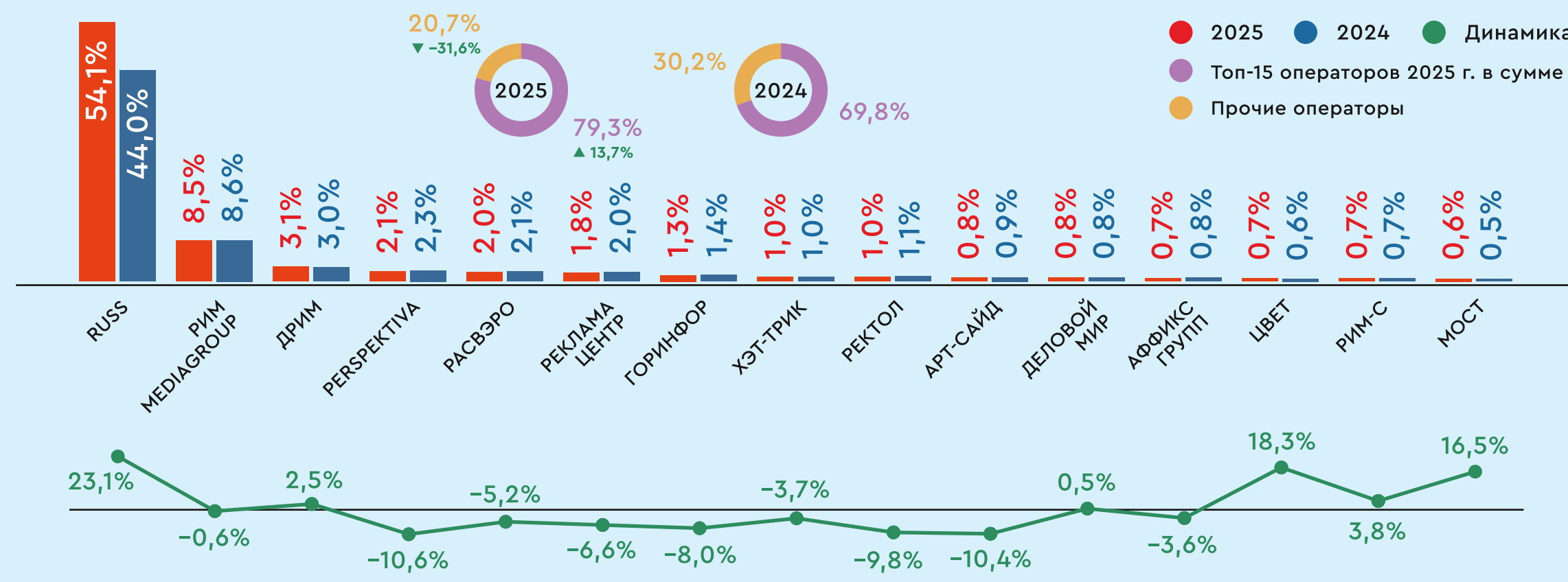




ТОП-15 ОПЕРАТОРОВ ПО ДОЛЕ ОТ ОБЩЕГО КОЛИЧЕСТВА РЕКЛАМНЫХ ПОВЕРХНОСТЕЙ (в %, данные за март 2025 г. в сравнении с мартом 2024 г.)



НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА РОССИИ 2025/2024

ВСЯ НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА (ВКЛЮЧАЯ ЦИФРОВУЮ)

