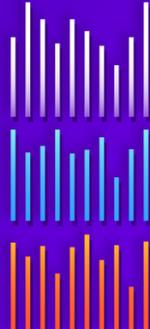


ЗАКОНЫ

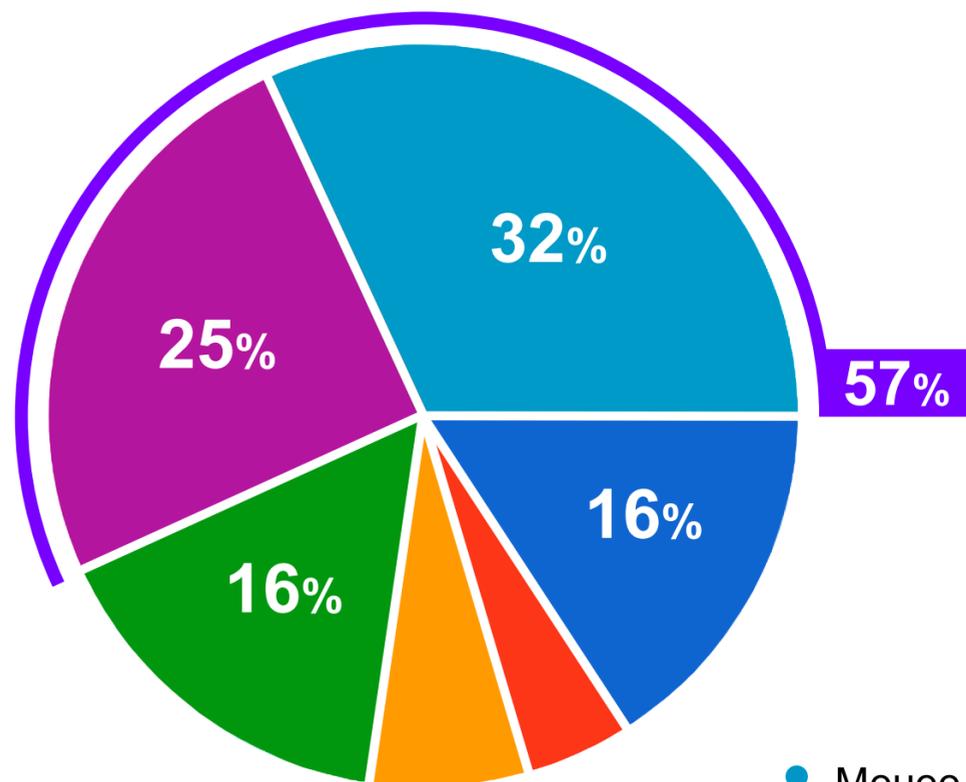
ОТНОСИТЕЛЬНОСТИ:

 Перспективы развития
российского рынка
рекламы

**ВНЕ
ДОМА**

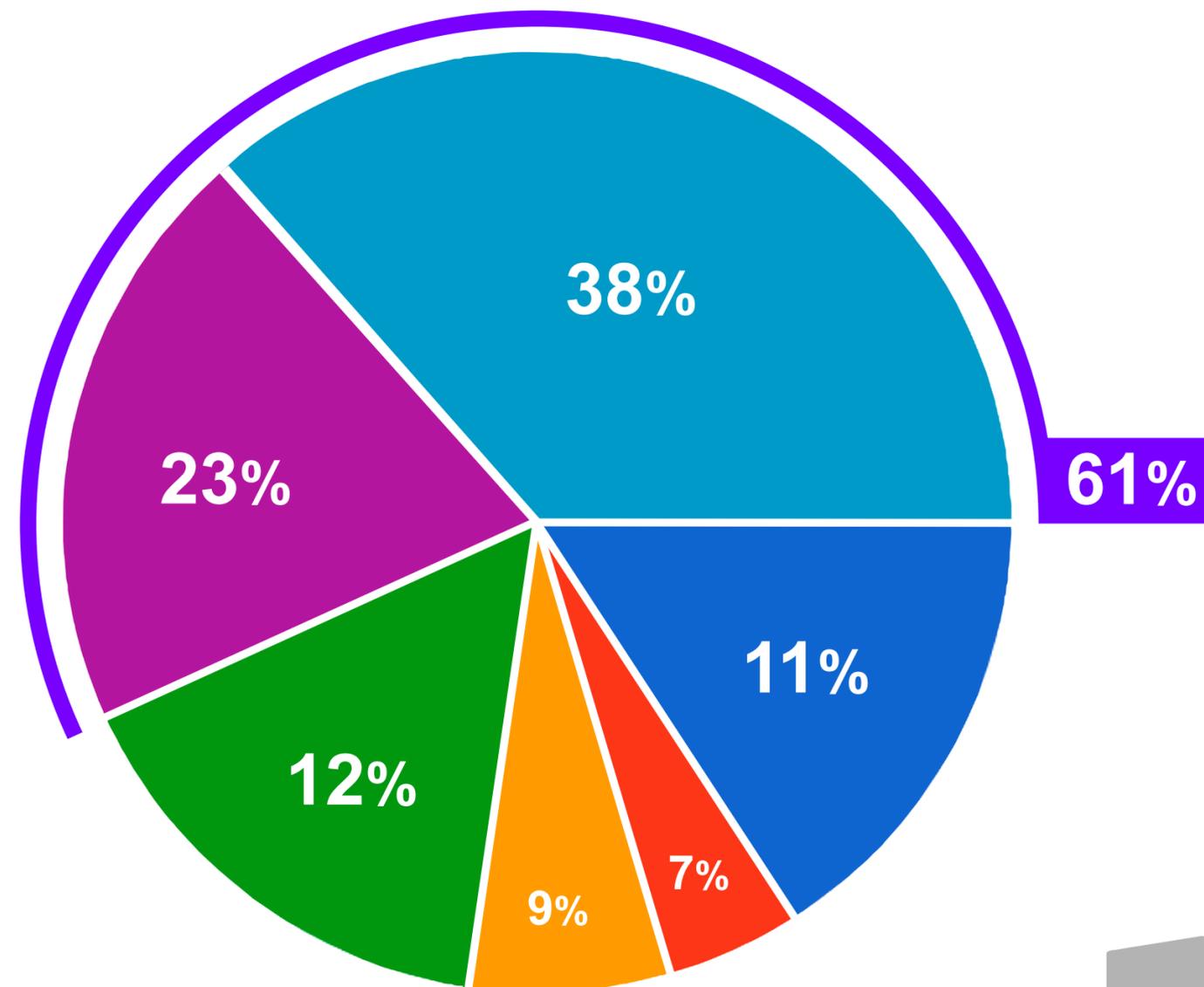
61% респондентов – это операторы с выручкой менее 125 млн / год

