

Рекламный шум или городская мелодия

Наружная реклама в восприятии россиян

VISION



Дизайн исследования

Количественный онлайн опрос

1000 респондентов, 18+, города-миллионники

Фокус-группа

8 респондентов Москва





ООН как неотъемлемая часть городской среды

88%

ВЫХОДЯТ ИЗ ДОМА
КАЖДЫЙ ДЕНЬ

10%

ВЫХОДЯТ ИЗ ДОМА
НЕСКОЛЬКО РАЗ В НЕДЕЛЮ

Количество щитов или экранов, которые человек в среднем видит в день (по собственной оценке)

31%



более 20

37%



10-20

25%



5-10

7%



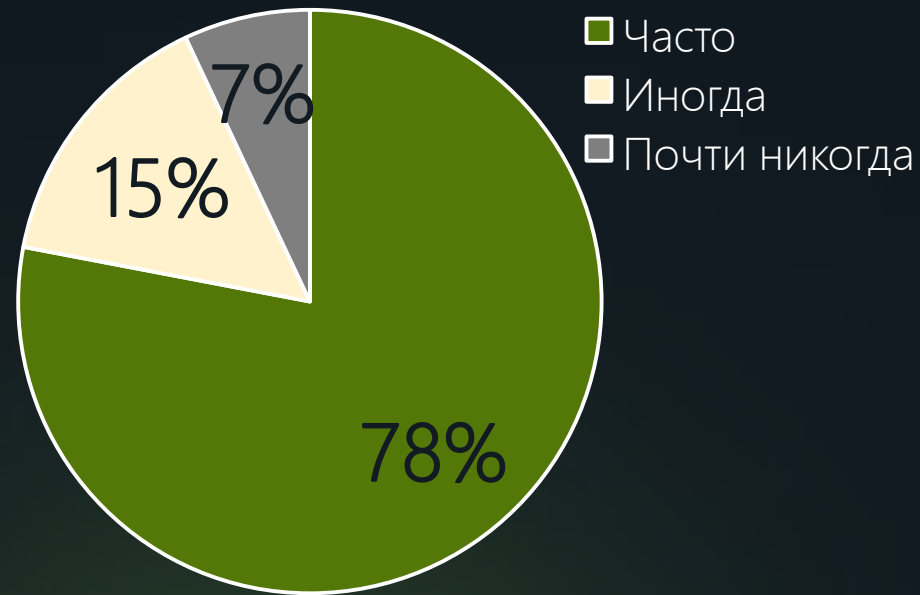
менее 5

"Кажется, реклама на улице – это как шум в машине. Ты уже не замечаешь его, но если вдруг он исчезнет, что-то будет не так"
Ольга, 35 лет, бухгалтер

Наружная реклама: общий фон или эффективный канал коммуникации?