50 ГОРОДОВ МОНИТОРИНГА ADMETRIX

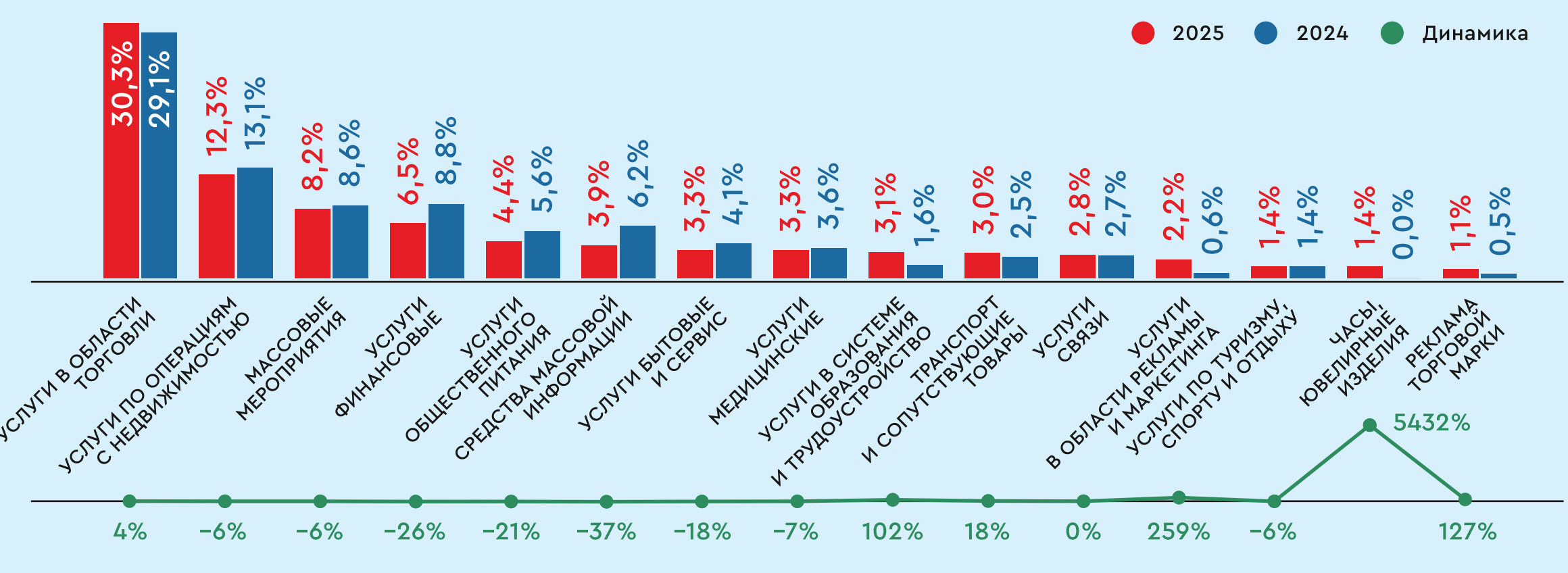
СТАНДАРТНЫЕ ФОРМАТЫ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ:

ЩИТЫ 3x6, СУПЕРСАЙТЫ, СИТИ-ФОРМАТ, СИТИБОРДЫ, ПИЛЛАРЫ, ОСТАНОВКИ МОСГОРТРАНСА

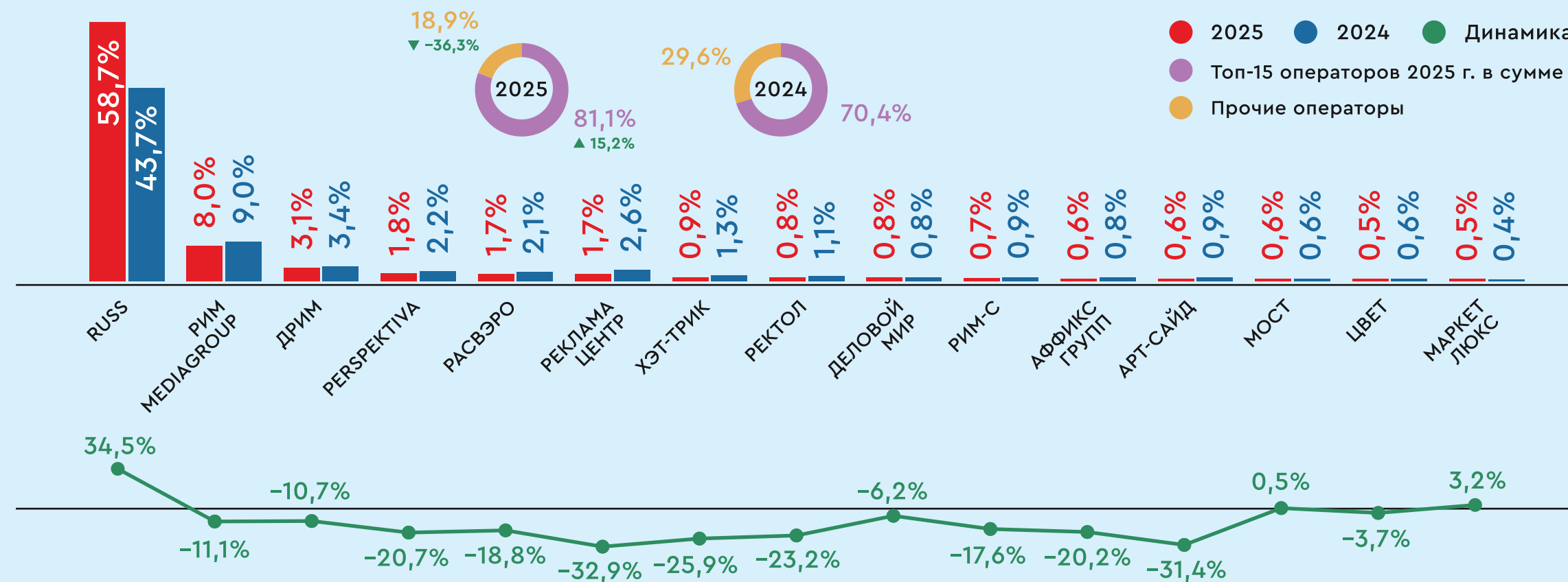
*При условии, что на одной цифровой стороне (экране) 10 цифровых поверхностей (роликов)

СОСТАВИТЕЛЬ — OUTDOOR MEDIA В ПАРТНЁРСТВЕ С ADMETRIX

ТОП-15 ТОВАРНЫХ КАТЕГОРИЙ ПО ДОЛЕ В ОБЩЕМ КОЛИЧЕСТВЕ ЗАКУПАЕМЫХ РЕКЛАМОДАТЕЛЯМИ ПОВЕРХНОСТЕЙ (в %, данные за январь-март 2025 г. в сравнении с январём-мартом 2024 г.)