2024 год
(44 оператора)



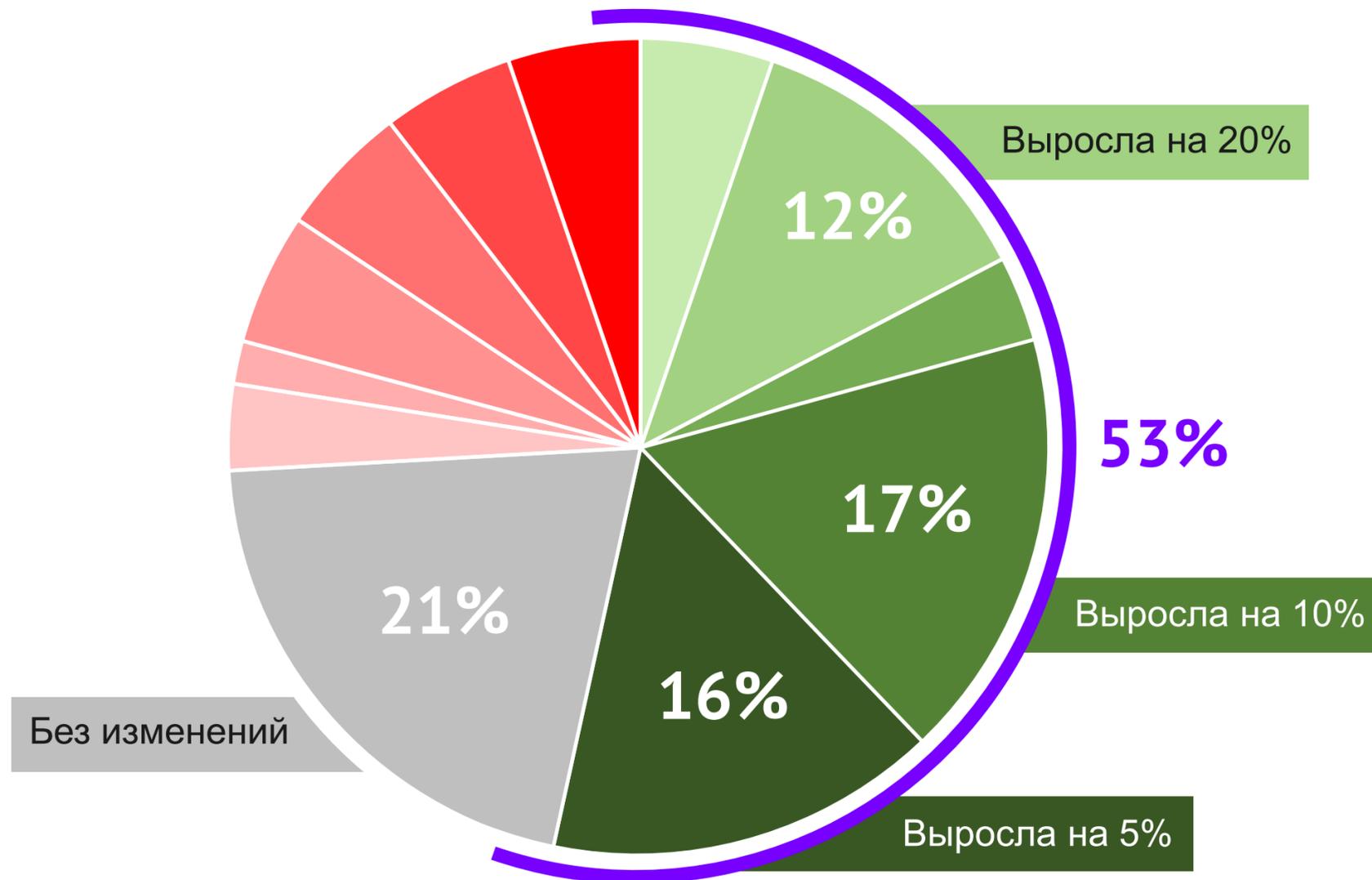
- Менее 60 млн руб
- Более 60 млн руб
- Более 125 млн руб
- Более 250 млн руб
- Более 500 млн руб
- Более 1 млрд руб

