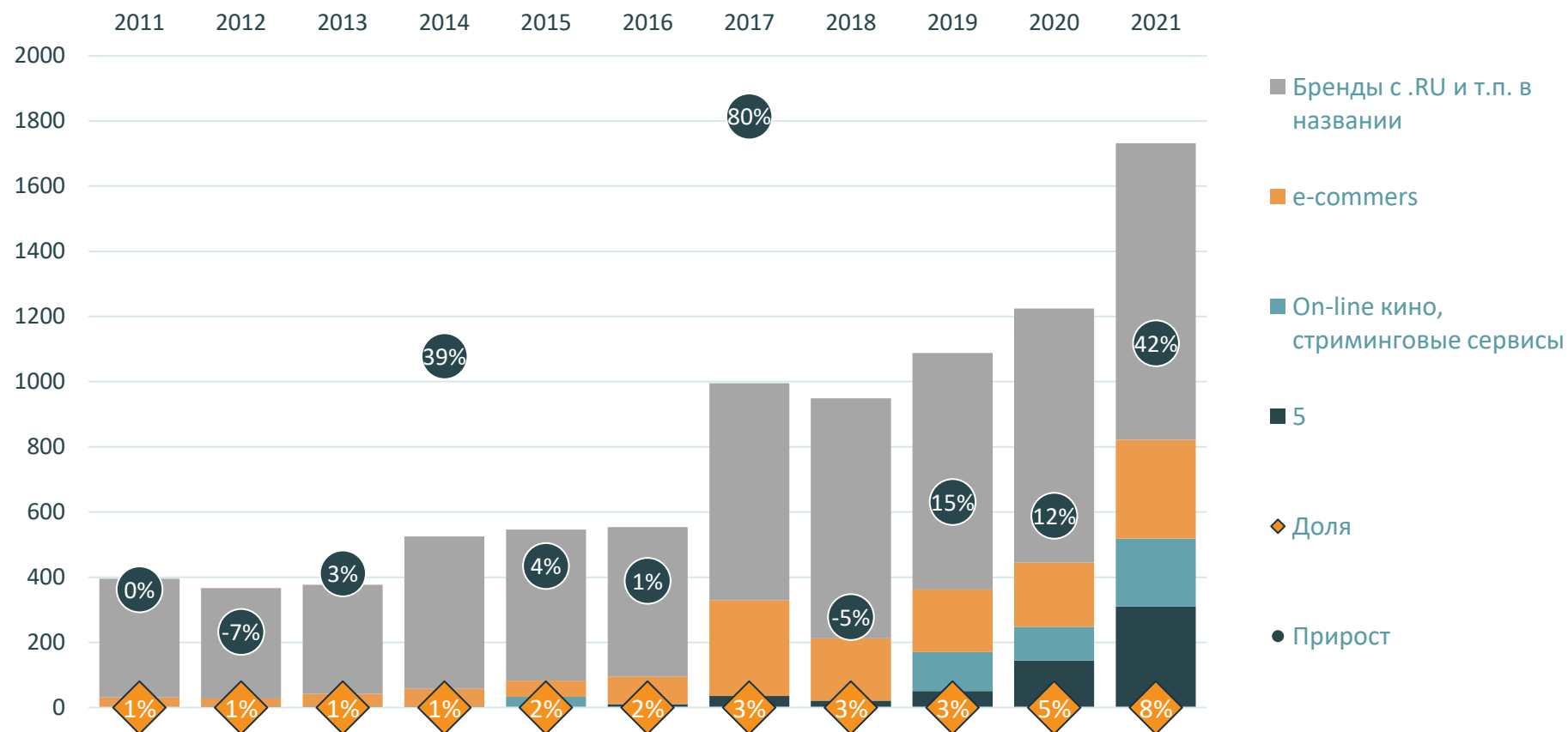
Источник: ODA STAT, анализ ADV Benchmark. Доля категории в объеме инвестиций по годам

Доля категории - рост



Источник: ODA STAT, анализ ADV Benchmark. Доля категории в объеме инвестиций по годам

