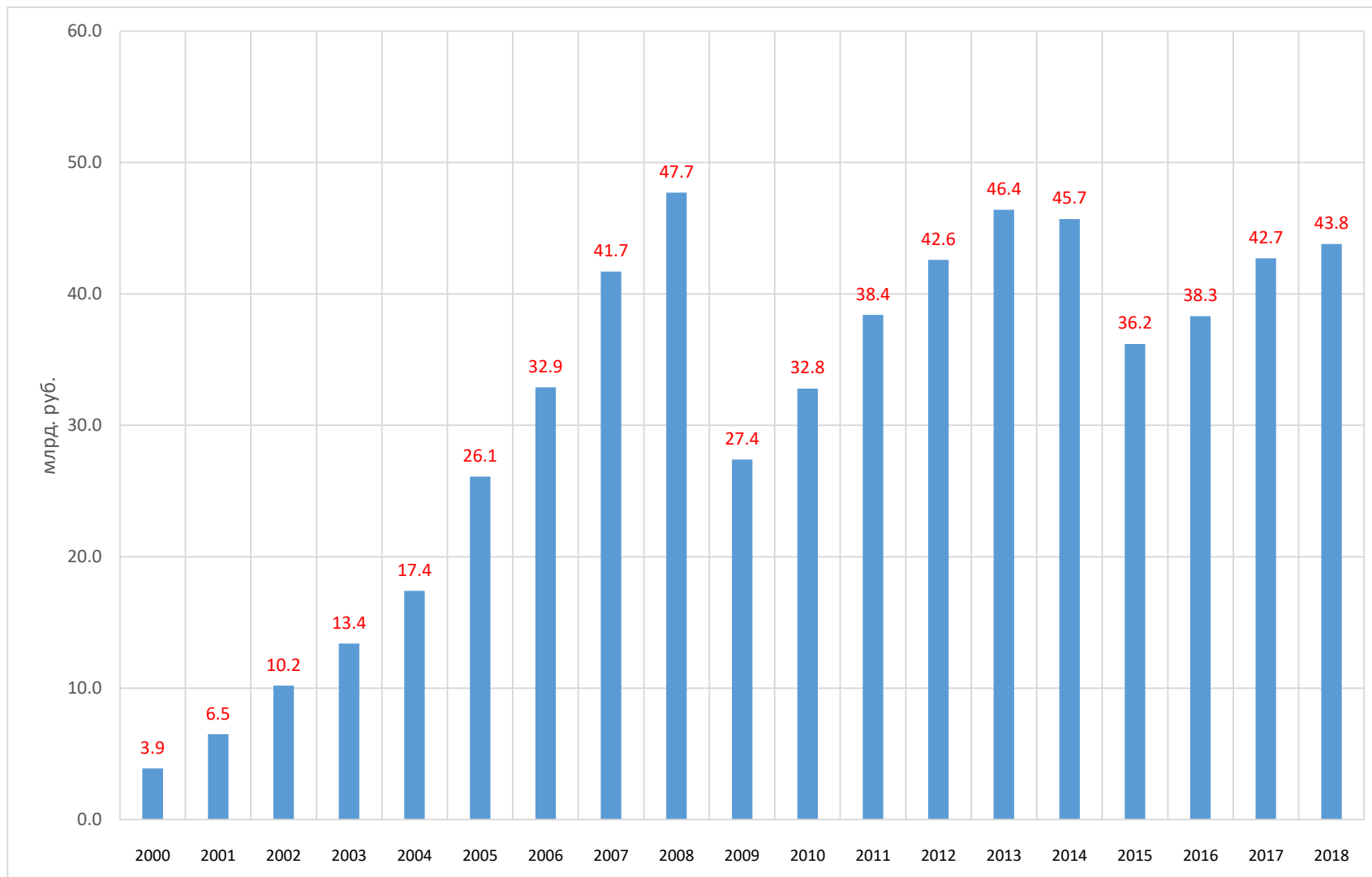




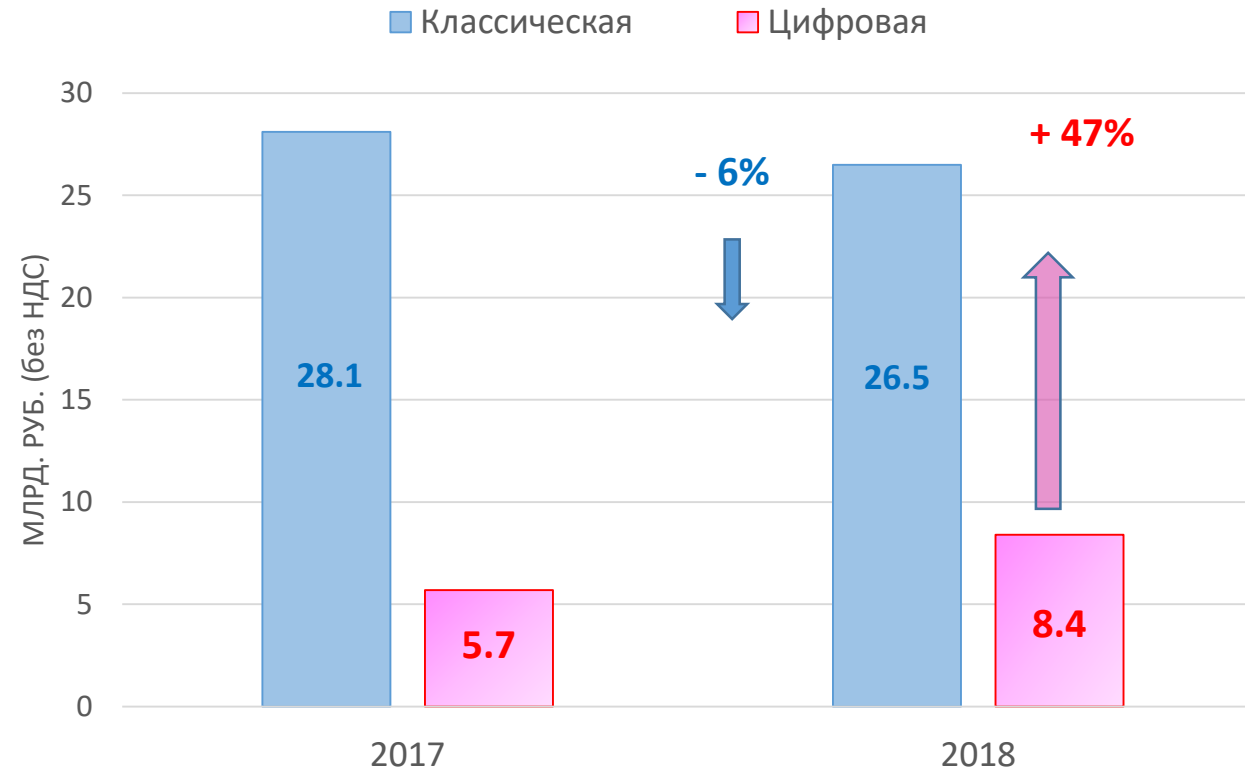
## Рынок наружной рекламы в России в 2018 году