ТОП-15 ОПЕРАТОРОВ ПО ДОЛЕ В ОБЩЕМ КОЛИЧЕСТВЕ ЗАКУПАЕМЫХ РЕКЛАМОДАТЕЛЯМИ ПОВЕРХНОСТЕЙ (в %, данные за январь-март 2025 г. в сравнении с январём-мартом 2024 г.)



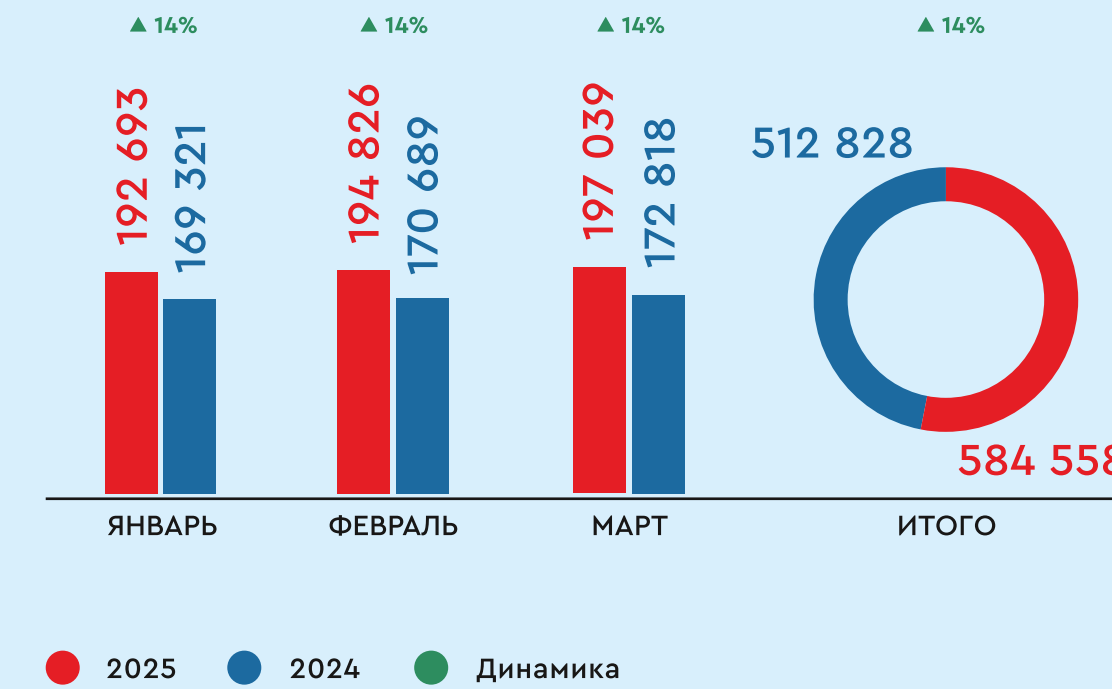
50 ГОРОДОВ, ДОЛЯ РАЗЛИЧНЫХ ГРУПП РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ В ОБЩЕМ КОЛИЧЕСТВЕ ЗАКУПАЕМЫХ ВСЕМИ РЕКЛАМОДАТЕЛЯМИ ПОВЕРХНОСТЕЙ (в %, данные за январь-март 2025 г. в сравнении с январём-мартом 2024 г.)



50 ГОРОДОВ, ДОЛЯ РАЗЛИЧНЫХ ГРУПП ОПЕРАТОРОВ В ОБЩЕМ КОЛИЧЕСТВЕ ЗАКУПАЕМЫХ ВСЕМИ РЕКЛАМОДАТЕЛЯМИ ПОВЕРХНОСТЕЙ (в %, данные за январь-март 2025 г. в сравнении с январём-мартом 2024 г.)



