



Digital (Outdoor)

Digital Brand Day
17 мая 2022



ОБЗОР РЫНКА

На основе данных Admetrix
и от участников outdoor-рынка

УЧАСТНИКИ:

Алексей Костин, ПИК

Вячеслав Кан, Gallery

Никита Мосеев, РИМ Mediagroup

Доля затрат рекламодателей на Digital в наружной рекламе продолжает расти и составляет 46% по состоянию на март 2022 года

Март	Доля затрат на Digital Outdoor	Динамика доли
2022	46%	+12%
2021	41%	+11%
2020	37%	+48%
2019	25%	+32%
2018	19%	

При этом количество рекламоносителей (конструкций), оборудованных цифровыми экранами в Москве составляет “всего” 14% в марте 2022

Март	Всего	Digital	Доля цифровых
2022	5 783	797	13,8%
2021	5 859	644	11,0%
2020	6 298	555	8,8%
2019	7 198	390	5,4%
2018	7 176	363	5,1%

На фоне общего сокращения количества рекламных мест на 19% (март 2022 к марту 2018)

В пяти городах доля затрат рекламодателей на Digital в наружной рекламе преодолела “планку” в 50%

Нижний Новгород	77%
Екатеринбург	70%
Самара	64%
Москва	60%
Казань	54%
Уфа	40%
Новосибирск	39%
Челябинск	38%
Санкт-Петербург	35%
Воронеж	33%
Красноярск	27%
Омск	24%
Волгоград	22%
Ростов-на-Дону	22%
Пермь	0%

Данные Admetrix: 15 городов России, только стандартные форматы (3x6, сити-борды, супер-сайты, сити-формат, пиллары), март 2022

Без учета остановок МГТ, медиафасадов и прочих форматов

Наружная реклама (не включает индор и транзитную рекламу)

Топ-20 рекламодателей на Digital в наружной рекламе: по 9 позициям из 20 произошла смена лидеров по доле эфира в апреле 2022 по отношению к марту 2022

1-31 Марта 2022 года	
	Доля эфира
СБЕР	3,9%
ИНТЕРНЕТ РЕШЕНИЯ	3,2%
ЯНДЕКС	2,8%
ТНТ	2,5%
ЦИАН	2,2%
ВТБ	2,0%
L'OREAL	1,9%
WALT DISNEY	1,7%
М.ВИДЕО	1,5%
ЛЕНТА	1,5%
ХИАОМ	1,4%
ДОНСТРОЙ	1,4%
АЛЬФА-БАНК	1,4%
SAMSUNG ELECTRONICS	1,4%
METRO GROUP	1,3%
ЦИРК НА ФОНТАНКЕ	1,3%
ГАЗПРОММЕДИА	1,2%
ГАЗПРОМБАНК	1,2%
ГРУППА ЛСР	1,2%
ЭЛЬДОРАДО	1,1%

1-30 Апреля 2022 года	
	Доля эфира
ГАЗПРОММЕДИА	4,2%
ЯНДЕКС	4,0%
ВТБ	2,9%
ВЫМПЕЛКОМ	2,8%
ФСК ЛИДЕР	2,7%
СБЕР	2,6%
АЛЬФА-БАНК	2,4%
МЕГАФОН	2,3%
КЕХ ЕКОММЕРЦ	2,3%
ЦИАН	2,0%
ГАЗПРОМБАНК	2,0%
AUTO.RU	1,8%
КУПИШУЗ	1,6%
МОБИЛЬНЫЕ ТЕЛЕСИСТЕМЫ	1,5%
METRO GROUP	1,5%
НАЦИОНАЛЬНАЯ СИСТЕМА ПЛАТЕЖНЫХ КАРТ	1,4%
ЛЕНТА	1,4%
ДОНСТРОЙ	1,4%
ПРОМСВЯЗЬБАНК	1,4%
ГРУППА ЛСР	1,3%

Данные Admetrix: 24 города России, только стандартные форматы (3x6, сити-борды, супер-сайты, сити-формат, пиллары), март-апрель 2022
 Без учета остановок МГТ, медиафасадов и прочих форматов
 Наружная реклама (не включает индор и транзитную рекламу)

В доле затрат по топ-5 категориям товаров и услуг существенных изменений не наблюдается: недвижимость, финансы и интернет-услуги “отбирают” долю эфира у СМИ и оптово-розничной торговли

1-31 Марта 2022 года

	Доля	Млн. секунд
Недвижимость и строительство	15,6%	507,3
Оптово-розничная торговля	15,2%	493,9
СМИ и полиграфия	13,9%	451,6
Интернет-ресурсы и услуги	11,3%	367,6
Финансовые услуги, банки	8,7%	283,8

1-30 Апреля 2022 года

	Доля	Млн. секунд
Недвижимость и строительство	19,2%	553,0
Финансовые услуги, банки	15,6%	449,2
Интернет-ресурсы и услуги	14,2%	406,5
СМИ и полиграфия	13,8%	396,7
Оптово-розничная торговля	9,6%	276,7

В апреле 2022 года на топ-5 категорий приходилось 73% эфира рекламодателей, в то время как в марте 2022 года - 65%

Тенденции и тренды

мая-июня 2022



ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЙ WEB- СЕРВИС И API

Инструменты и данные Admetrix
для работы с ДООН

УЧАСТНИКИ:

Вячеслав Ивакин, Posterscope

Марина Сурыгина, Gallery

Павел Крюков, VinEx

Мы стараемся повысить удобство и скорость работы с данными

- Снижение трудозатрат для пользователей
- Удаленная и бесперебойная работа с данными
- Интеграция данных во внутренние системы клиентов