Андрей Березкин  
ЭСПАР-Аналитик

## Объем рынка рекламы «вне дома» в 2000-2018 гг., млрд. руб. без учёта НДС.

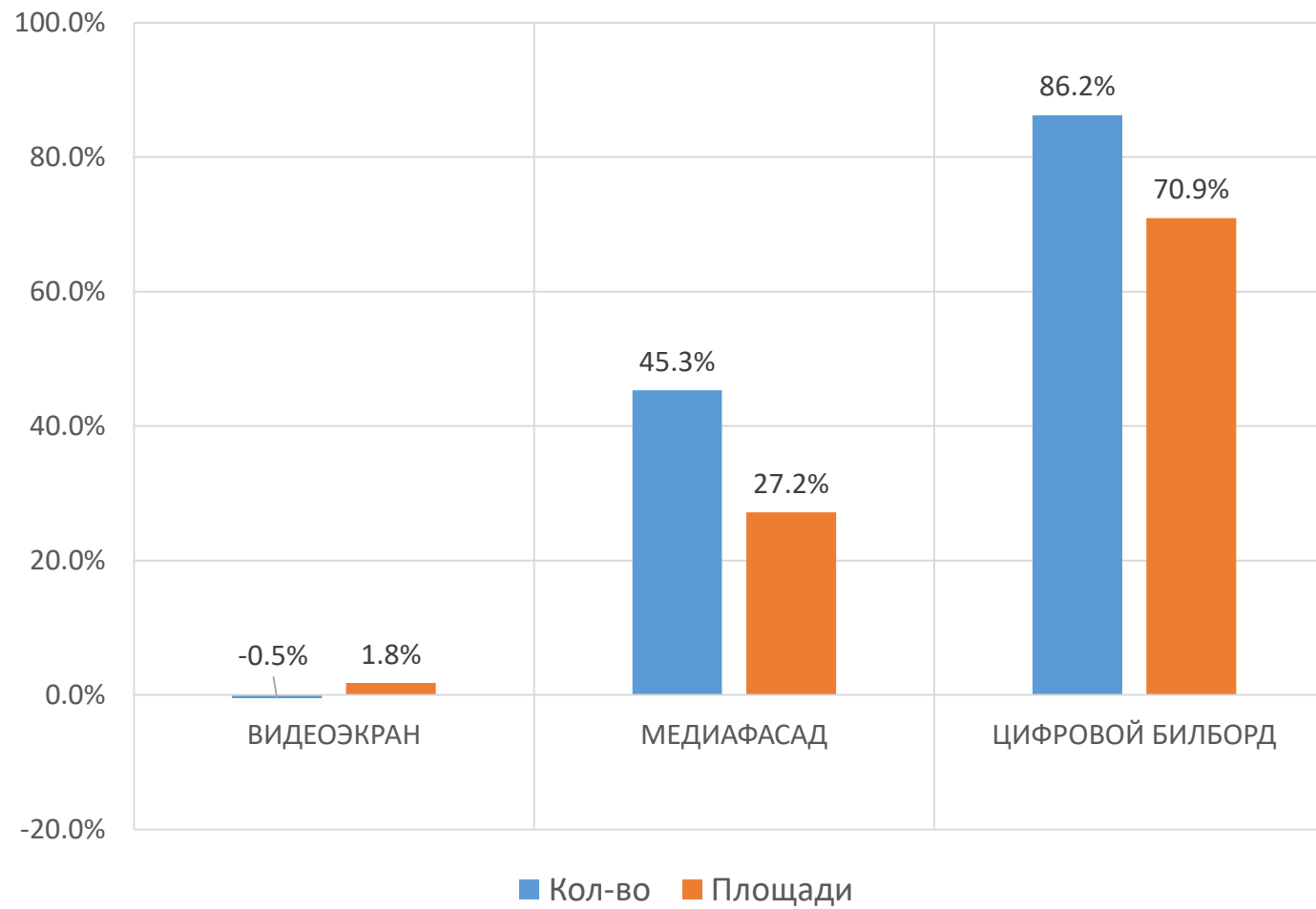


## Объем рынка наружной рекламы России, 2017 – 2018 гг.

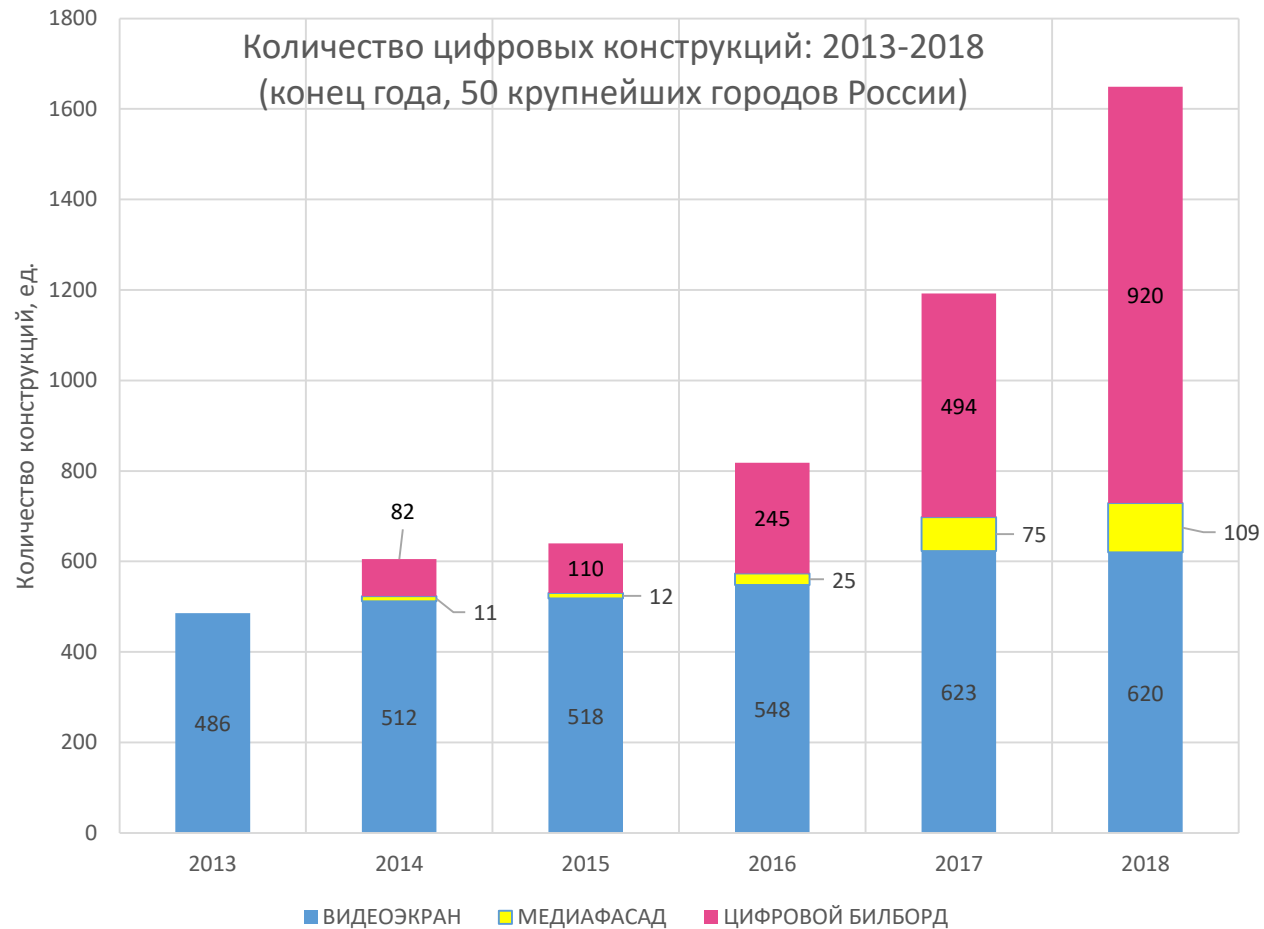


34,9 млрд руб., рост в 2018 г. + 3%

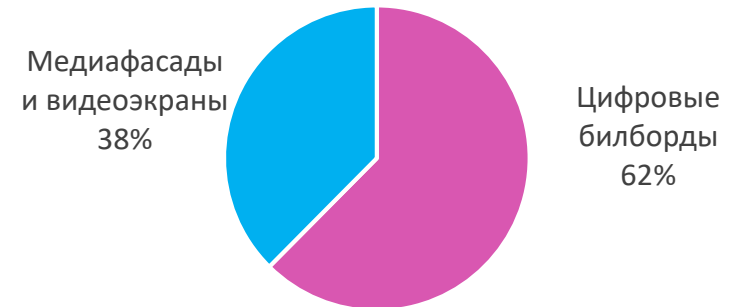
## Рост количества и площадей цифрового инвентаря в 2018 году (50 крупнейших городов России, по состоянию на конец года)



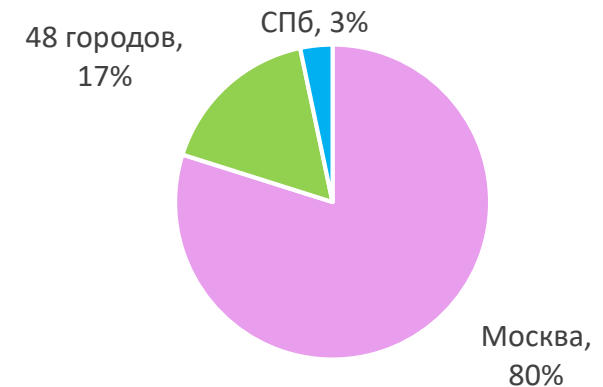
# DOOH: динамика роста, структура и география бюджетов



Структура бюджетов DOOH, 2018  
(оценка)

