

Наружная реклама в агентствах

Текущая ситуация и точки роста



**Media
Instinct
Group**



Было

Май 2022

Сокращение объемов

и частичная приостановка кампаний как минимум на время перестройки логистики

Оптимизация расходов агентств

Большое количество малобюджетных запросов, «холодные» контакты: компенсация сокращения, нагрузка на сотрудников

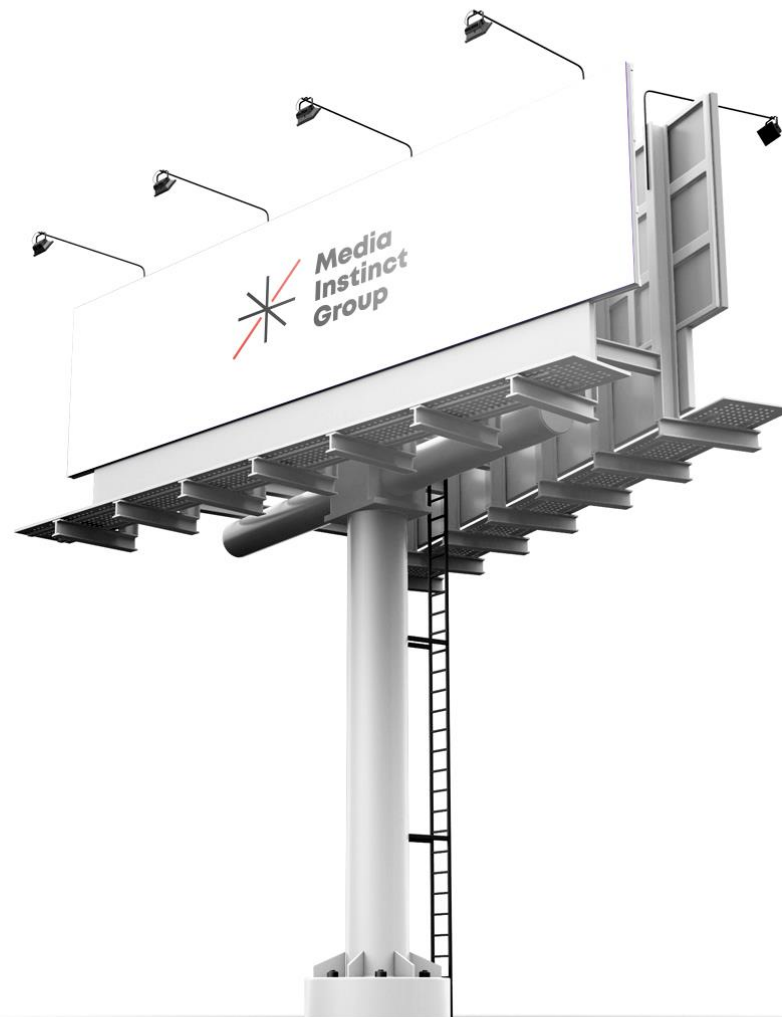
Неравномерное падение по форматам и категориям

Аэропорты, кинотеатры, торговые центры, медиафасады

Категории: автомобили, путешествия, «тяжелый люкс», имиджевые кампании, зарубежные рекламодатели

Прогноз снижения рынка

в 2022: до -15%...-30%





Было

Май 2022

Сокращение объемов

и частичная приостановка кампаний как минимум на время перестройки логистики

Оптимизация расходов агентств

Большое количество малобюджетных запросов, «холодные» контакты: компенсация сокращения, нагрузка на сотрудников

Неравномерное падение по форматам и категориям

Аэропорты, кинотеатры, торговые центры, медиафасады

Категории: автомобили, путешествия, «тяжелый люкс», имиджевые кампании, зарубежные рекламодатели

Прогноз снижения рынка

в 2022: до -15%...-30%

Стало

Декабрь 2022

Осторожный оптимизм

в отношении развития ситуации в 2023, больше предсказуемости и возможностей для среднесрочного планирования

Умеренно позитивная картина

по 3-4 кварталам 2022 года

Рост в отдельных сегментах

Недвижимость, финансы, СМИ, социальная реклама, медицинские услуги, локальные производители...

Прогноз динамики рынка


в 2022: ~0%



Точки роста: **Сейчас**

Сегменты

Динамика бюджетов,
янв-окт 2022

 **+30%**
+250 рекламодателей

 **+34%** |  **+32%**

Компенсация снижения:

 **-12%** |  **-50%**

 **-46%**






Точки роста: **Сейчас**

Сегменты

Динамика бюджетов,
янв-окт 2022

 **+30%**
+250 рекламодателей

 **+34%** |  **+32%**

Компенсация снижения:

 **-12%** |  **-50%**

 **-46%**

Социальная реклама

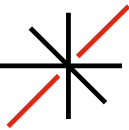
+20%

Социальная реклама
в целом

x6

**Национальные
проекты**






Точки роста: **Сейчас**


Сегменты


Динамика бюджетов,
янв-окт 2022

 **+30%**
+250 рекламодателей

 **+34%** |  **+32%**

Компенсация снижения:

 **-12%**

 **-50%**

 **-46%**

Социальная реклама

+20%

Социальная реклама
в целом

x6

Национальные
проекты

Малый бизнес

+1К

Рекламодателей
с бюджетом **до 1 млн**

**Замена локальной поддержке
в социальных сетях:**

- Визуальная коммуникация
- Быстрый запуск
- Заметность при небольшом бюджете





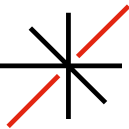
Точки роста: **Завтра**

Total Video

**Разработка
индустриальных
инструментов** планирования
мультимедийных
видеокмпаний

Достройка охвата ТВ и OLV
с учетом таргетирования
(сегментов аудитории)





Точки роста: **Завтра**

Total Video

**Разработка
индустриальных
инструментов** планирования
мультимедийных
видеокампаний

Достройка охвата ТВ и OLV
с учетом таргетирования
(сегментов аудитории)

Региональность

**Расширение географии
и инвентаря DOOH**

**Возможности
разворачивания
видеокампаний**
на мультирегиональном/
национальном уровне





Точки роста: **Завтра**

Total Video

**Разработка
индустриальных
инструментов** планирования
мультимедийных
видеокампаний

Достройка охвата ТВ и OLV
с учетом таргетирования
(сегментов аудитории)

Региональность

Расширение географии
и инвентаря DOOH

**Возможности
разворачивания
видеокампаний**
на мультирегиональном/
национальном уровне

Планирование

**Отход от оперативного
планирования** в сторону
среднесрочного

Но с обязательным учетом
возможных ситуативных
изменений (банки, недвижимость,
путешествия...)





Будьте сильными
и будьте с сильными