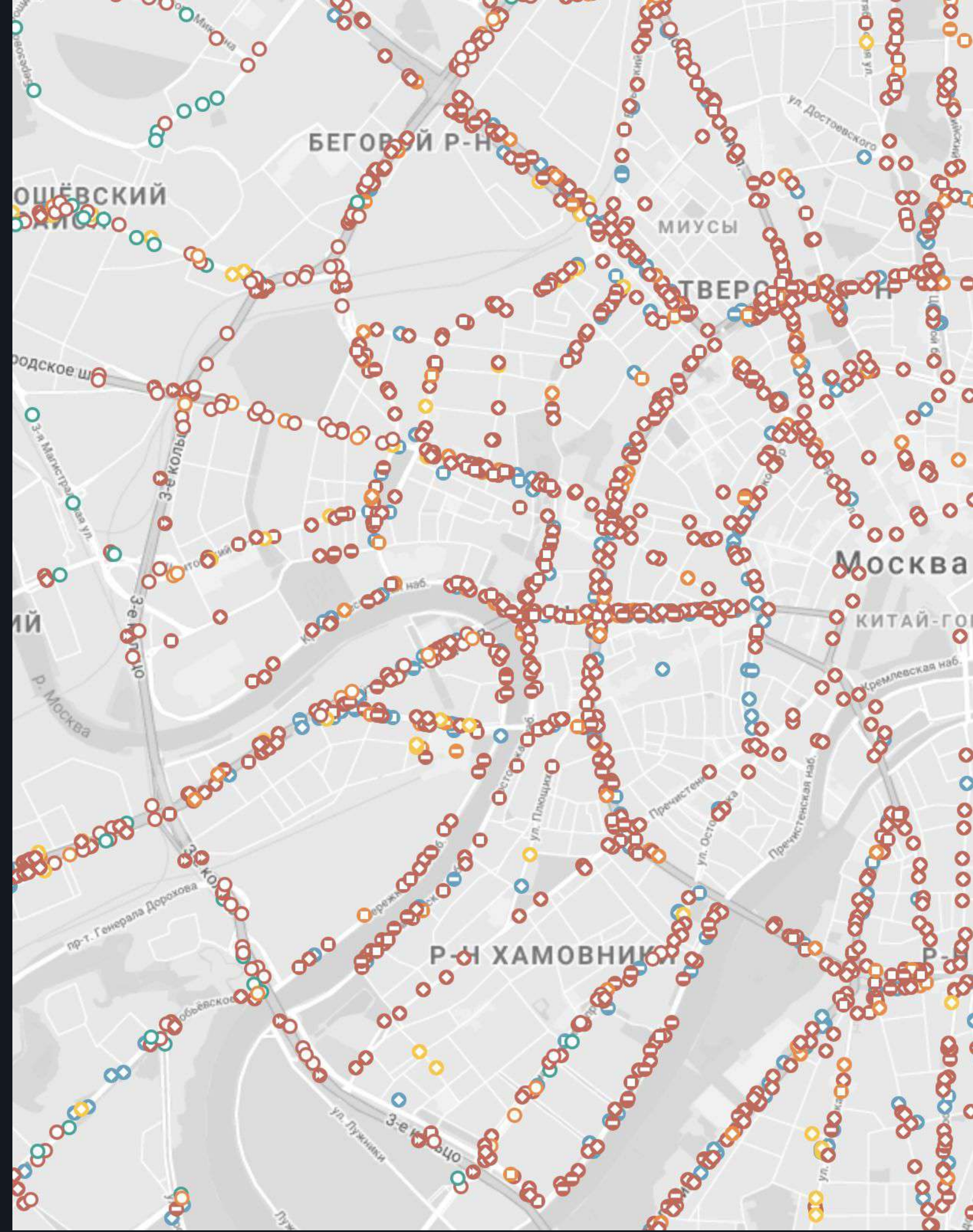
Оптимизация

Пользовательский web-сервис ASAP

- Данные не требуют обновлений (на стороне клиента)
- Удаленная работа с мобильного устройства
- Нормированные данные по 100% инвентаря
- “Рабочий стол” внутри сервиса
- Скорость обработки данных

API

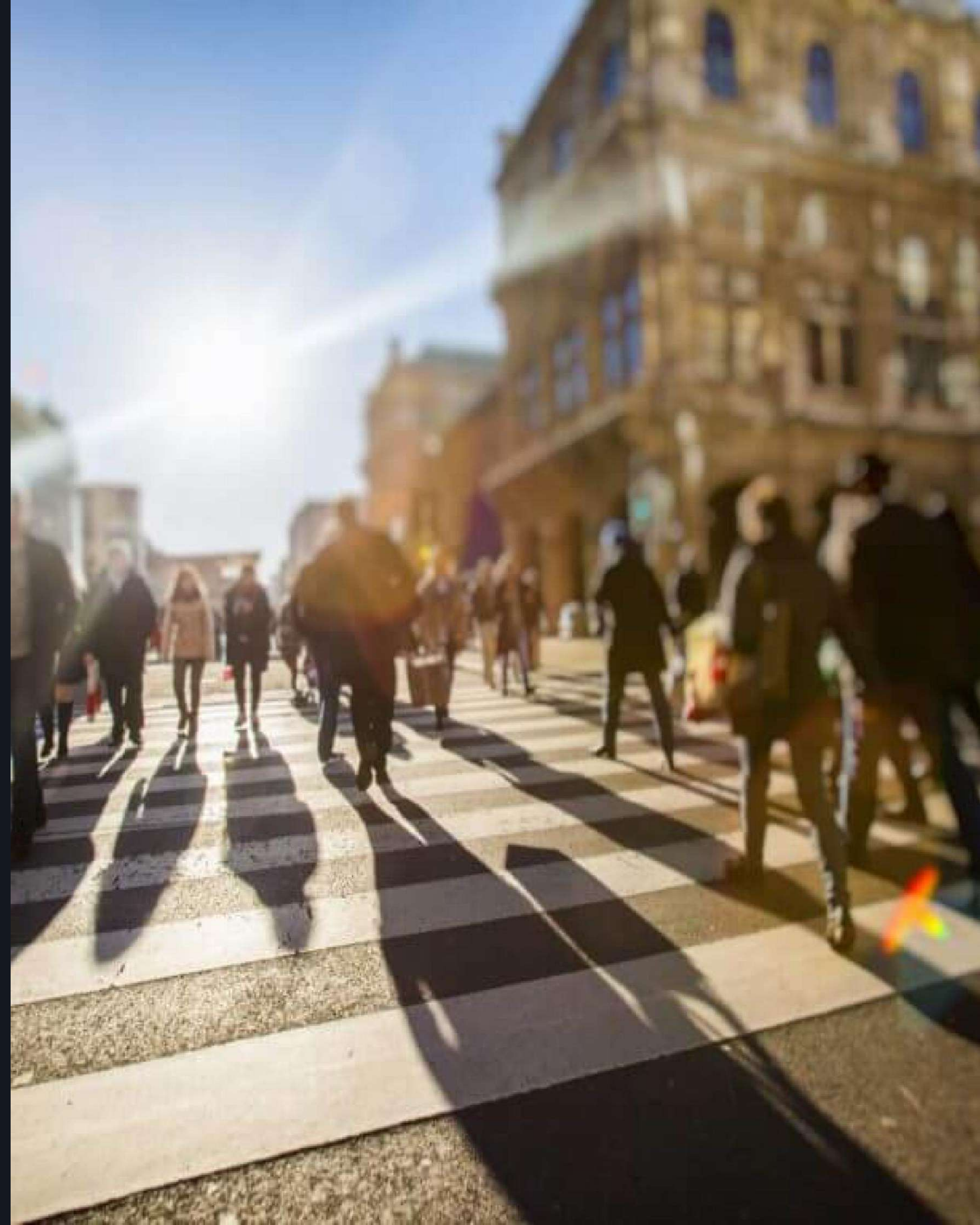
- Данные не требуют обновлений (на стороне клиента)
- 6 методов
- Нормированные данные по 100% инвентаря
- Скорость передачи данных