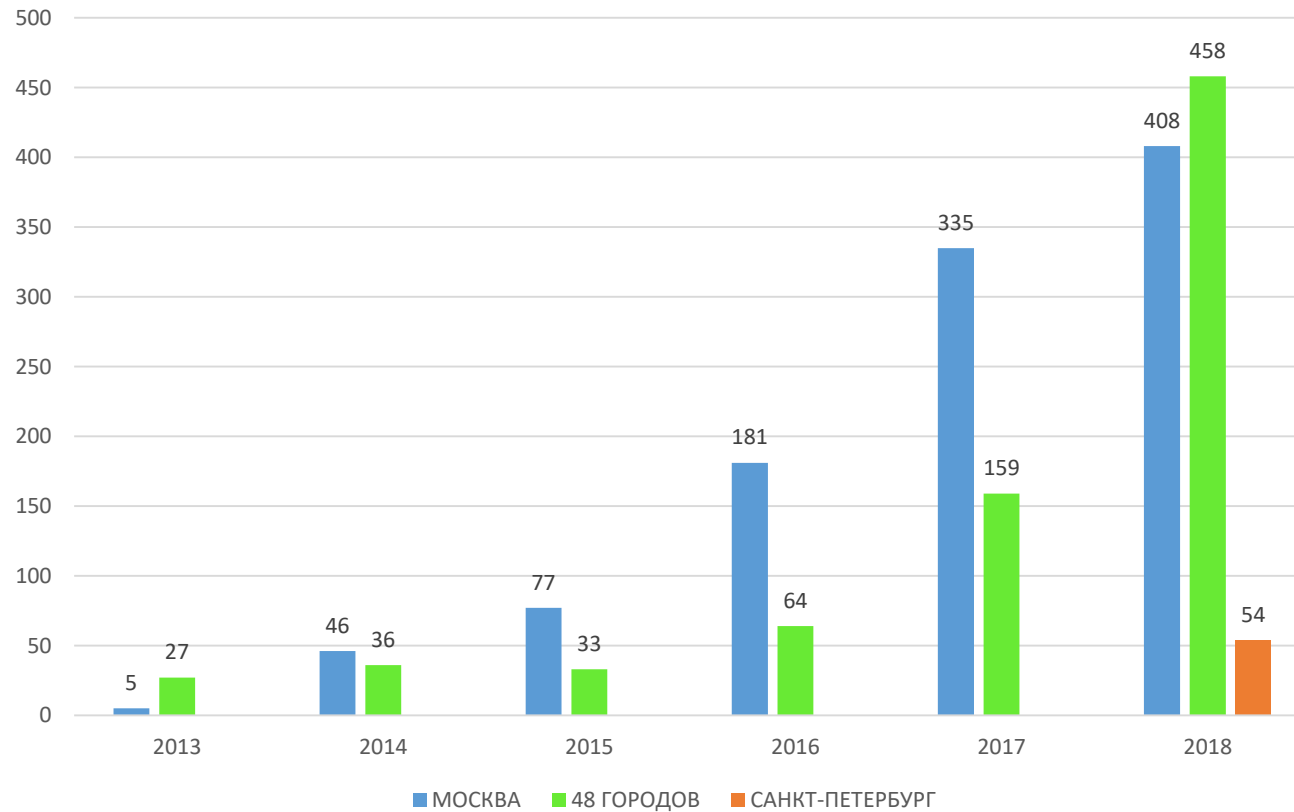


География бюджетов DOOH, 2018 (оценка)

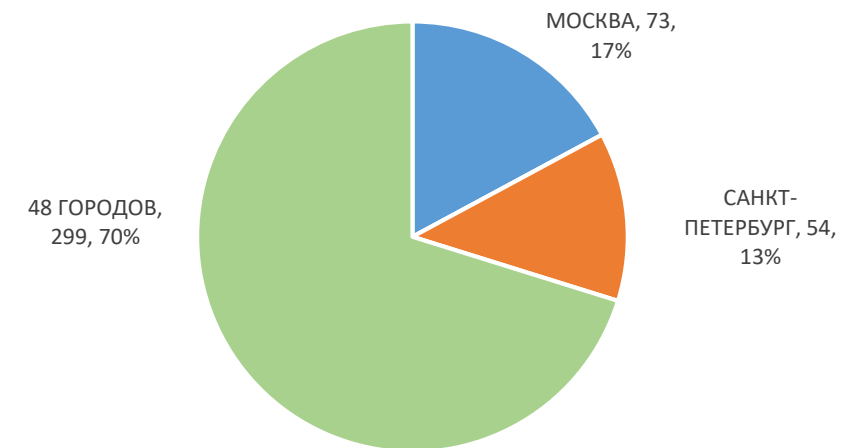


# Цифровые билборды и суперсайты

Количество конструкций: 2013-2018  
(конец года)