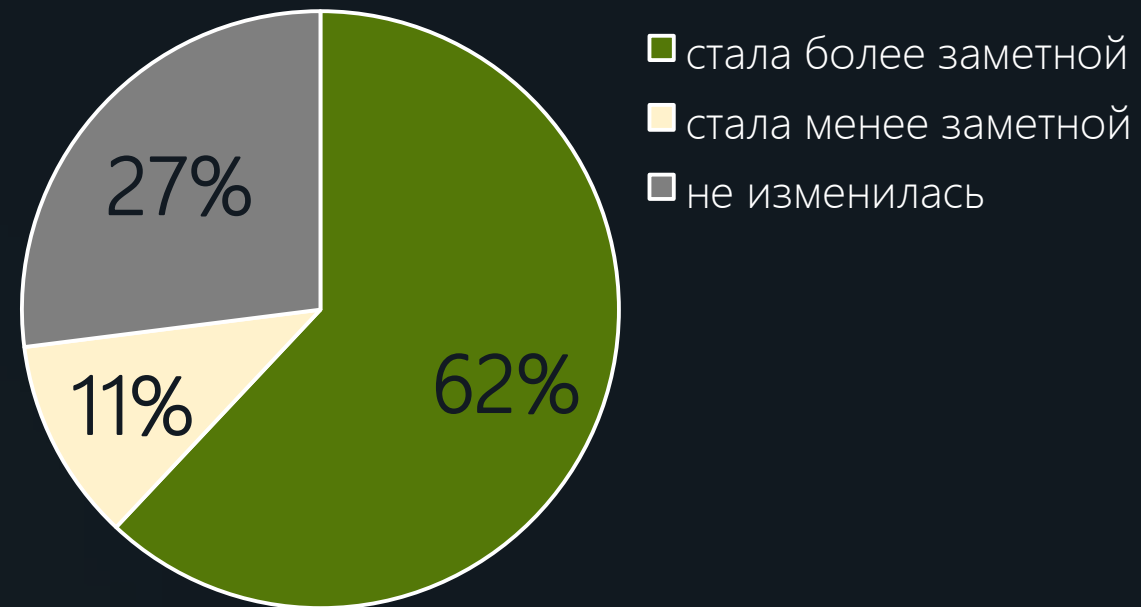


Обращают внимание на наружную рекламу



"Когда идешь гулять с ребенком, часто замечаешь, как он залипает на картинки. Вот кто на самом деле смотрит рекламу – дети!"
Юлия, 29 лет, мама в декрете

Наружная реклама за последние годы



"Иногда кажется, что щитов больше, чем деревьев в городе. И везде одно и то же — кредиты, салоны, скидки"
Евгений, 29 лет, программист



Эмоции от наружной рекламы

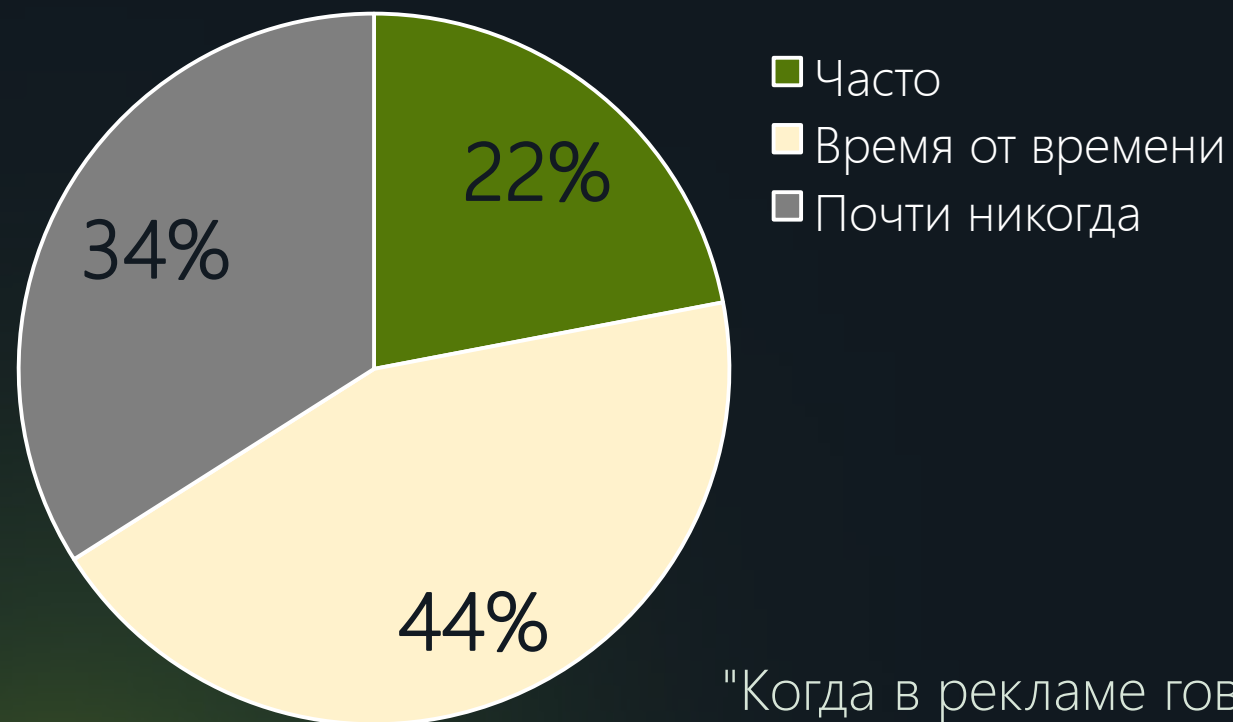
Нравится/полезно	12%
Скорее нравится/не раздражает	25%
Нейтральное отношение	30%
Скорее раздражает	20%
Очень раздражает	13%