2025 год
(57 операторов)



Больше, чем у половины операторов выручка в 2025 г выросла

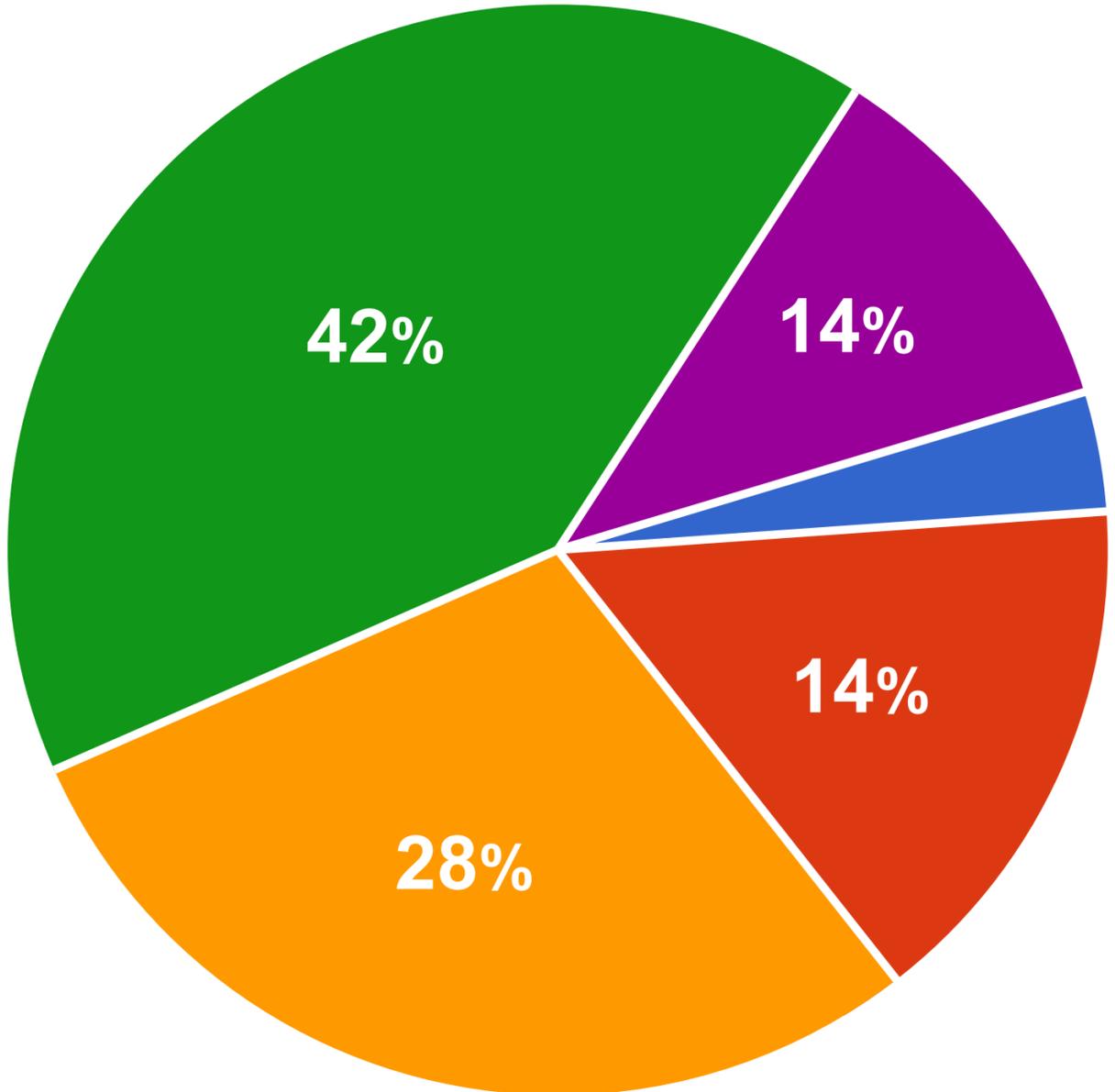
Как изменился объем выручки за 2025 г в сравнении с 2024



- Выросла на 25% и более
- Выросла на 20% и более
- Выросла на 15% и более
- Выросла на 10% и более
- Выросла на 5% и более
- Осталась без изменений
- Снизилась на 5%
- Снизилась на 10%
- Снизилась на 15%
- Снизилась на 20%
- Снизилась на 25%
- Снизилась на 30-50%
- Снизилась более, чем на 50%

70% операторов закладывают на свой инвентарь инфляцию 5-15%

Какую инфляцию вы планируете на свой инвентарь в 2026 г ?