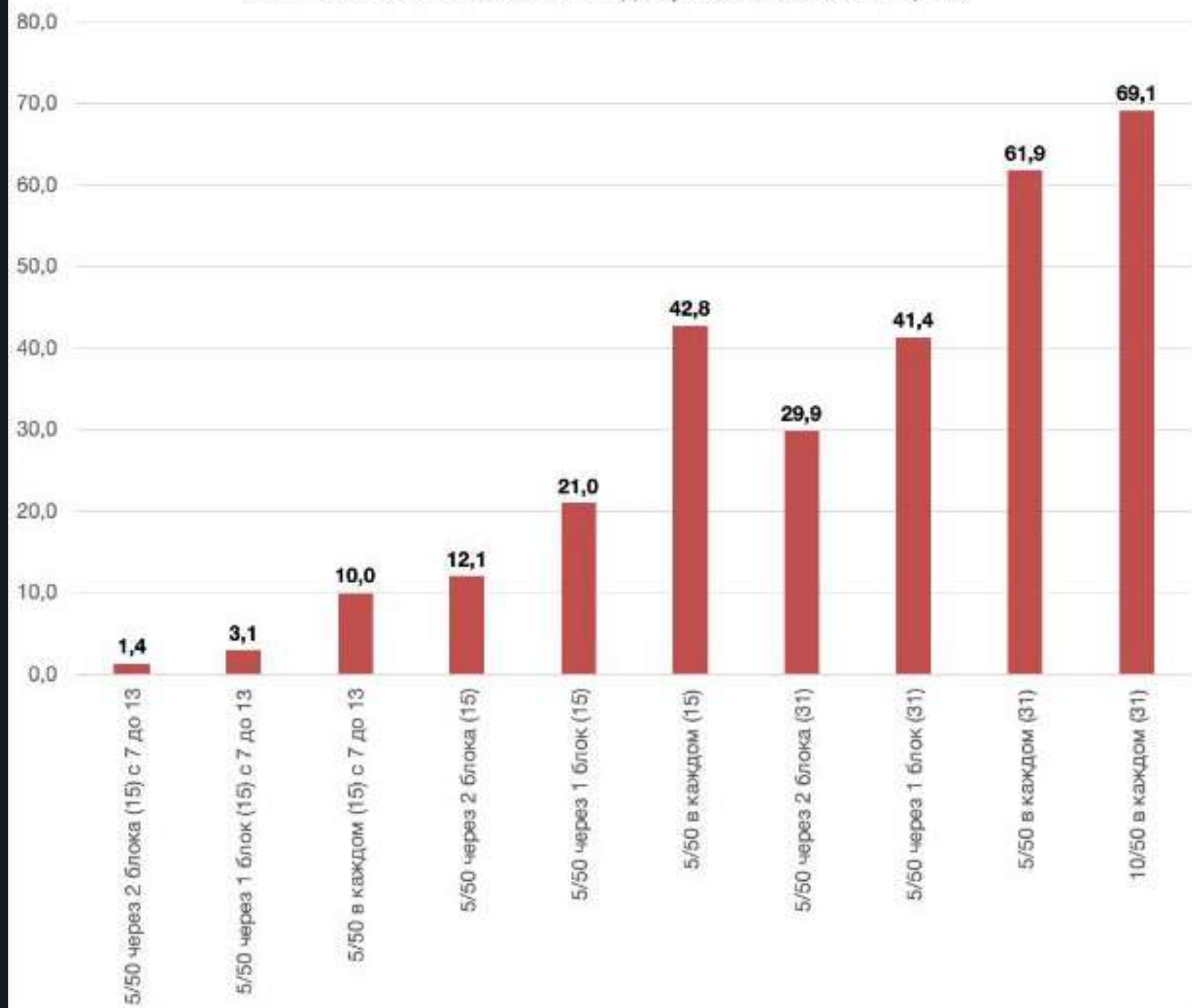
Существенные доработки

На основе обратной связи пользователей

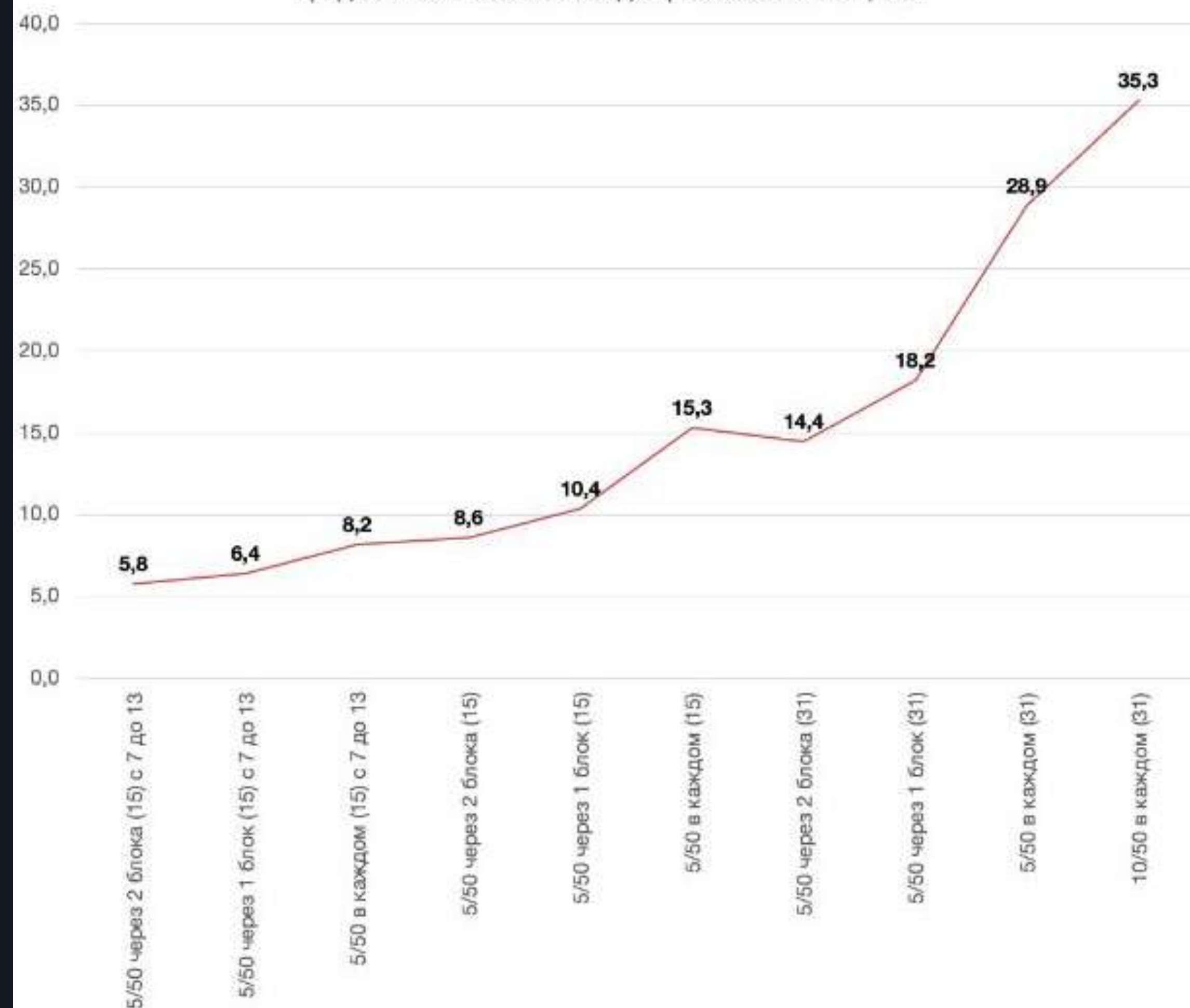
1. **Функция расчетов для нестандартных циклических digital-кампаний**