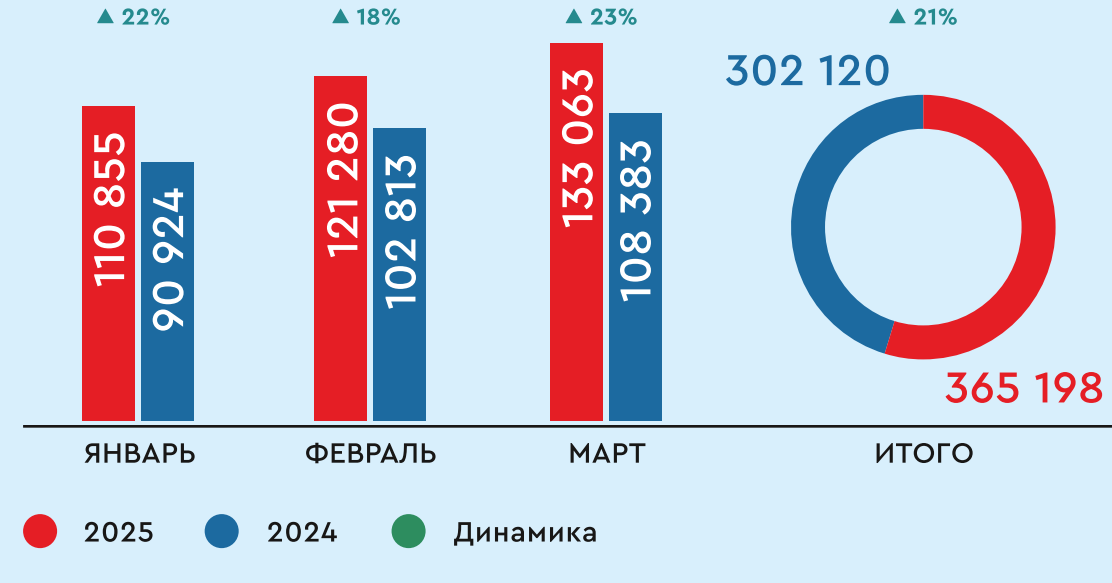
ДИНАМИКА КОЛИЧЕСТВА РЕКЛАМНЫХ ПОВЕРХНОСТЕЙ ПО МЕСЯЦАМ (данные за январь-март 2025 г. в сравнении с январём-мартом 2024 г.)



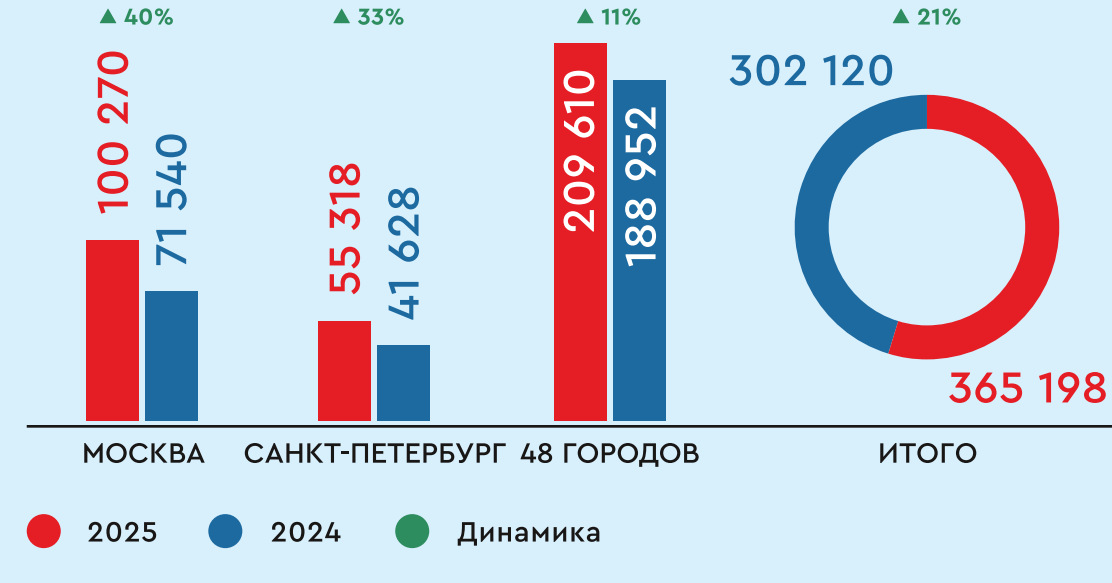
ДИНАМИКА КОЛИЧЕСТВА РЕКЛАМНЫХ ПОВЕРХНОСТЕЙ ПО ГОРОДАМ (данные за март 2025 г. в сравнении с мартом 2024 г.)