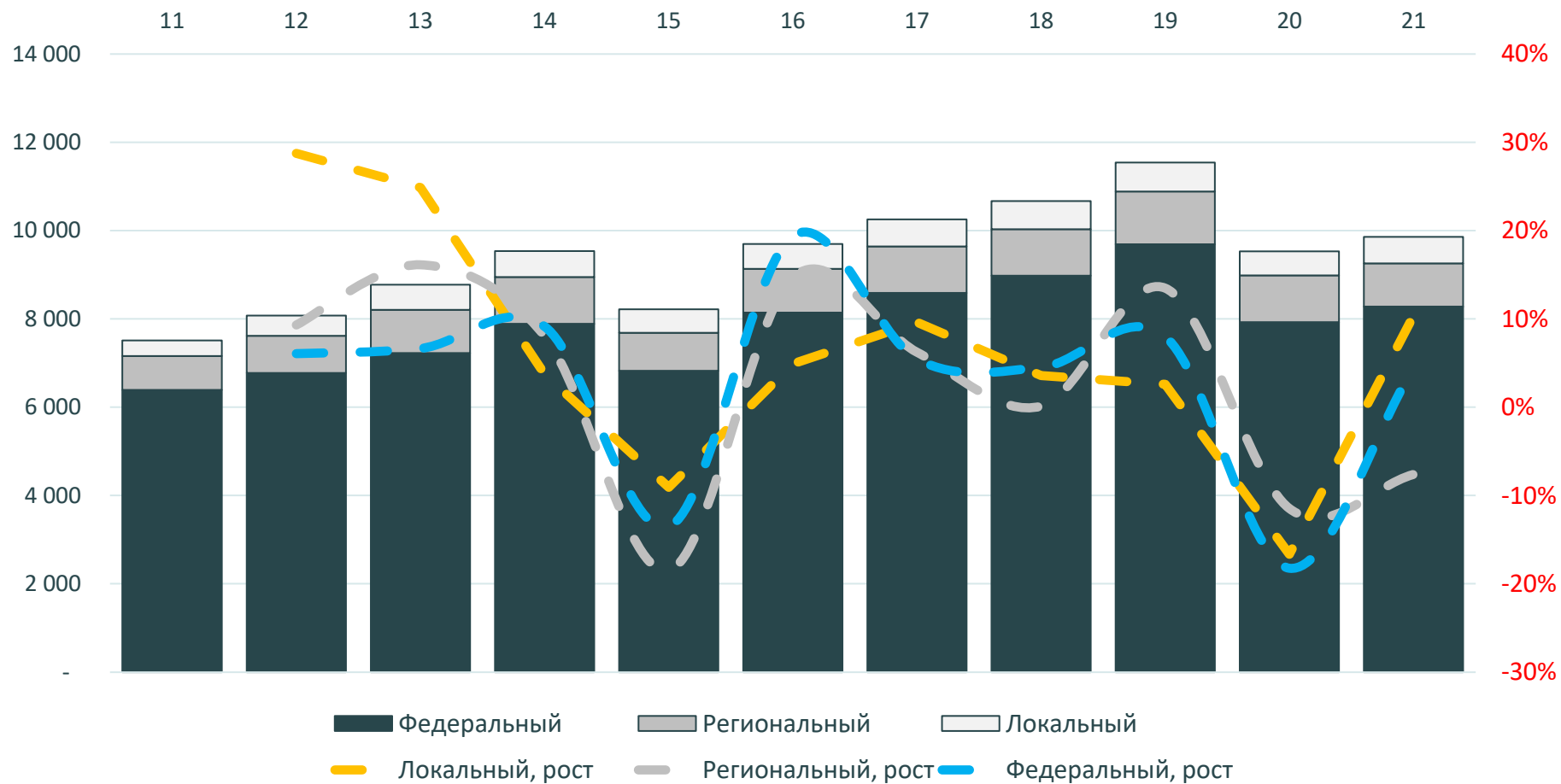
Объем рекламы интернет сервисов



Объемы инвестиций по направлениям, по годам, млн., доля и темп прироста всего сегмента*

