

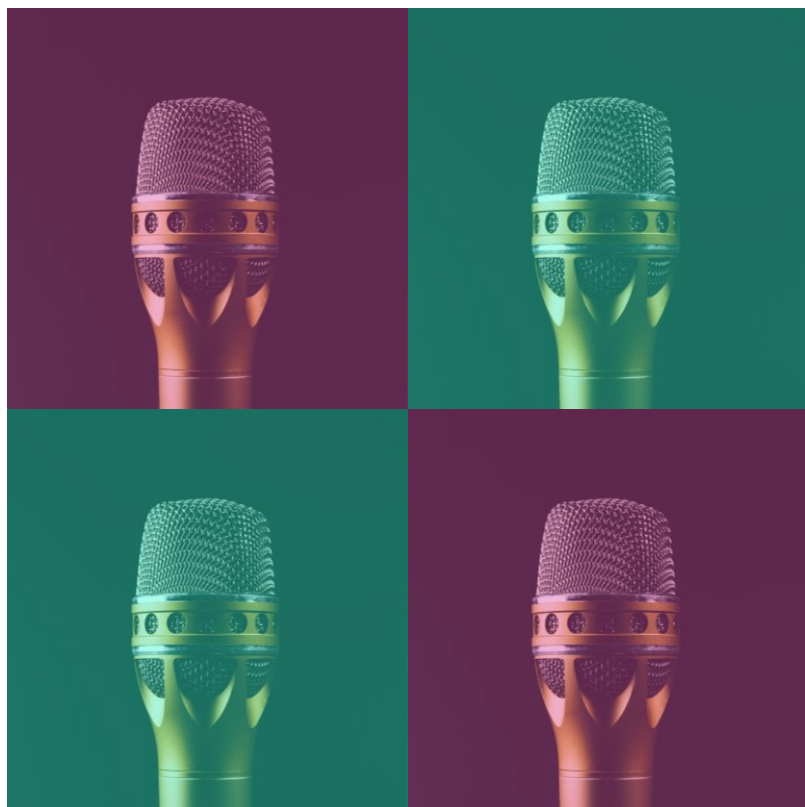
ORO

Медиавзгляд



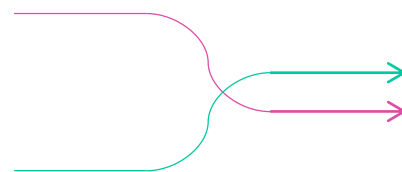
2023

О проекте Медиавзгляд



KANTAR

Getting Media Right
Мнение профессионалов



AdReaction
Мнение обычных людей

Media Reactions

2020

ORO

Медиавзгляд

2023

ORO

После потрясений 2022 эксперты рынка смотрят в будущее с оптимизмом

Увеличили бюджет в этом году

Планируют увеличить в следующем

2023

32%

50%