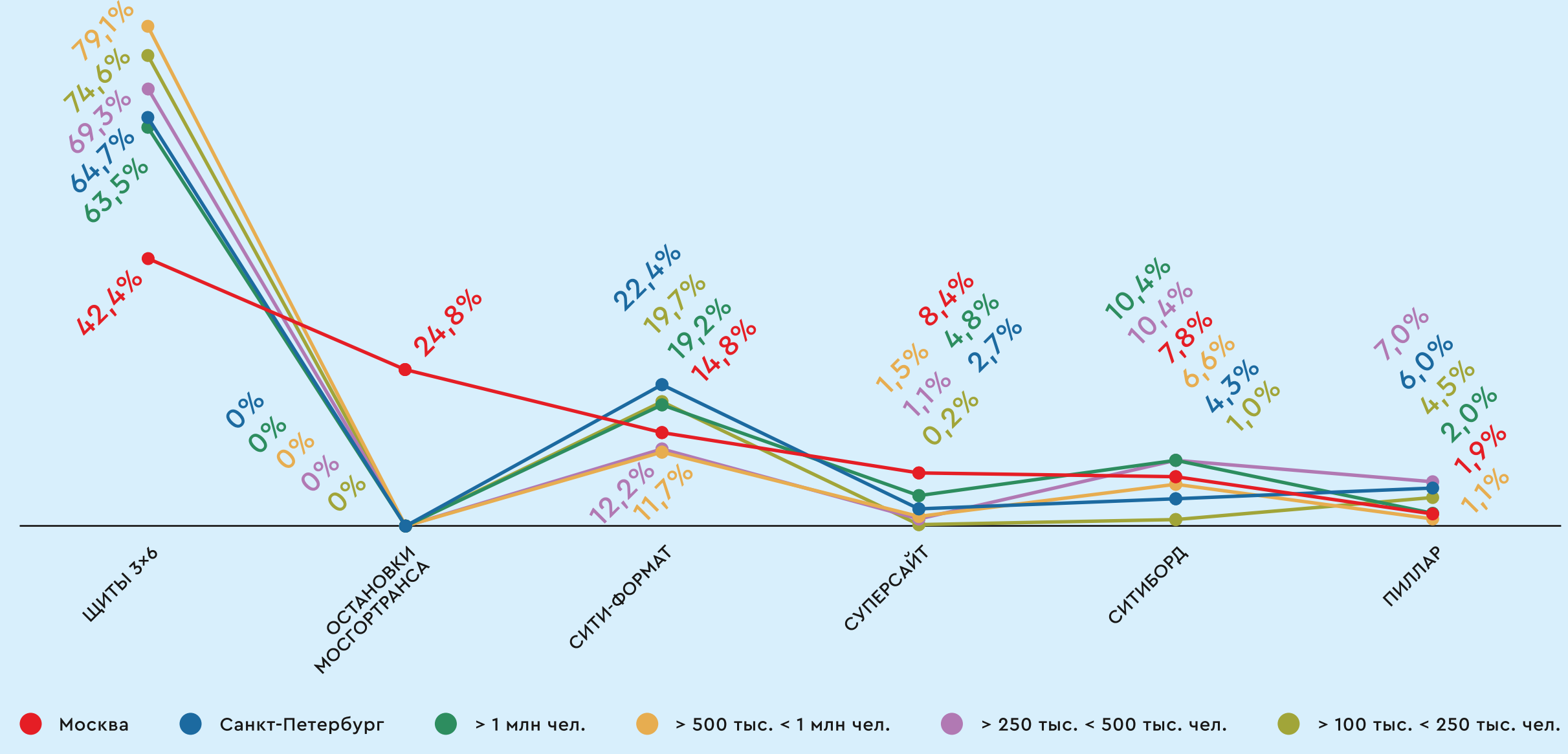
ДИНАМИКА КОЛИЧЕСТВА ЗАКУПАЕМЫХ РЕКЛАМОДАТЕЛЯМИ ПОВЕРХНОСТЕЙ ПО МЕСЯЦАМ (данные за январь-март 2025 г. в сравнении с январём-мартом 2024 г.)



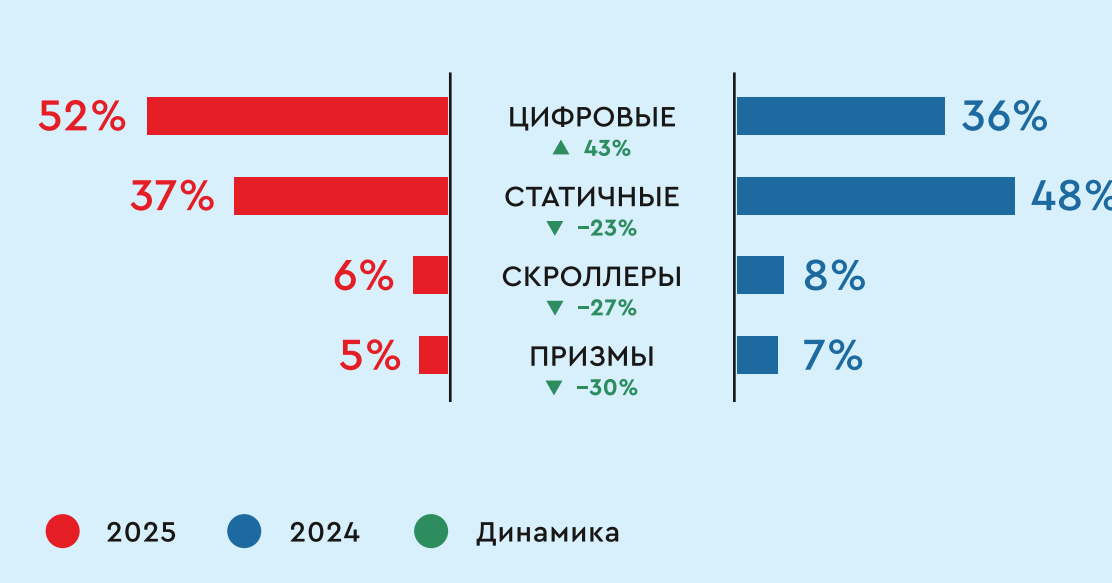
ДИНАМИКА КОЛИЧЕСТВА ЗАКУПАЕМЫХ РЕКЛАМОДАТЕЛЯМИ ПОВЕРХНОСТЕЙ ПО ГОРОДАМ (данные за январь-март 2025 г. в сравнении с январём-мартом 2024 г.)