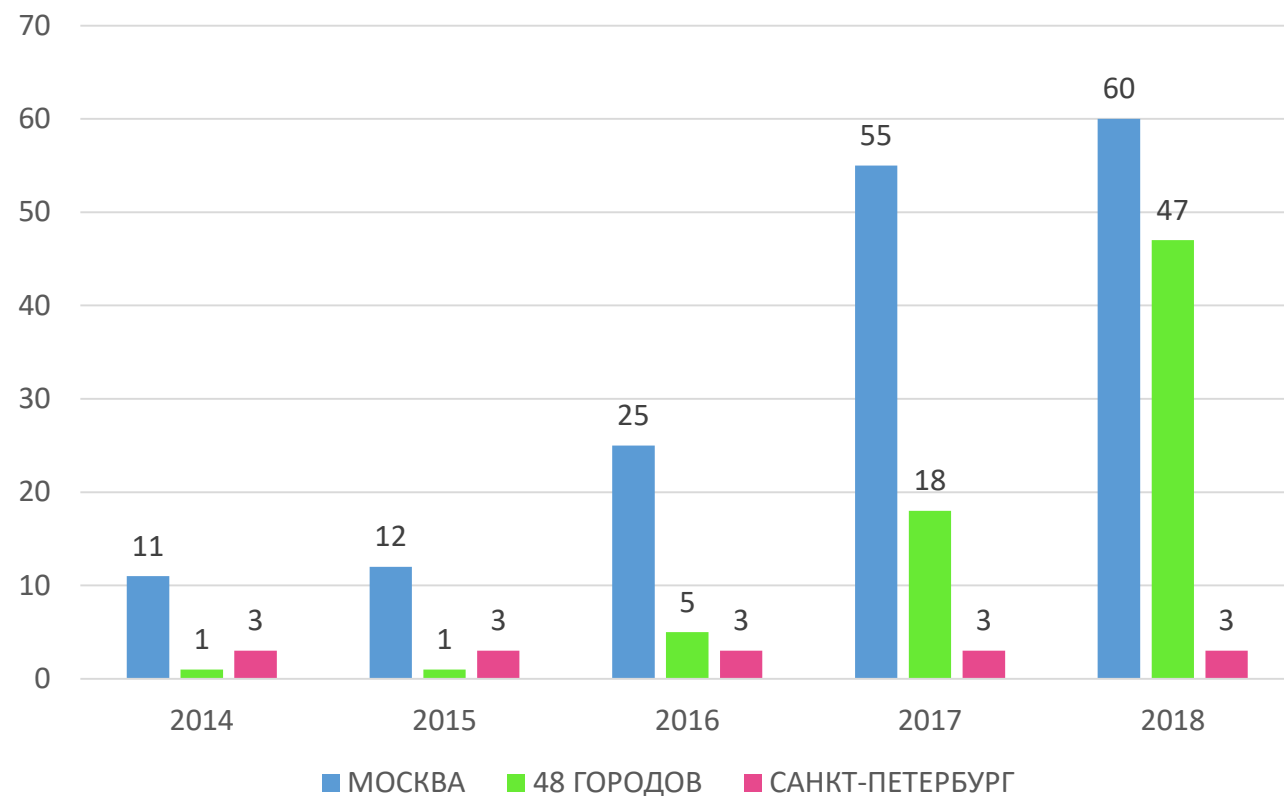


Цифровые билборды, выставленные в 2018 г.

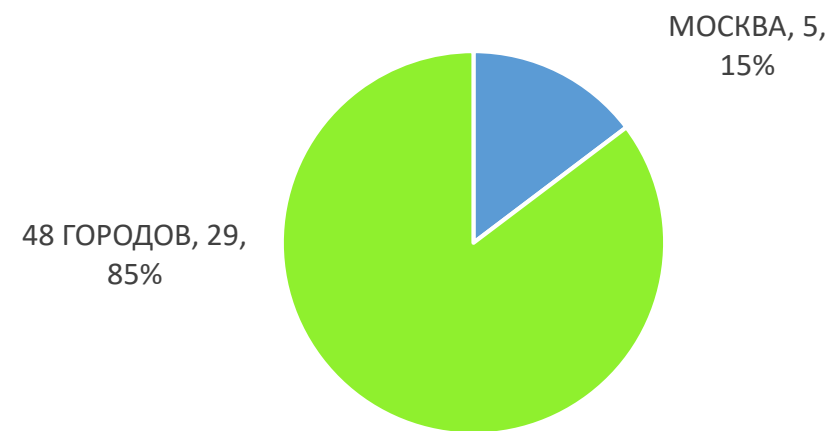