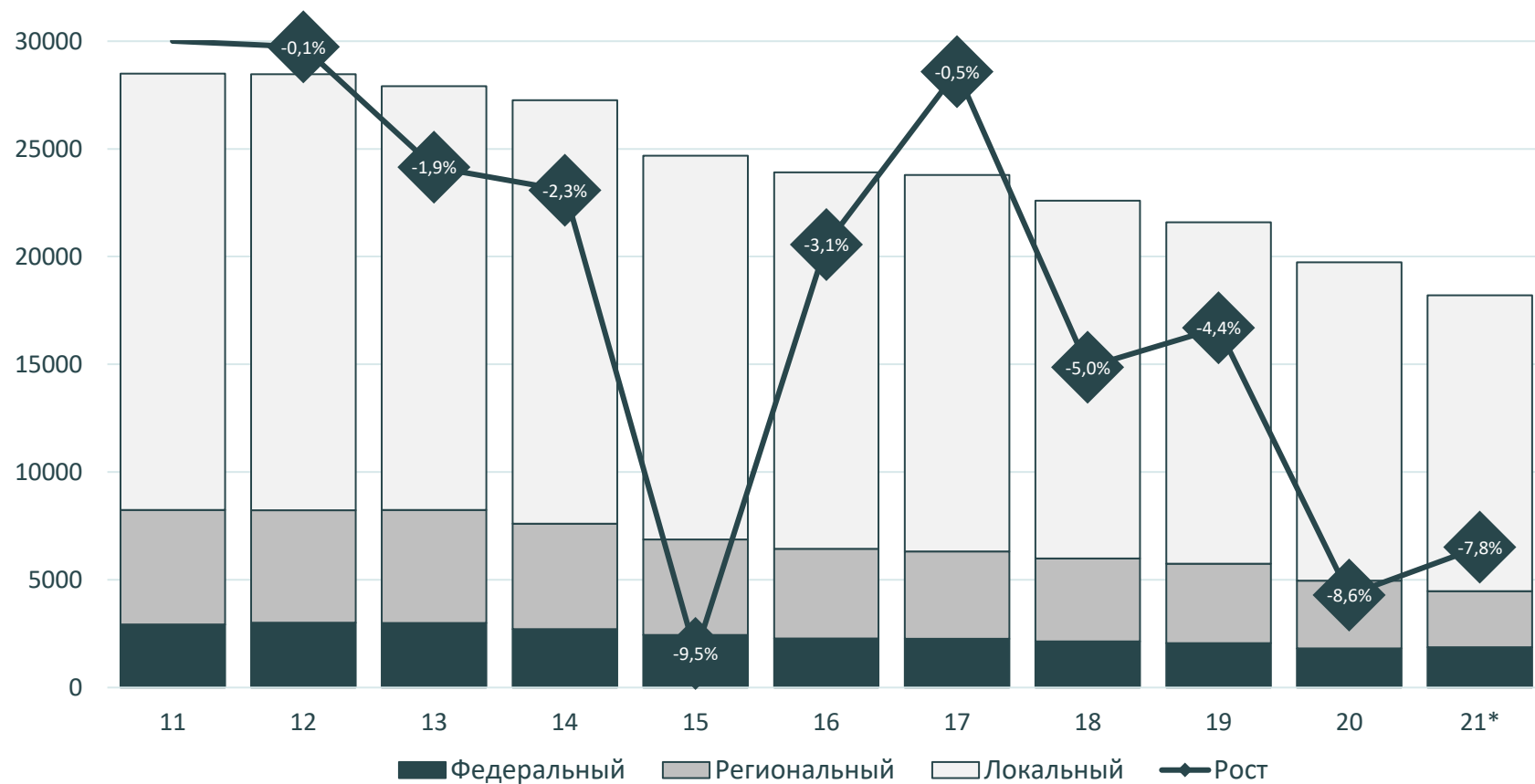
Источник: ODA STAT, анализ ADV Benchmark. Объемы 2021 года с янв. по авг.