"Для меня реклама иногда — это как искусство. Вижу хороший дизайн, и это как маленькая выставка на улице. Особенно люблю постеры с социальными проектами"
Дарья, 31 год, психолог

"Я не против рекламы, но иногда её становится слишком много. Особенно, когда на одной улице висят пять одинаковых щитов — это реально раздражает"
Наталья, 47 лет, юрист

Влияние наружной рекламы на решения о покупке

Покупают что-то под влиянием наружной рекламы



"Когда в рекламе говорится, что у тебя рядом скидка или акция, это прям работает. Другое дело, когда на тебя с этого плаката очередной актер улыбается – совсем не цепляет"
Владимир, 48 лет, владелец кафе



Влияние наружной рекламы на восприятие брендов

1

Повышение доверия

51% респондентов заявили, что реклама на улице "повышает доверие" к брендам, если они активно рекламируются.

"Если реклама на улице не вызывает эмоций, значит, деньги выброшены зря. А эмоции можно вызвать не только криками и яркими красками, а чем-то умным или красивым"
Дарья, 31 год, психолог

2

Нейтральное отношение

33% отметили, что реклама "не влияет" на их доверие к бренду.

3

Снижение доверия

16% сказали, что наружная реклама "снижает доверие" к брендам, так как воспринимается как агрессивный маркетинг.

"Меня больше раздражают не сами билборды, а когда они просто повторяют телевизионную рекламу. Ну, если я уже видела это по ТВ, зачем мне еще раз это на улице видеть?"
Наталья, 47 лет, юрист



Реклама и безопасность дорожного движения

1

Отвлекает

24% респондентов считают, что наружная реклама, особенно яркие цифровые экраны, может отвлекать водителей.

2

Не отвлекает

65% заявили, что не видят связи между рекламой и безопасностью на дорогах.

3

Помогает

11% отметили, что наружная реклама помогает находить нужные магазины и услуги во время движения.

"Реклама вдоль дороги — это не только информация, но и что-то, что помогает глазам не уставать в пути. Пока едешь, взгляд переключается, и это немного оживляет дорогу, особенно на длинных маршрутах"
Владимир, 48 лет, владелец кафе

"Я заметила, что хорошо размещённая реклама помогает мне ориентироваться. Иногда прямо по билборду понимаешь, когда нужно свернуть или где ближайшая парковка"
Наталья, 47 лет, юрист

Эстетическое влияние наружной рекламы на городской пейзаж



Украшение города

58% считают, что реклама может украшать город, если она выполнена в креативном стиле и выглядит современно.



Современный облик

73% согласились с утверждением, что цифровые экраны делают облик города более современным

"Это не просто реклама — это целая платформа для коммуникации с городом. Через такие экраны можно привлекать внимание к важным социальным проектам"

Александр, 28 лет, менеджер



Динамика и активность

64% респондентов отметили, что цифровая реклама придает городу ощущение динамики и активности.



Постоянное улучшение

68% считают, что в последние годы наружная реклама стала более красивой и качественной