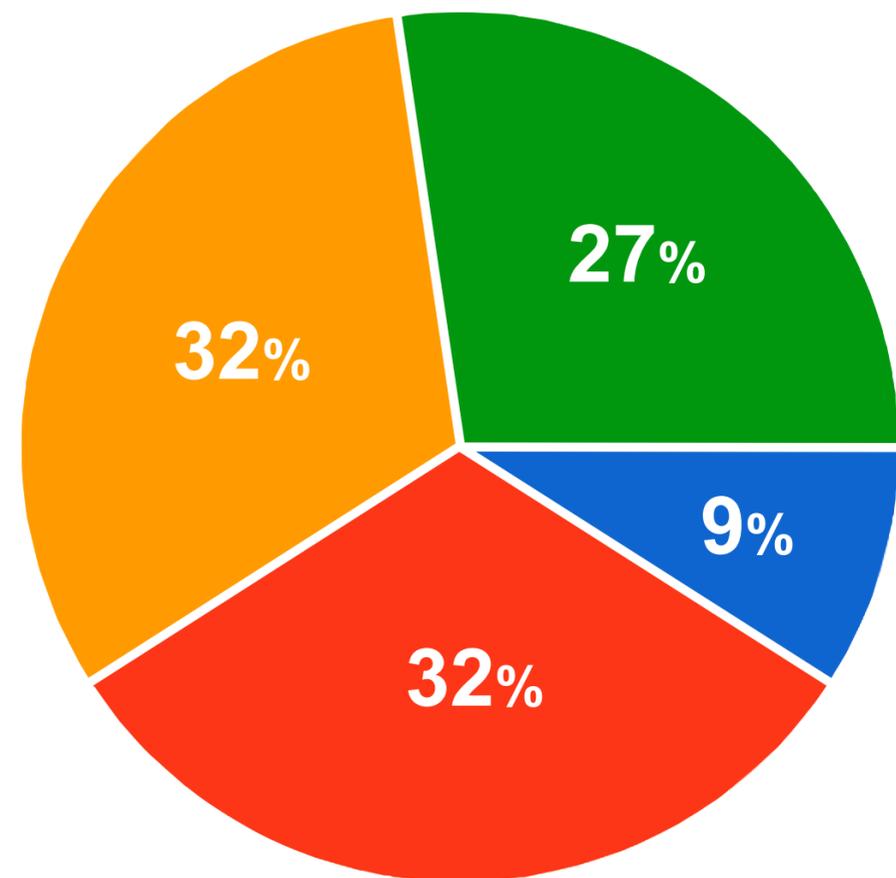


- 25% и более
- 15% и более
- 10% и более
- 5% и более
- Без инфляции

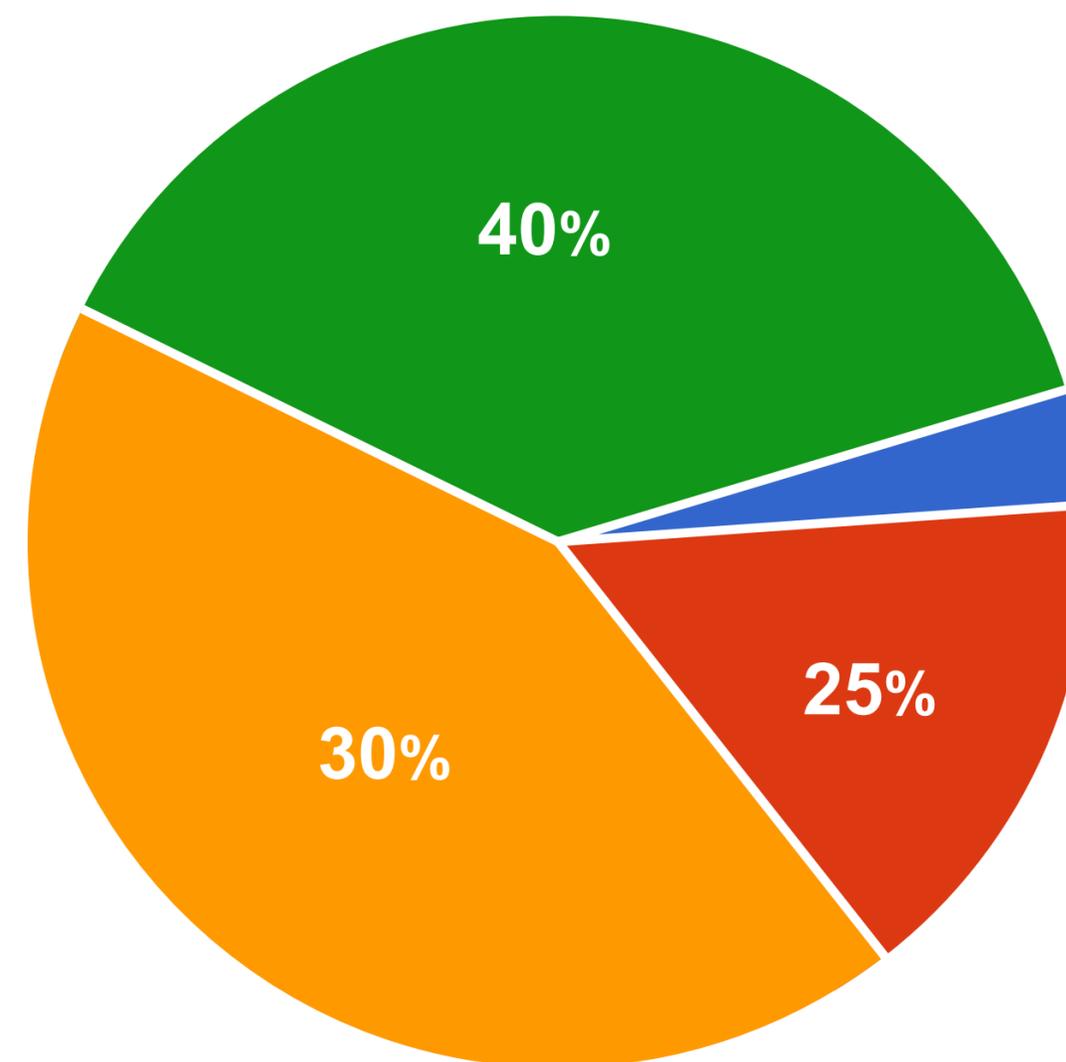
Какова доля локальных клиентов
в вашем портфеле