2. ASAP - новый раздел для работы с данными мониторинга 100% эфира цифровых конструкций (картография)
3. API - передача креативов и данных по дням/по часам



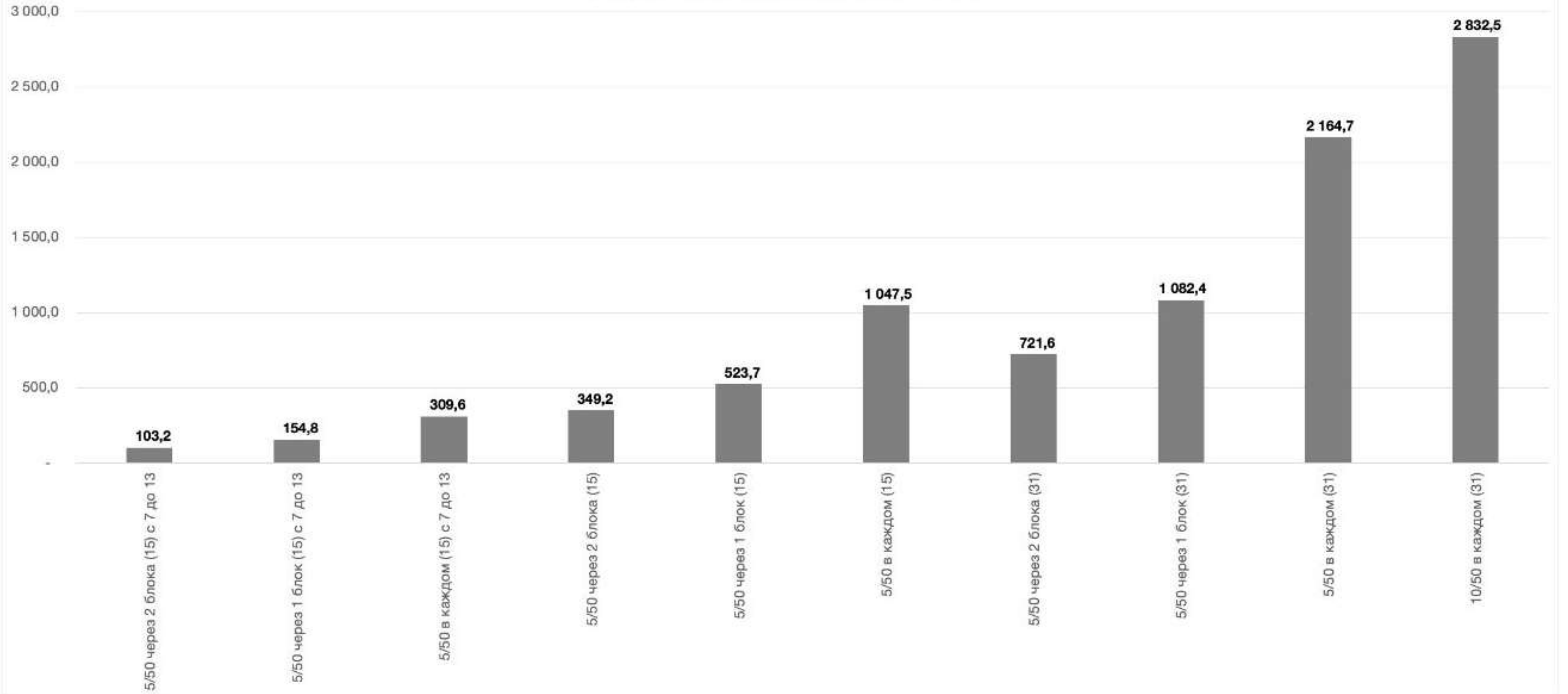
Охват кампании на частоте 15+ для различных схем вещания