# Медиафасады

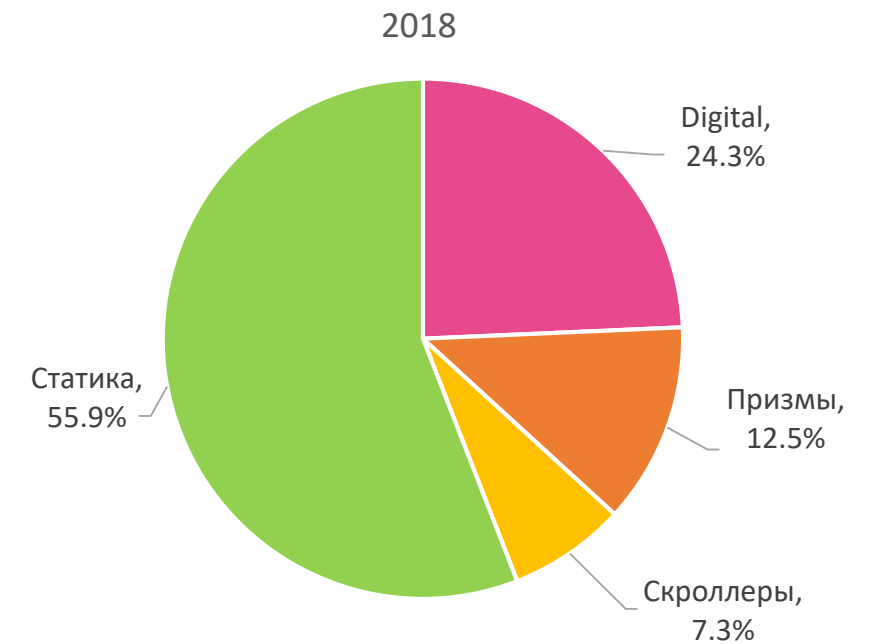
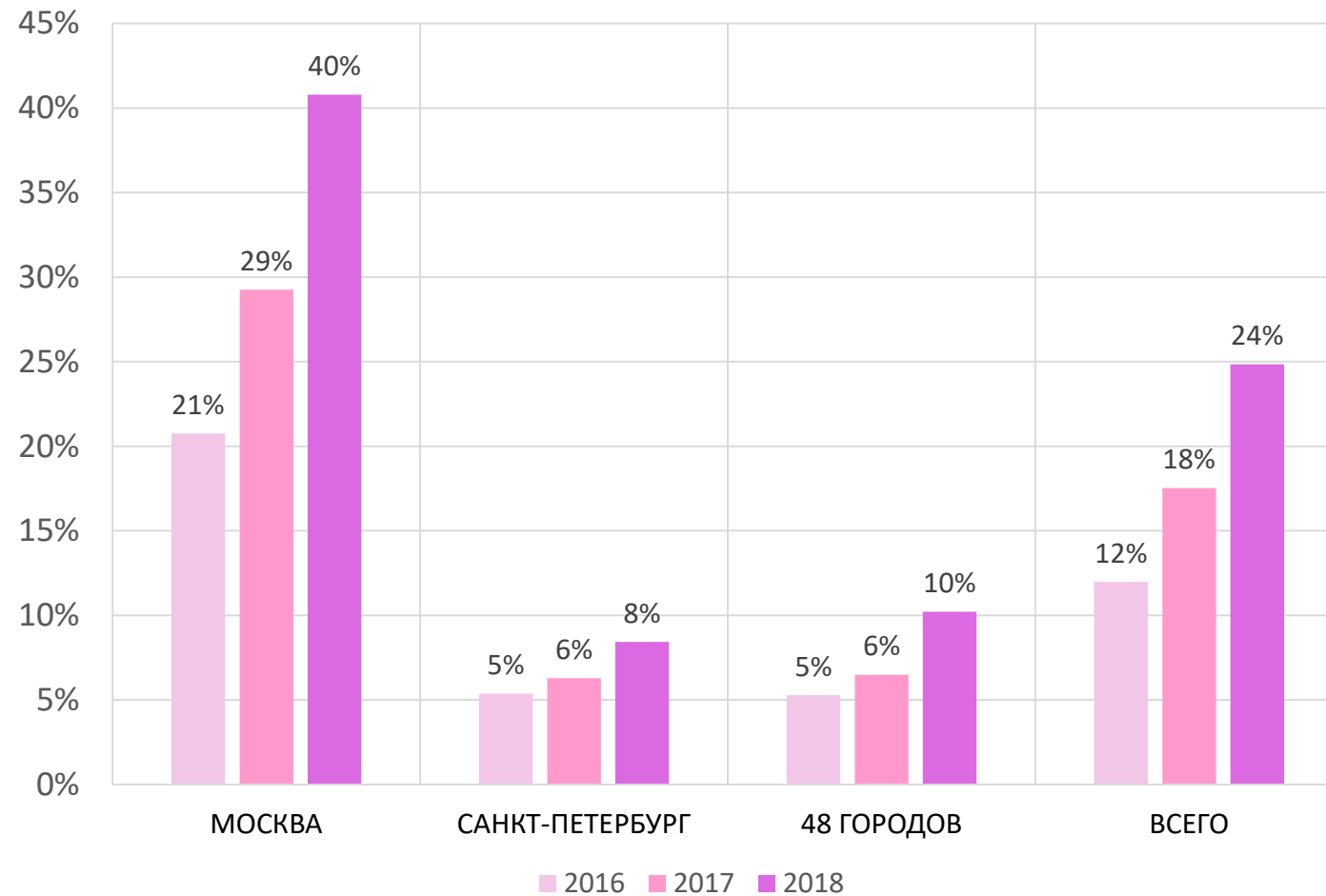
Количество: 2014-2018  
(конец года)