2024 год



2025 год

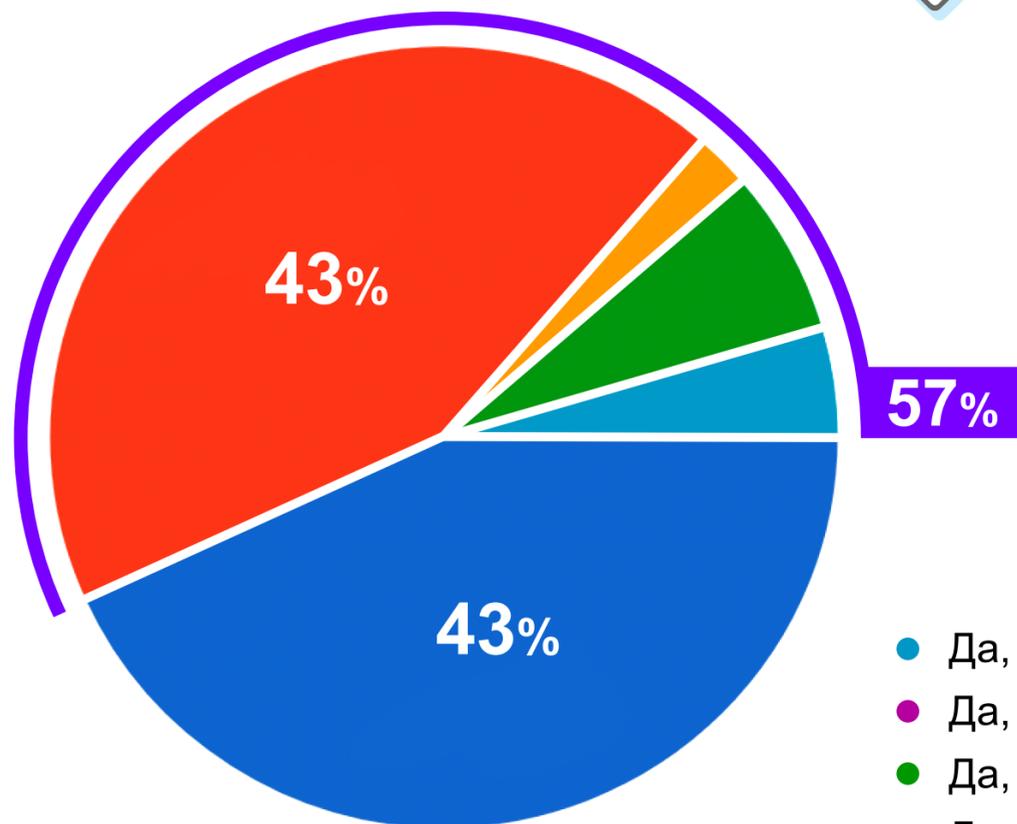


- Менее 10%
- 10-30%
- 30-50%
- Более 50%

Почти 80% операторов приросли в количестве поверхностей в 2025

2024 год

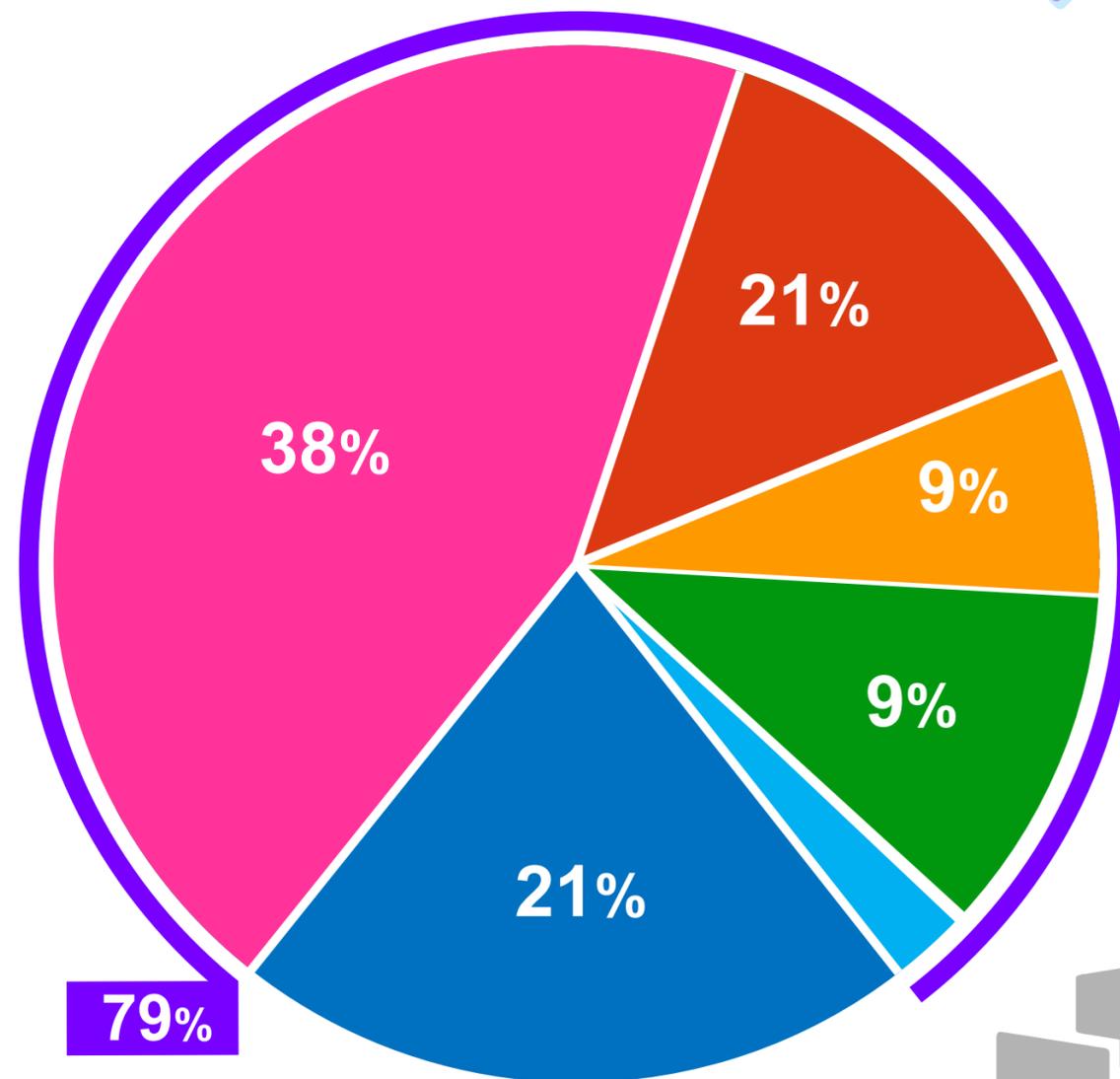
Планируете ли вы в следующем году менять статичные конструкции на диджитальные ?



- Да, 50% инвентаря и более
- Да, 40% инвентаря и более
- Да, 30% инвентаря и более
- Да, 20% инвентаря и более
- Да, 10% инвентаря и более
- Да, менее 10%
- Нет, не планируем

2025 год

Был ли у вас прирост в поверхностях за 2025 год и на какой % от вашей адресной программы ?



Большинство операторов видят своей целью диджитализацию и расширение АП

(аналогично 2024г)

Какие инвестиции вы планируете в 2025 г ?

(неск-ко вариантов ответа)