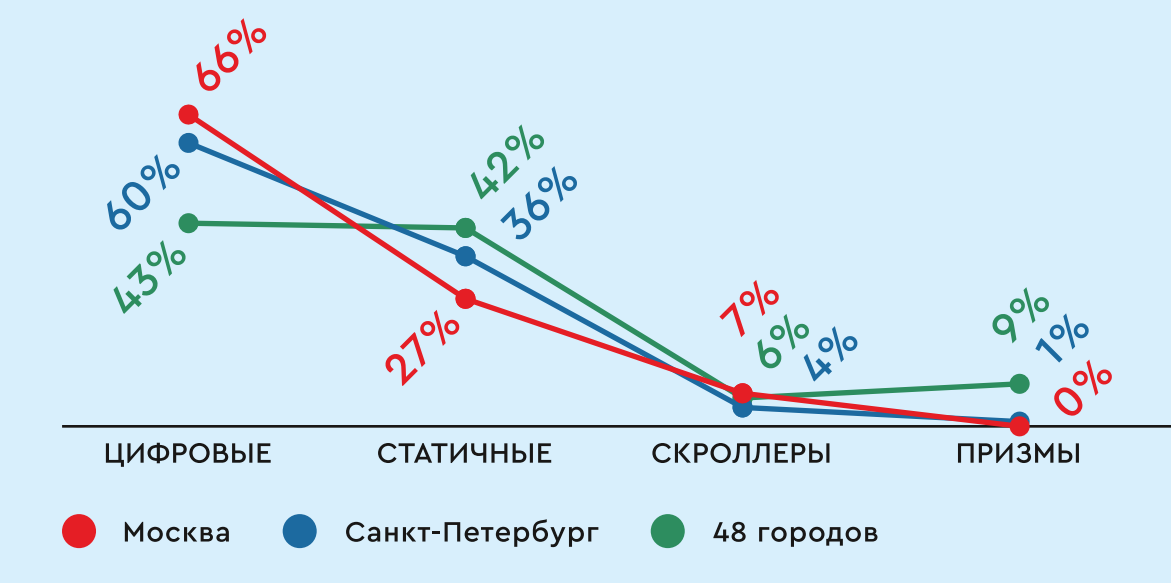
ДОЛИ ФОРМАТОВ ОТ ОБЩЕГО КОЛИЧЕСТВА ПОВЕРХНОСТЕЙ ПО СТРАТАМ ГОРОДОВ (в %, данные за март 2025 г.)