Медиафасады, установленные в 2018 г.

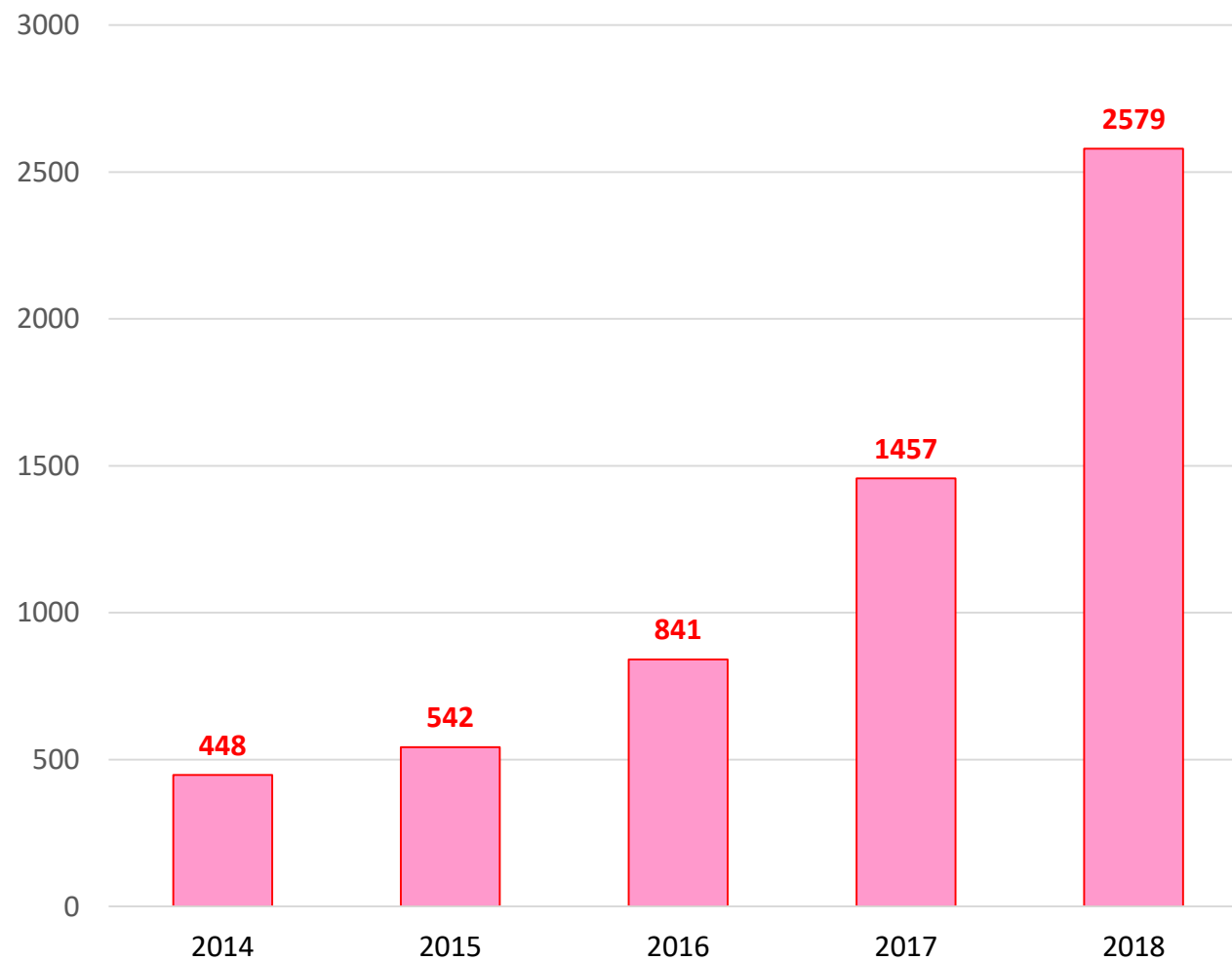


# Доля бюджетов DOOH в общем объеме наружной рекламы, 2016-2018 (оценка, 50 крупнейших городов России)



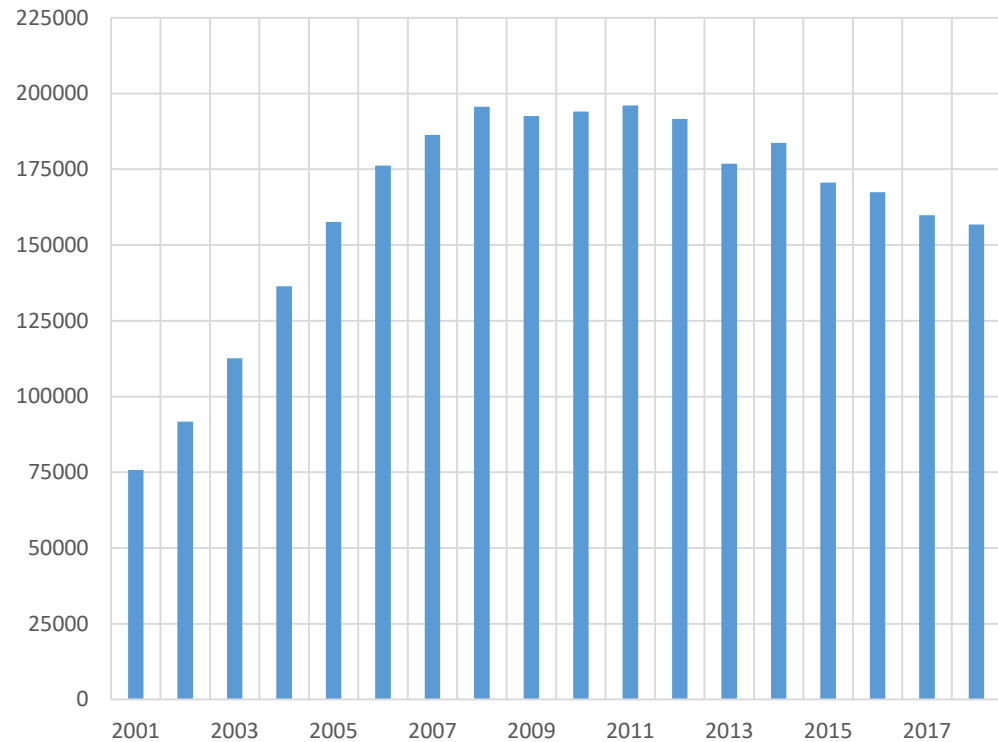


# Количество рекламодателей, размещавших рекламу на сетевом цифровом инвентаре: 2014-2018 (50 крупнейших городов России)

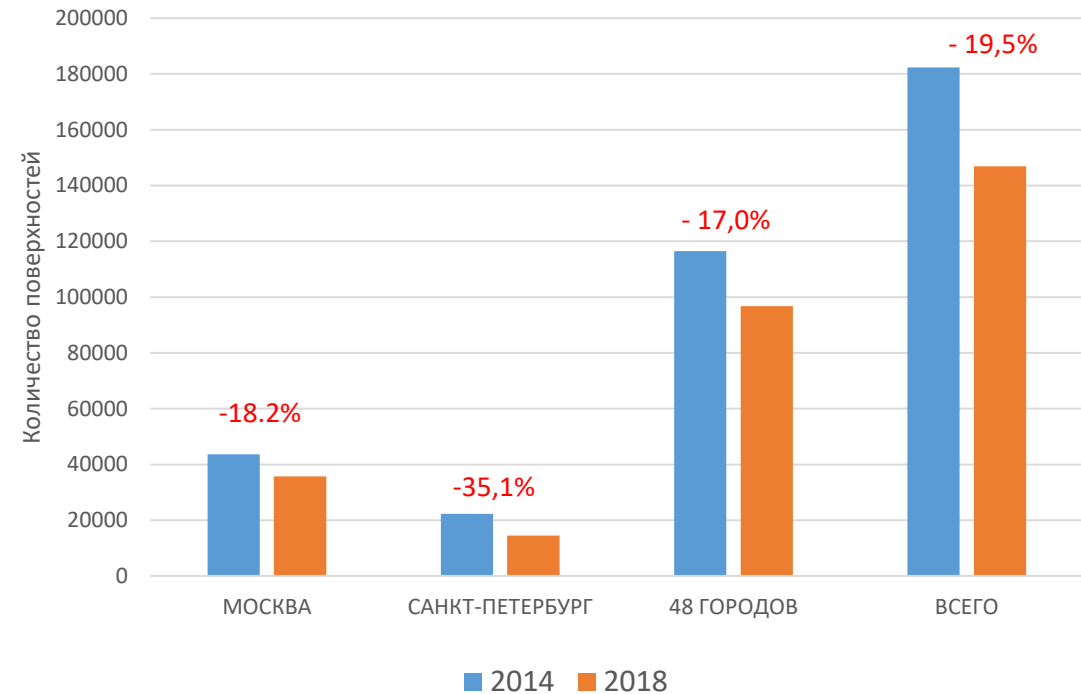


# Динамика количества рекламного инвентаря

Общее количество рекламных поверхностей:  
2001-2018 (конец года, 50 крупнейших городов России)



Сокращение количества "классического" инвентаря



## **Традиционная наружная реклама под угрозой исчезновения, и это большая проблема**

*Stuart Taylor is the UK CEO of Kinetic, WPP's out-of-home agency (Mediatel, 13.03.2019)*



«... мы должны остановиться и задуматься — хорошо ли это для рекламодателя? Десятилетиями международные бренды использовали для решения имиджевых задач ООН рекламу во всех ее проявлениях. Билборды всегда играли в этом деле значимую роль, причем совершенно обоснованно и весьма эффективно.

Известность создается демонстрацией рекламы широкой общественности, а не исключительно целевой аудитории. С давних времен постеры, размещаемые на крупноформатных носителях, работают на достижение брендами долгосрочных имиджевых результатов».

«Предлагаемые рекламодателям возможности по воздействию на аудиторию и созданию известности в реальном мире, без помех со стороны конкурентов или другого контента и без проблем с видимостью и репутационных угроз, поистине уникальны.

“Билборды — противоядие от микротаргетинга, избыток которого, как уже известно маркетологам, приводит к исчезновению брендов из культурной среды».