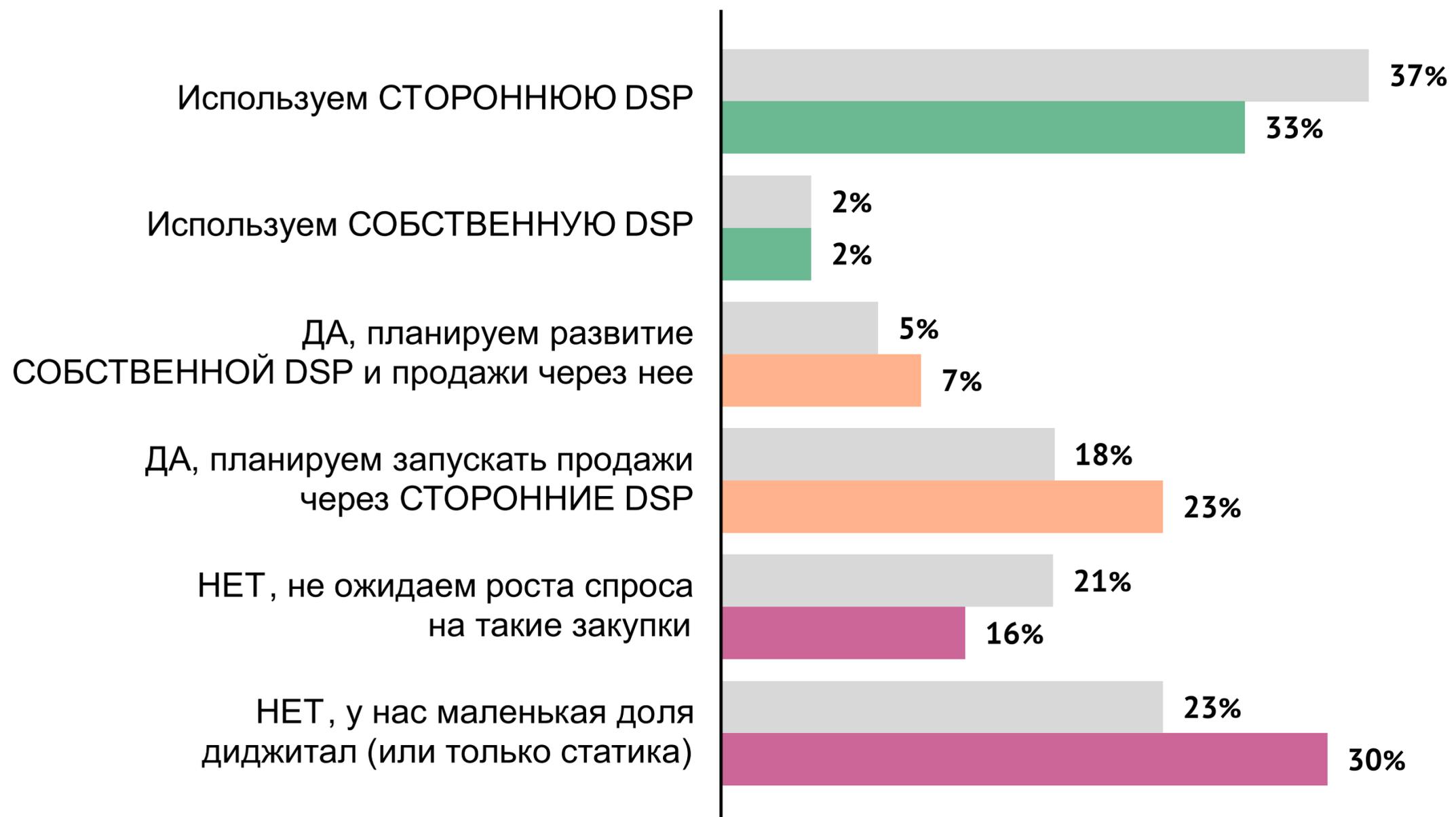


*2024г отмечен серой заливкой, 2025г - цветными

Уже используют DSP **35%** операторов и планируют запускать еще **30%**

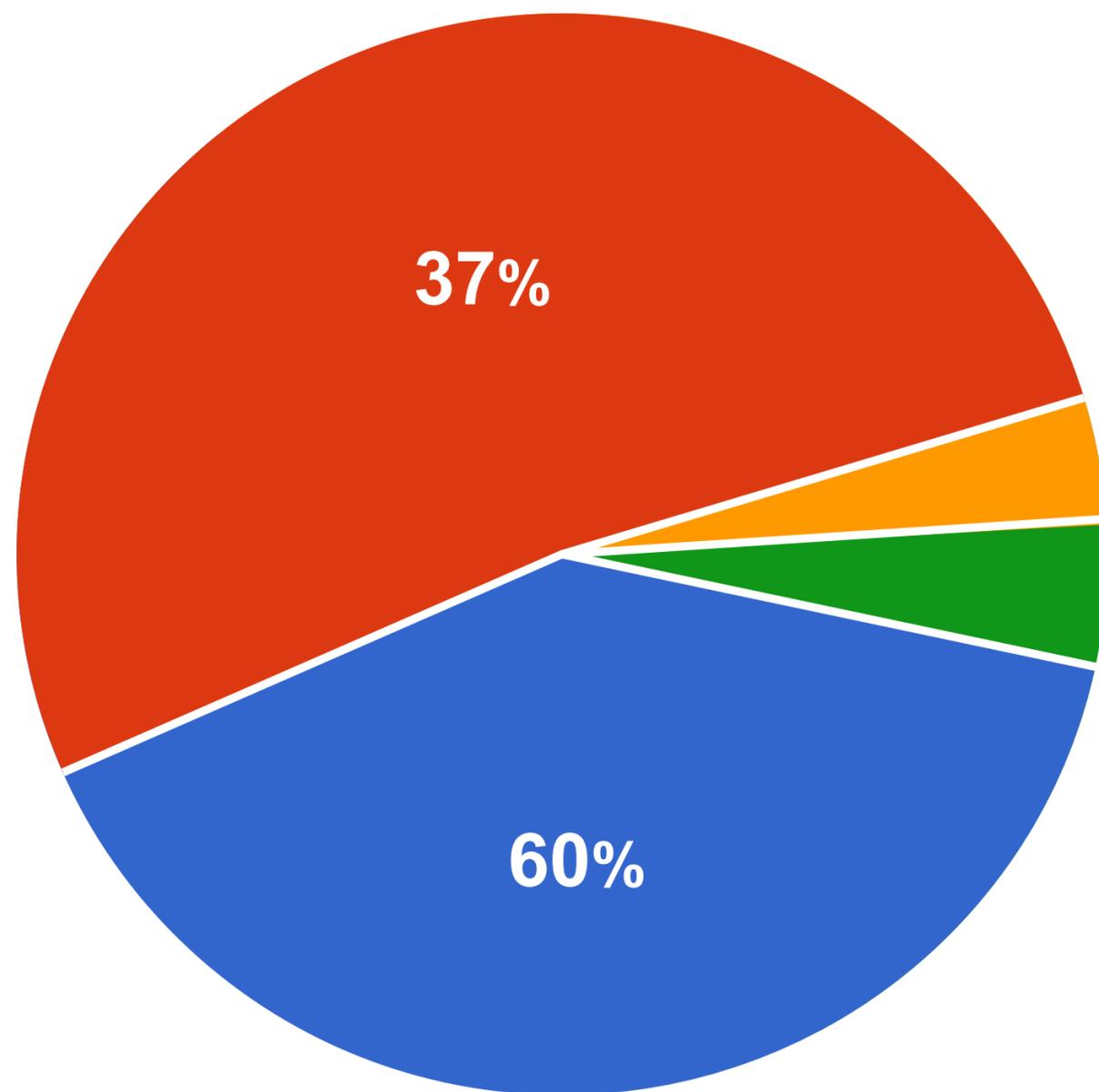
Планируете ли вы внедрение программатик продаж своего инвентаря ?

(неск-ко вариантов ответа)



*2024г отмечен серой заливкой, 2025г - цветными

У 37% операторов доля программатик продаж от 1 до 3%



Какая у вас доля программатик продаж от общего объема продаж в 2025г? ?

- 0%
- 1-3%
- 5%
- 7%
- 10%
- 15%
- Более 15%

Ваши ожидания от 2026 года (открытый вопрос)

- Рост выручки на 20-25%
- Хотелось бы сохранить прежние объемы, а еще лучше увеличить их.
- Рост выручки с надеждой на лучшее)
- Сделать +30% к предыдущему году по инвентарю и выручке
- "Упрямся ногами в дно, что бы оттолкнуться!"
- Уже нужно всплывать)
- Наличие возможностей для роста и развития
- Рост федеральных продаж; так же развитие локального рынка за счёт
- Все будет хорошо
- Ожидаем стабильности в данной сфере и роста в развитии данного формата с поддержкой государства и СОНР.
- Рост продаж на 15-30%
- Стабилизация экономической ситуации
- Большая доля локальных клиентов
- Лояльность госорганов в диджитализации существующей сети РК
- Возможность развития сети РК
- Хотелось бы стабильности в законодательстве
- Стабильность и разумные требования в законодательстве
- Рост продаж за счет повышения клиентского сервиса
- Стабильность
- Всё зависит от решения мирного вопроса