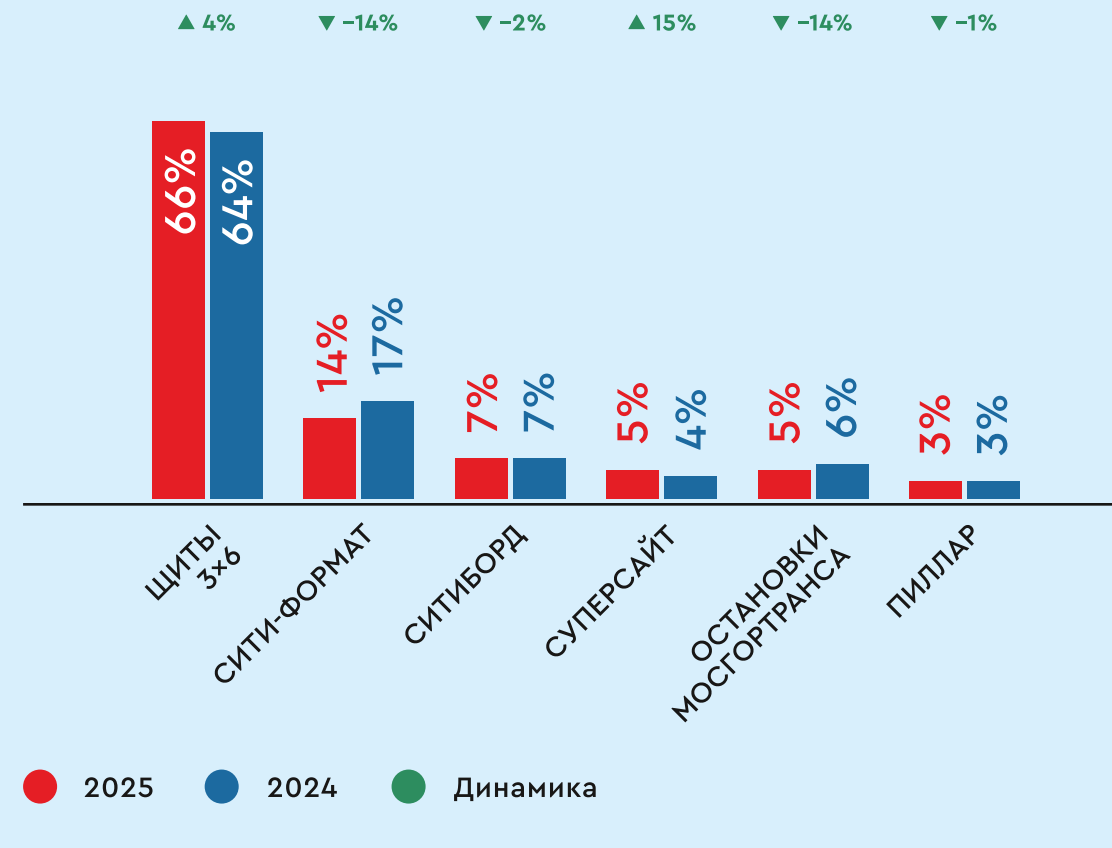
ДОЛИ ПО ТИПАМ В ОБЩЕМ КОЛИЧЕСТВЕ ЗАКУПАЕМЫХ РЕКЛАМОДАТЕЛЯМИ ПОВЕРХНОСТЕЙ (в %, данные за январь-март 2025 г. в сравнении с январём-мартом 2024 г.)



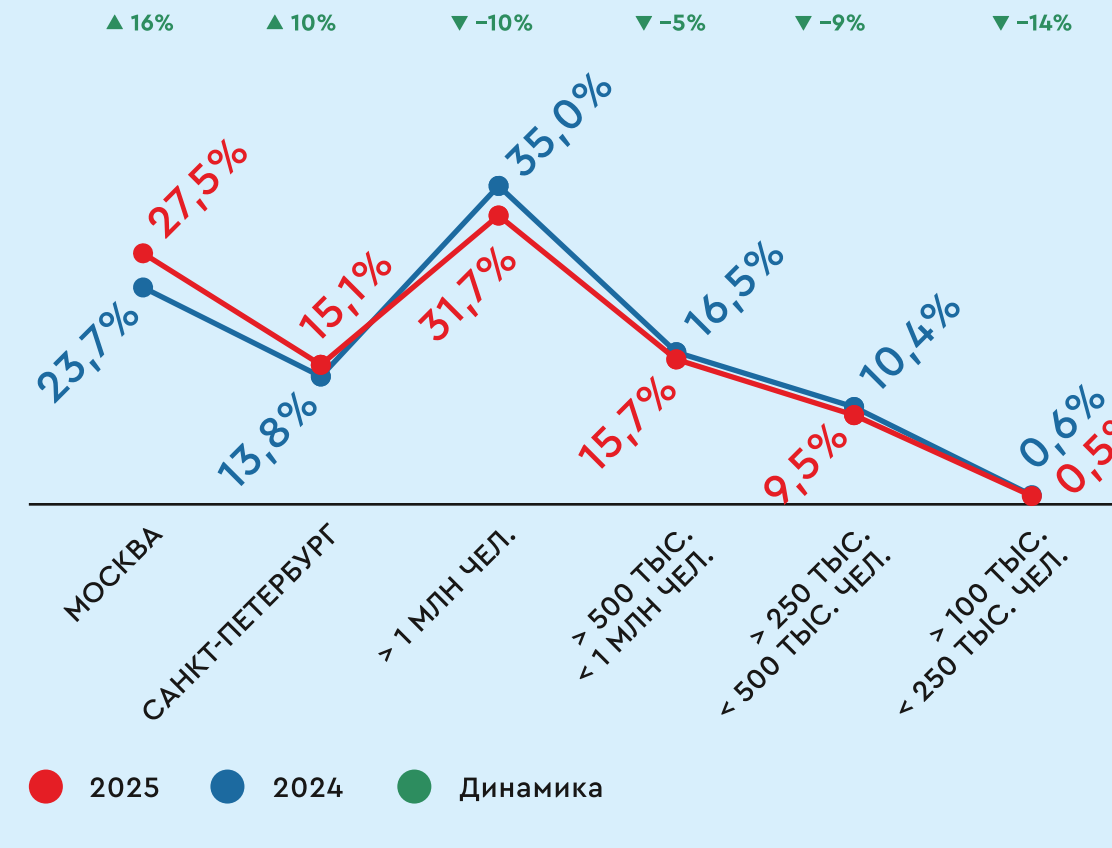
ДОЛИ ПО ТИПАМ В ОБЩЕМ КОЛИЧЕСТВЕ ЗАКУПАЕМЫХ РЕКЛАМОДАТЕЛЯМИ ПОВЕРХНОСТЕЙ В ГОРОДАХ (в %, данные за январь-март 2025 г.)