Средняя частота кампании для разных схем вещания



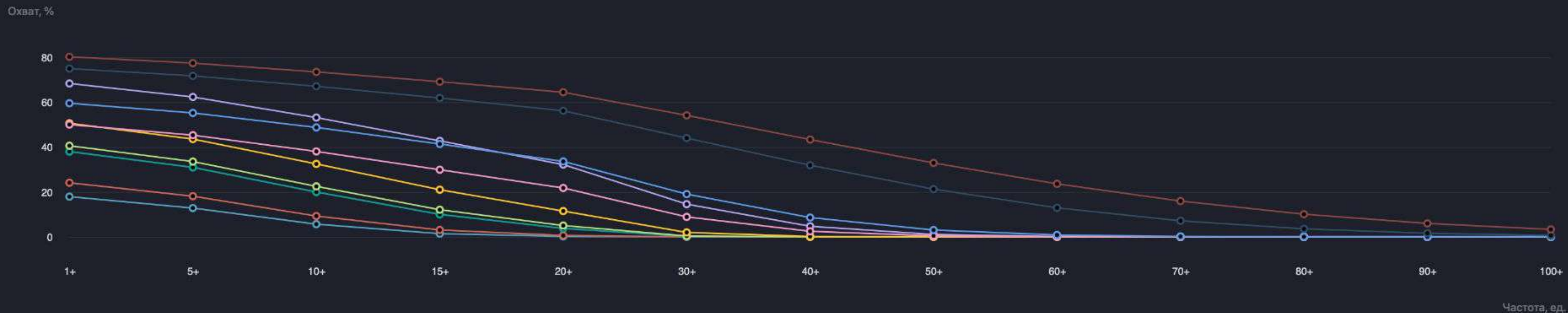
Сумма GRP кампании для разных схем вещания



	Продолжительность, в днях	Население 18+, в тыс.	Кол-во поверхностей	Охват населения города 18+, в %	Охват населения города 18+, в тыс.	Средняя частота контактов	Сумма GRP	Средний GRP
5/50 через 2 блока (15) с 7 до 13	15	10 302,50	106	17,90	1 844,15	5,76	103,21	0,97
5/50 через 1 блок (15) с 7 до 13	15	10 302,50	106	24,09	2 481,87	6,43	154,81	1,46
5/50 в каждом (15) с 7 до 13	15	10 302,50	106	37,99	3 913,92	8,15	309,63	2,92
5/50 через 2 блока (15)	15	10 302,50	106	40,60	4 182,81	8,60	349,15	3,29
5/50 через 1 блок (15)	15	10 302,50	106	50,61	5 214,10	10,35	523,73	4,94
5/50 в каждом (15)	15	10 302,50	106	68,34	7 040,73	15,33	1 047,45	9,88
5/50 через 2 блока (31)	31	10 302,50	106	50,02	5 153,31	14,42	721,58	6,81
5/50 через 1 блок (31)	31	10 302,50	106	59,53	6 133,08	18,18	1 082,37	10,21
5/50 в каждом (31)	31	10 302,50	106	74,99	7 725,84	28,87	2 164,73	20,42
10/50 в каждом (31)	31	10 302,50	106	80,23	8 265,70	35,30	2 832,51	26,72

▼ % охвата населения города с разной частотой. Кампания с накоплением

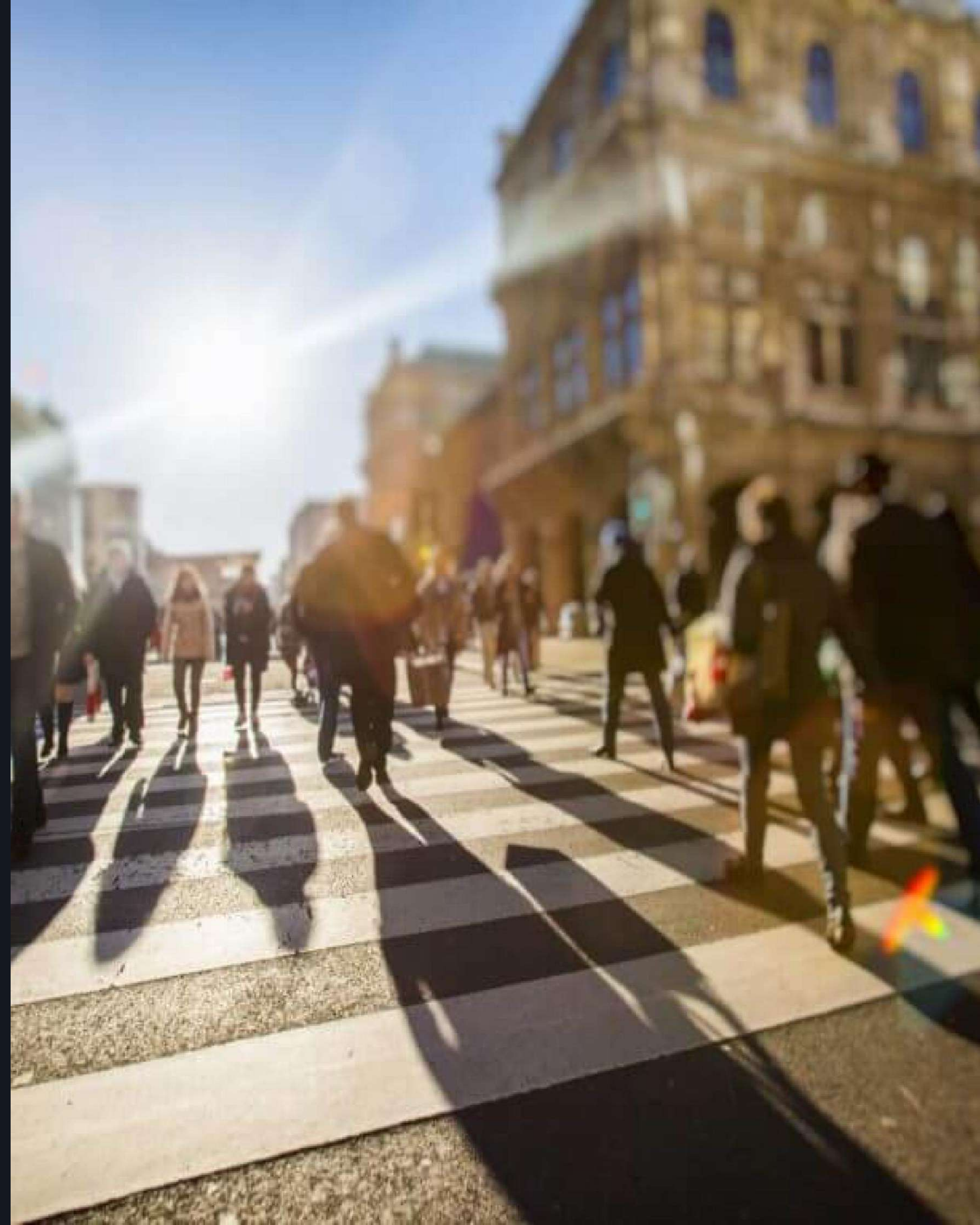
- 5/50 через 2 блока (15) с 7 до 13
- 5/50 через 1 блок (15) с 7 до 13
- 5/50 в каждом (15) с 7 до 13
- 5/50 через 2 блока (15)
- 5/50 через 1 блок (15)
- 5/50 в каждом (15)
- 5/50 через 2 блока (31)
- 5/50 через 1 блок (31)
- 5/50 в каждом (31)
- 10/50 в каждом (31)