- Надеемся на улучшение за счет увеличения федеральных закупок
- Успешный прирост клиентов
- Прибавка клиентов
- Рост

- Умеренно пессимистичные
- 2026 станется на уровне 2025
- Умеренный
- Не снизить объемы
- Дальнейшее укрупнение монополистов
- Сокращение инвентаря
- Увеличение заполняемости
- С пониманием падающего рынка охватывать неочевидных клиентов, которые наружку даже толком и не пробовали
- Ожидаем изменений в режиме турбулентности
- Адаптироваться к новым условиям, подстраиваться под изменения
- С надеждой и тревогой
- Не хотелось бы ожидать спада и сокращения бюджетов, ведь в связи с повышением цен спрос на рекламные продукты снижается
- Как и 2025 год
- Жду конец СВО
- Стагнация или небольшой рост
- Хотя бы не хуже)
- Будет также как и в прошлом году
- Будет не хуже
- Ничего хорошего не ожидаем
Но и критически плохого не ожидаем
- Год неоднозначный ,будем стремиться остаться в той же прибыли
- Нет ожиданий, реакция по ситуации

- Спад
- Думаю будет хуже по объёму выручки несмотря на увеличение прайса
- Ситуация может ухудшиться
- Все плохо
- Сложный год будет
- Рост инфляции и цен из-за налогов, качки цен и нестабильность)) всё как обычно))
- Ничего утешительного и хорошего
- Снижение объемов размещения и у федеральных, и у локальных клиентов не самые радужные
- В целом год будет тяжёлый
- Думаю будет продолжение трендов на диджитализацию. Возможно введение маркировки рекламы. Также важным будет проведение выборов в ГосДуму
- Стагнации рынка