Динамика средних бюджетов по группам клиентов



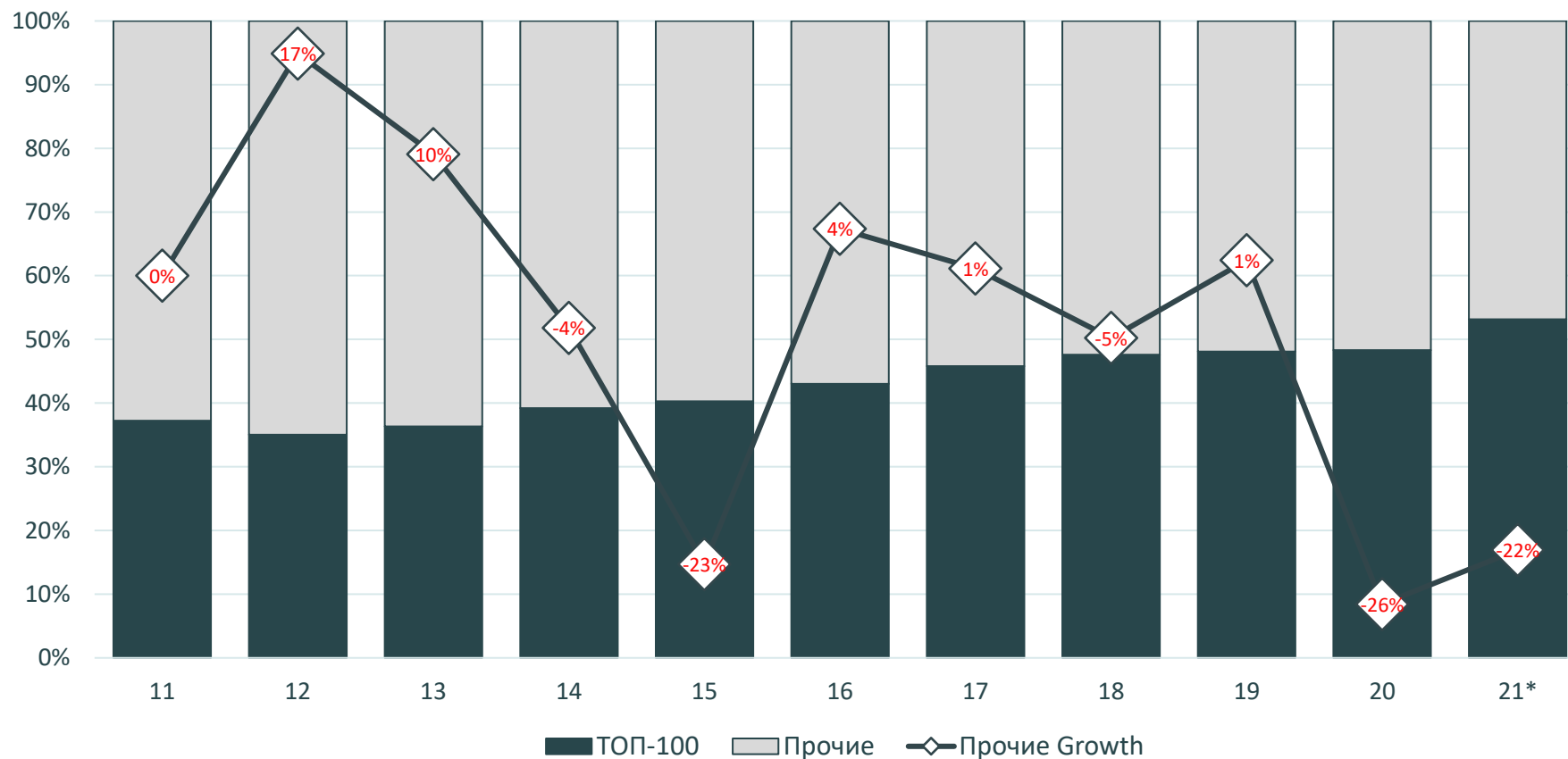
Источник: ODA STAT, анализ ADV Benchmark. Федеральные- МСК или СПб и не менее 3 городов; Региональный – не менее 3 городов, нет МСК или СПб в размещении; локальный – 1-2 города

Динамика количества брендов



Источник: ODA STAT, анализ ADV Benchmark *Данные за 2021 год – оценка ADV Benchmark

ТОП-100 и остальные Динамика объемов



Источник: ODA STAT, анализ ADV Benchmark *за 8 месяцев 2021

Исследования



Базовый измеритель в ООН

Мониторинг

Скоринг

New 2021 – потоковый мониторинг Digital

Дополнительные источники данных


Сотовые операторы

Wifi ловушки – mac адреса

Мобильные приложения

Посткампейн аналитика

- 
- ООН сохраняет уникальные медийные возможности
 - Рост Digital инвентаря – основной драйвер роста
 - Потенциал восстановления индора и транзитной рекламы
 - Поточковый мониторинг Digital – прозрачность и надежность размещения
 - Развитие дополнительных источников данных

- Низкие темпы диджитализации средних и малых форматов
 - Резкое сокращение части категорий рекламодателей
 - Общее сокращение количества рекламодателей в ООН
 - Сокращение средних бюджетов клиентов
 - Слабые аудиторные данные
- 



Thanks
for watching