Существенные доработки

На основе обратной связи пользователей

1. Функция расчетов для нестандартных циклических digital-кампаний
2. **ASAP** - новый раздел для работы с данными мониторинга 100% эфира цифровых конструкций (картография)
3. API - передача креативов и данных по дням/по часам



Эфирная справка

2022-04-01

2022-04-30

ГАЗПРОММЕДИА

Выберите города

Формат

Продавец

Бренд

Применить

Статистика по рекламодателю ГАЗПРОММЕДИА

Статистика размещения

Период	Кол-во поверхностей	Кол-во брендов	Кол-во городов	Кол-во продавцов	Кол-во форматов
01.04.2022 - 30.04.2022	534	2	12	2	3

Статистика вещания

Суммарное кол-во выходов	Суммарное время вещания	Кол-во хронометража	Кол-во креативов
21 908 693	120 218 805	2	14

Детализация размещения (таблица)

Наименование параметров

Типы значений

Город

Форматы

Суммарный хронометраж

Город	Форматы	Суммарный хронометраж	Показы	Экраны
Москва	Щиты 3x6	48 012 089	9 601 738	285
Санкт-Петербург	Щиты 3x6	46 617 011	7 461 357	133
Ростов-на-Дону	Щиты 3x6	4 024 035	804 697	20
Москва	Суперсайт	3 696 233	739 247	42
Нижний Новгород	Щиты 3x6	3 204 302	640 860	8
Новосибирск	Щиты 3x6	2 598 731	519 744	6
Омск	Щиты 3x6	2 218 909	391 248	7
Екатеринбург	Суперсайт	1 997 141	399 434	7
Ростов-на-Дону	Суперсайт	1 349 215	269 843	3