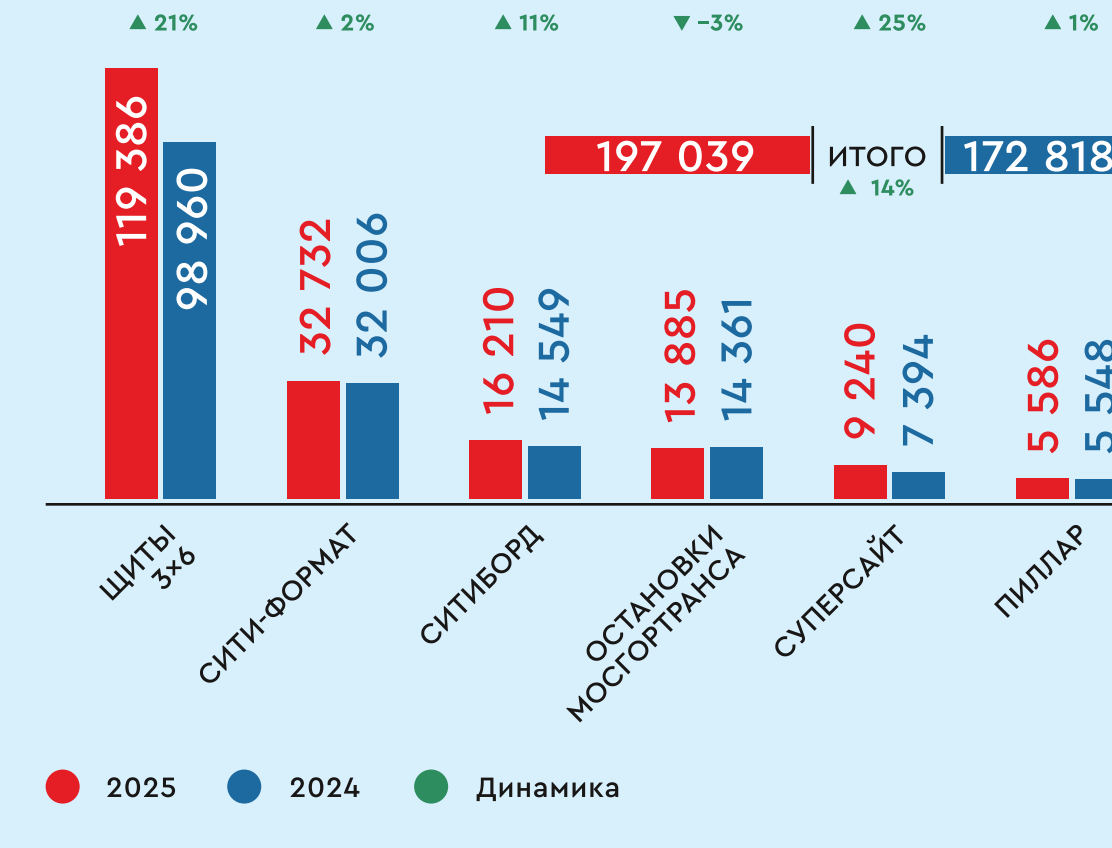
ДОЛИ ПО ФОРМАТАМ КОНСТРУКЦИЙ В ОБЩЕМ КОЛИЧЕСТВЕ ЗАКУПАЕМЫХ РЕКЛАМОДАТЕЛЯМИ ПОВЕРХНОСТЕЙ (в %, данные за январь-март 2025 г. в сравнении с январём-мартом 2024 г.)



ДОЛИ ПО СТРАТАМ ГОРОДОВ В ОБЩЕМ КОЛИЧЕСТВЕ ЗАКУПАЕМЫХ РЕКЛАМОДАТЕЛЯМИ ПОВЕРХНОСТЕЙ (в %, данные за январь-март 2025 г. в сравнении с январём-мартом 2024 г.)



ДИНАМИКА КОЛИЧЕСТВА РЕКЛАМНЫХ ПОВЕРХНОСТЕЙ ПО ФОРМАТАМ КОНСТРУКЦИЙ (данные за март 2025 г. в сравнении с мартом 2024 г.)



КОЛИЧЕСТВО РЕКЛАМНЫХ ПОВЕРХНОСТЕЙ ПО ФОРМАТАМ КОНСТРУКЦИЙ В ГОРОДАХ (данные за март 2025 г.)