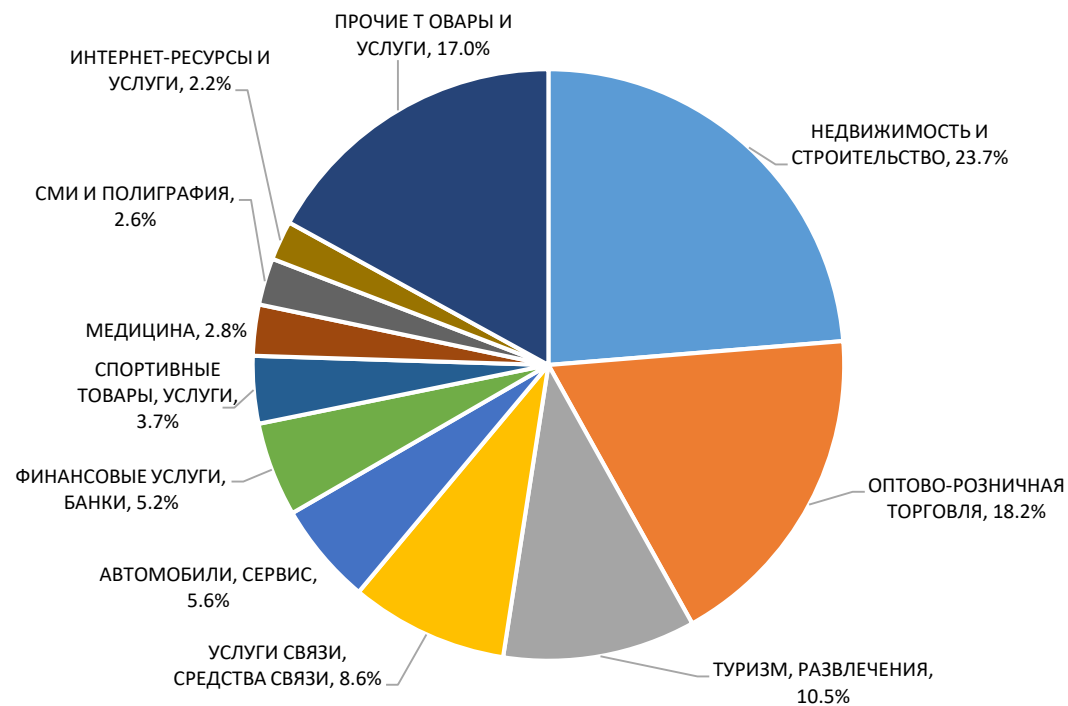
“...именно классические билборды являются охватогенерирующим медиа и обеспечивают гораздо более заметное присутствие бренда на просторах страны”.

“Агентства должны объяснять ситуацию клиентам и рассказывать им об изменении охватно-частотных характеристик их кампаний. Чтобы сохранить формат, свою лепту в общее дело должны внести и аудиторы, и операторы”.

## Топ-10 рекламодателей в наружной рекламе в 2018 году (50 крупнейших городов России)

Место 2018	Место 2017	Рекламодатель	млн. руб. (оценка)	Изменение 2018&2017	Доля сетевого ДООН в 2018 г.
1	4, 9	М.ВИДЕО - ЭЛЬДОРАДО	892.3	-7.9%	32.8%
2	1	ПЕРВАЯ ИПОТЕЧНАЯ КОМПАНИЯ	759.4	-18.0%	28.3%
3	5	X5 RETAIL GROUP	655.0	18.0%	19.3%
4	2	МОБИЛЬНЫЕ ТЕЛЕСИСТЕМЫ	652.6	-7.3%	6.8%
5	3	ВЫМПЕЛКОМ	603.6	-4.8%	20.0%
6	7	TELE 2	574.5	18.3%	35.4%
7	8	МЕГАФОН	546.7	13.7%	20.9%
8	6	MCDONALD`S	529.9	7.3%	4.1%
9	10	СПОРТМАСТЕР	503.8	28.4%	17.5%
10	18	YUM! RESTAURANTS INTERNATIONAL RUSSIA	431.5	76.4%	22.9%

# Структура расходов на наружную рекламу, 2018 (50 крупнейших городов России)



ТОР-10 фирм-операторов в 2018 году  
(50 крупнейших городов России)

ФИРМА-ОПЕРАТОР	Биллинги, 2018 (млрд. руб., оценка)	Кол-во конструкций				% Digital, 2018	
		2018 (декабрь)		Изменение 2018 & 2017		в кол-ве	в биллингах
		ВСЕГО	в т.ч. DIGITAL	ВСЕГО	в т.ч. DIGITAL		
RUSS OUTDOOR	7.4	8230	117	-11.9%	11.4%	1.4%	20.7%
GALLERY	4.3	3710	180	-66.7%	13.9%	4.9%	36.8%
В.Е.Р.А.-ОЛИМП	2.4	824	46	3.5%	91.7%	5.6%	15.7%
ЛАЙСА	2.3	231	101	6.9%	32.9%	43.7%	80.9%
POSTER	0.9	1327	1	-5.8%	0.0%	0.1%	0.0%
ДИЗАЙН-МАСТЕР	0.8	2019	109	-14.5%	87.9%	5.4%	21.9%
РЕКЛАМА ЦЕНТР	0.8	1000		-8.9%		0.0%	0.0%
РУАН	0.6	1604	2	-2.4%	нов	0.1%	0.1%
ОМИС	0.4	227	2	8.1%	0.0%	0.9%	3.9%
ДРИМ	0.4	1489	29	1.7%	625.0%	1.9%	4.0%

## Ближайшие перспективы

### Прогнозы:

- по миру: MAGNA (2019) опережающая динамика по отношению к традиционным медиа: +2,8% ежегодно в ближайшие пять лет (2019-2023).
- По России: ADV Benchmark 2019-2020 +5-6%% роста

### Тренды:

- Переход на новую систему измерения аудитории наружной рекламы (ЭдМетрикс)
- Использование разнообразных источников геоданных
- Процессы автоматизации и алгоритмические закупки инвентаря
- Омниканальность