Эфирная справка

2022-04-01

2022-04-30

ГАЗПРОММЕДИА

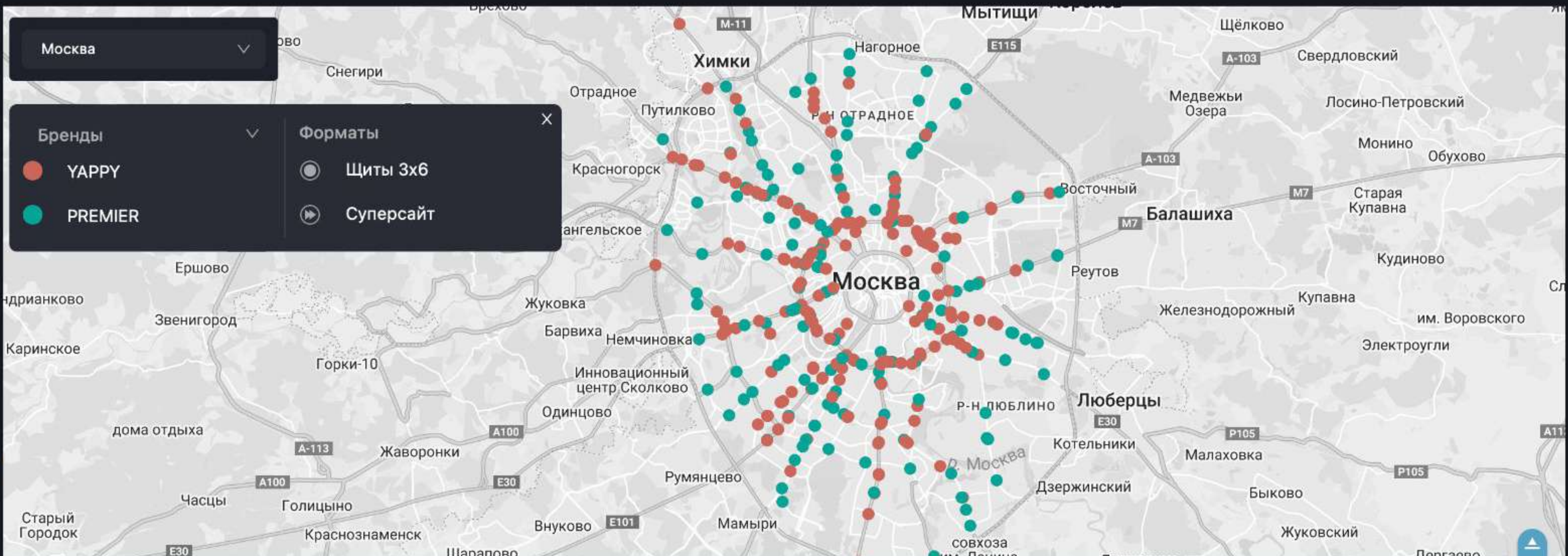
Выберите города

Формат

Продавец

Бренд

Применить



Город	Продавец	ID Продавца	ID GEO Short	Адрес Продавца	Размер	Сторона	Формат
Москва	RUSS OUTDOOR	MSBB19715A1	14033821	Щелковское ш., 250 м после X с СВХ (Di	3x6	A	Щиты 3x6
Москва	RUSS OUTDOOR	MSBB19715A1	14033821	Щелковское ш., 250 м после X с СВХ (Di	3x6	A	Щиты 3x6
Москва	RUSS OUTDOOR	MSBB19715A1	14033821	Щелковское ш., 250 м после X с СВХ (Di	3x6	A	Щиты 3x6
Москва	RUSS OUTDOOR	MSBB19715A1	14033821	Щелковское ш., 250 м после X с СВХ (Di	3x6	A	Щиты 3x6
Москва	RUSS OUTDOOR	MSBB19715A1	14033821	Щелковское ш., 250 м после X с СВХ (Di	3x6	A	Щиты 3x6
Москва	RUSS OUTDOOR	MSBB19715A1	14033821	Щелковское ш., 250 м после X с СВХ (Di	3x6	A	Щиты 3x6
Москва	RUSS OUTDOOR	MSBB19715A1	14033821	Щелковское ш., 250 м после X с СВХ (Di	3x6	A	Щиты 3x6
Москва	RUSS OUTDOOR	MSBB19715A1	14033821	Щелковское ш., 250 м после X с СВХ (Di	3x6	A	Щиты 3x6
Москва	RUSS OUTDOOR	MSBB19715A1	14033821	Щелковское ш., 250 м после X с СВХ (Di	3x6	A	Щиты 3x6
Москва	RUSS OUTDOOR	MSBB19715A1	14033821	Щелковское ш., 250 м после X с СВХ (Di	3x6	A	Щиты 3x6
Москва	RUSS OUTDOOR	MSBB19715A1	14033821	Щелковское ш., 250 м после X с СВХ (Di	3x6	A	Щиты 3x6
Москва	RUSS OUTDOOR	MSBB19715A1	14033821	Щелковское ш., 250 м после X с СВХ (Di	3x6	A	Щиты 3x6
Москва	RUSS OUTDOOR	MSBB19715A1	14033821	Щелковское ш., 250 м после X с СВХ (Di	3x6	A	Щиты 3x6
Москва	RUSS OUTDOOR	MSBB19715A1	14033821	Щелковское ш., 250 м после X с СВХ (Di	3x6	A	Щиты 3x6



Эфирная справка

На основе мониторинга 100% эфира цифровых рекламных конструкций

Дата создания отчета: 28.04.2022
Количество страниц: 16

Рекламодатель:
Бренды: МТС, ШАХМАТЫ
Отчетный период:

ASAP, Admetrix statistical and planning system - инструмент для анализа рынка наружной рекламы, исследования конкурентной среды, планирования рекламных кампаний, оценки объемов и динамики рынка.



Узнать больше

admetrixols.com

Эфирная справка

На основе мониторинга 100% эфира цифровых рекламных конструкций



Admetrix statistical and planning system

Общая информация об объемах кампании:

Количество городов:	6
Количество экранов:	327
Количество показов:	2 733 504
Суммарный хронометраж (в секундах):	13 668 058
Количество брендов:	1

Доля вещания для роликов различного хронометража:

	Суммарный хронометраж (в секундах)	Доля от общего хронометража (в секундах)
5 секунд	13 666 870	100,0 %
6 секунд	282	0,0 %
4 секунд	228	0,0 %
98 секунд	98	0,0 %
95 секунд	95	0,0 %
92 секунд	92	0,0 %
78 секунд	78	0,0 %
10 секунд	60	0,0 %
11 секунд	55	0,0 %
8 секунд	48	0,0 %
9 секунд	45	0,0 %
7 секунд	42	0,0 %
38 секунд	38	0,0 %
34 секунд	34	0,0 %
26 секунд	26	0,0 %
12 секунд	24	0,0 %
3 секунд	3	0,0 %

География

	Экранов	Показов	Суммарный хронометраж (в секундах)
Москва	291	2 231 407	11 157 488
Санкт-Петербург	20	241 925	1 209 627
Ростов на Дону	6	81 895	408 046
Екатеринбург	6	81 823	407 615
Воронеж	1	49 731	248 655
Омск	3	47 323	236 707
Итого	327	2 733 504	13 668 058

Отчет составлен в сервисе ASAP на основе мониторинга 100% эфира цифровых рекламных конструкций и по оценке компании AdMetrix
Дата создания отчета 28.04.2022

admetrixols.ru
2 / 16

Эфирная справка

На основе мониторинга 100% эфира цифровых рекламных конструкций



Admetrix statistical and planning system

Форматы

	Экранов	Показов	Суммарный хронометраж (в секундах)
Щиты 3x6	289	2 527 919	12 690 139
Суперсайт	39	195 585	977 928
Итого	327	2 733 504	13 668 058

Продавец

	Экранов	Показов	Суммарный хронометраж (в секундах)
RUSS OUTDOOR	148	2 105 747	10 529 779
GALLERY	179	627 757	3 138 279
Итого	327	2 733 504	13 668 058

География, форматы, продавец

Город	Формат	Продавец	Экранов	Показов	Суммарный хронометраж (в секундах)
Москва	Щиты 3x6	RUSS OUTDOOR	93	1 515 755	7 579 149
Москва	Щиты 3x6	GALLERY	160	529 419	2 647 960
Санкт-Петербург	Щиты 3x6	RUSS OUTDOOR	20	241 925	1 209 627
Москва	Суперсайт	RUSS OUTDOOR	25	169 416	847 080
Ростов на Дону	Щиты 3x6	RUSS OUTDOOR	6	81 895	408 046
Екатеринбург	Щиты 3x6	GALLERY	6	72 178	360 690
Воронеж	Щиты 3x6	RUSS OUTDOOR	1	49 731	248 655
Омск	Щиты 3x6	RUSS OUTDOOR	3	47 323	236 707
Москва	Суперсайт	GALLERY	13	16 822	84 110
Екатеринбург	Суперсайт	GALLERY	1	9 345	46 725
Итого			327	2 733 504	13 668 058

Адресная программа

Город	Продавец	GUID	Формат	Адрес	Показов	Суммарный хронометраж (в секундах)	Доля от общего суммарного вещания
Воронеж	RUSS OUTDOOR	VR880100361	Щиты 3x6	Ленин-Строительная ул., д. 161 / Героя Сибирского ул. (Digital)	49 731	248 655	32,9 %
Москва	GALLERY	MOS2683A79GD8	Щиты 3x6	Волгоградский пр-т, д. 4, стр. 16, (по Остаповскому пр-ту)	19 668	95 940	12,3 %
Москва	GALLERY	MOS2681A10GD8	Щиты 3x6	Борисовские Пруды ул., д. 7, к/в (поз. 2)	18 634	93 520	12,0 %

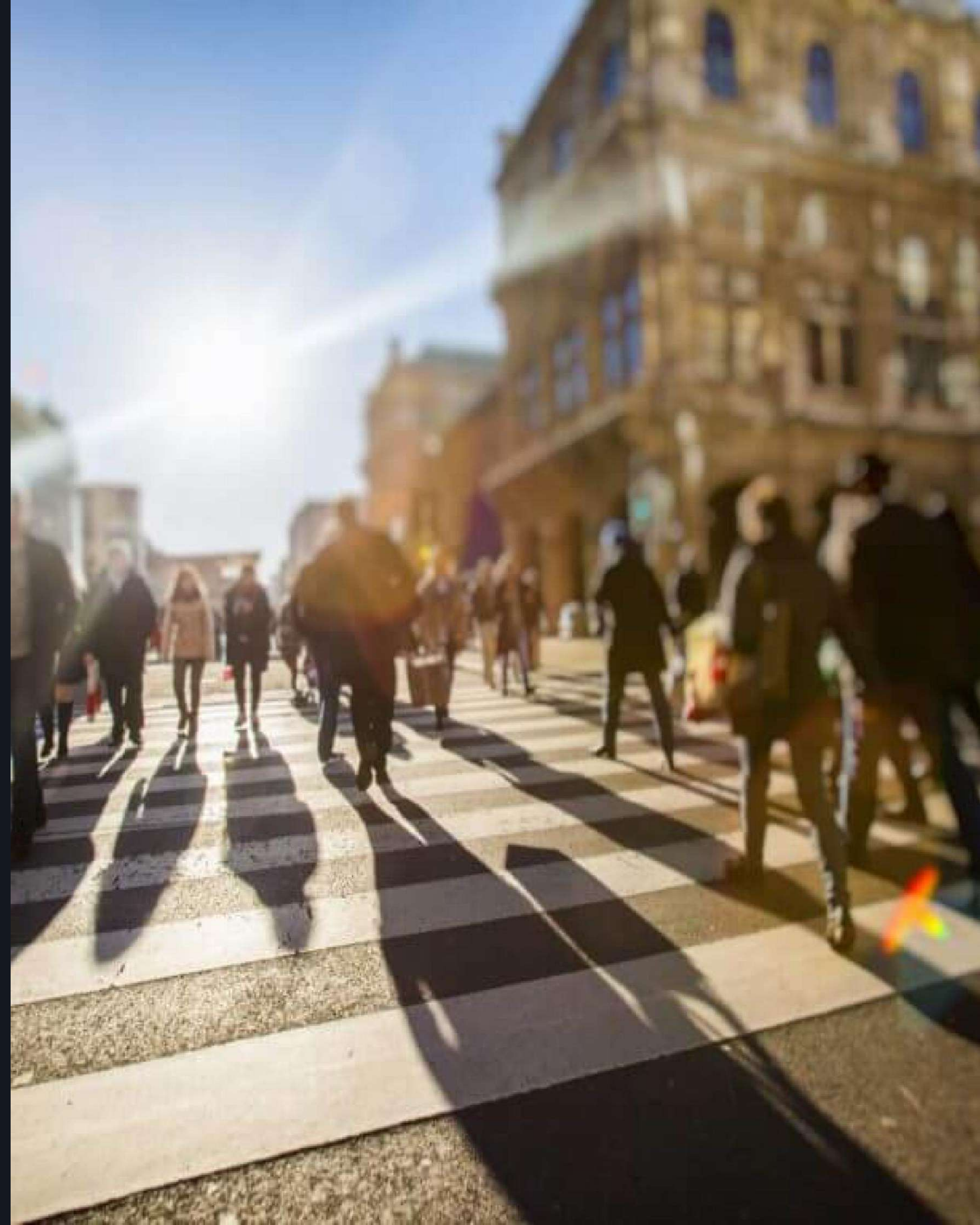
Отчет составлен в сервисе ASAP на основе мониторинга 100% эфира цифровых рекламных конструкций и по оценке компании AdMetrix
Дата создания отчета 28.04.2022

admetrixols.ru
3 / 16

Существенные доработки

На основе обратной связи пользователей

1. Функция расчетов для нестандартных циклических digital-кампаний
2. ASAP - новый раздел для работы с данными мониторинга 100% эфира цифровых конструкций (картография)
3. **API - передача креативов и данных по дням/по часам**





Digital ООН

**Новые источники данных для измерений
объемов аудитории каждого выхода**

УЧАСТНИКИ:

Алексей Костин, ПИК

Марина Сурыгина, Gallery

Никита Мосеев, РИМ Mediagroup

Данные WiFi отражают реальное долевое распределение аудитории в течение суток



Доступность данных WiFi позволит нам в ближайшее время - ориентировочно в июле-августе 2022 года - разработать методологию расчета объема аудитории (OTS) каждого выхода и вывести на рынок новые данные

При каких условиях данные WiFi могут участвовать в расчете OTS каждого выхода

1. Оператор является клиентом Admetrix (по расчетам OTS и GRP)
2. Оператор передает в Admetrix исходные потоковые данные с WiFi-“ловушек”
3. Проверка и сопоставление на стороне Admetrix данных с WiFi-“ловушек” с другими данными (верификация)
4. Перевзвешивание суммарного OTS за месяц (из стандартной индустриальной поставки) на долевое распределения кол-ва зафиксированных устройств в течение месяца > каждого дня в месяце > каждого часа в сутках > каждого выхода
5. Показатель OTS каждого выхода как результат измерений Admetrix, ежемесячные индустриальные поставки

Мы начали тестирование данных и описание методологии



Digital (Outdoor)

Digital Brand Day
17 мая 2022