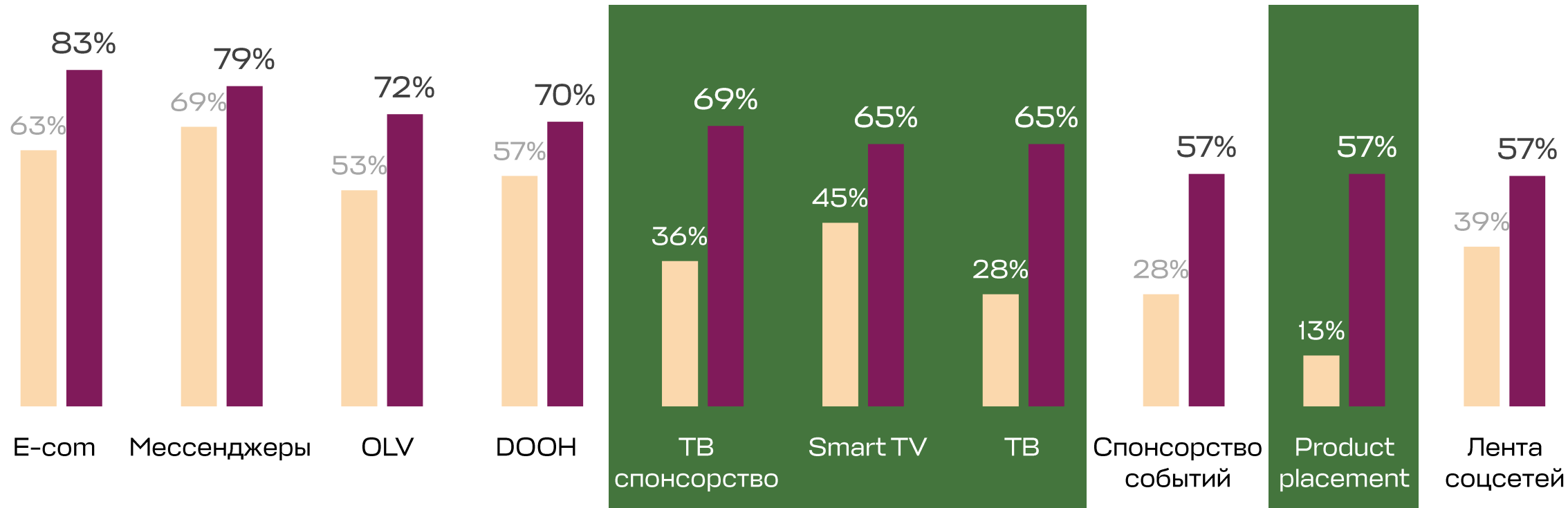
2021

43%

41%

*Среднее по всем медиа

Рост бюджетов ожидается на e-com, мессенджеры, размещение в Интернете и ТВ-форматы

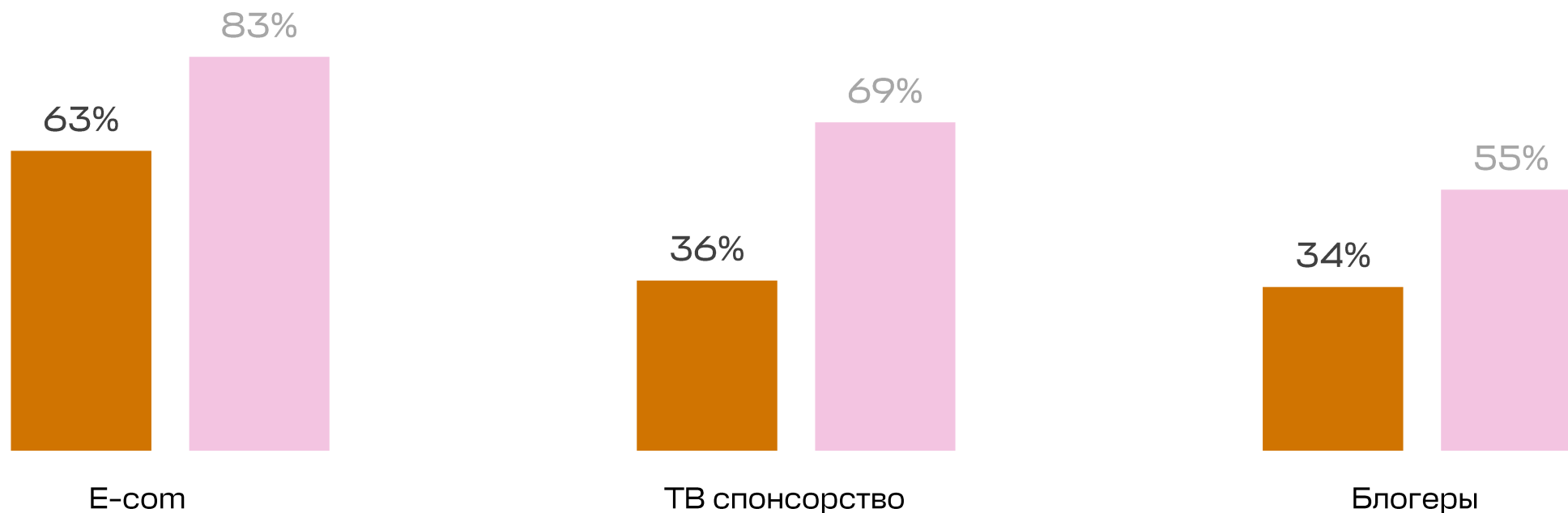


Рекламодатели, которые...

■ планируют увеличить бюджет в 2024

■ увеличили бюджет в 2023

Некоторые форматы продолжают активно расти и в следующем году



Рекламодатели, которые...

планируют увеличить бюджет в 2024

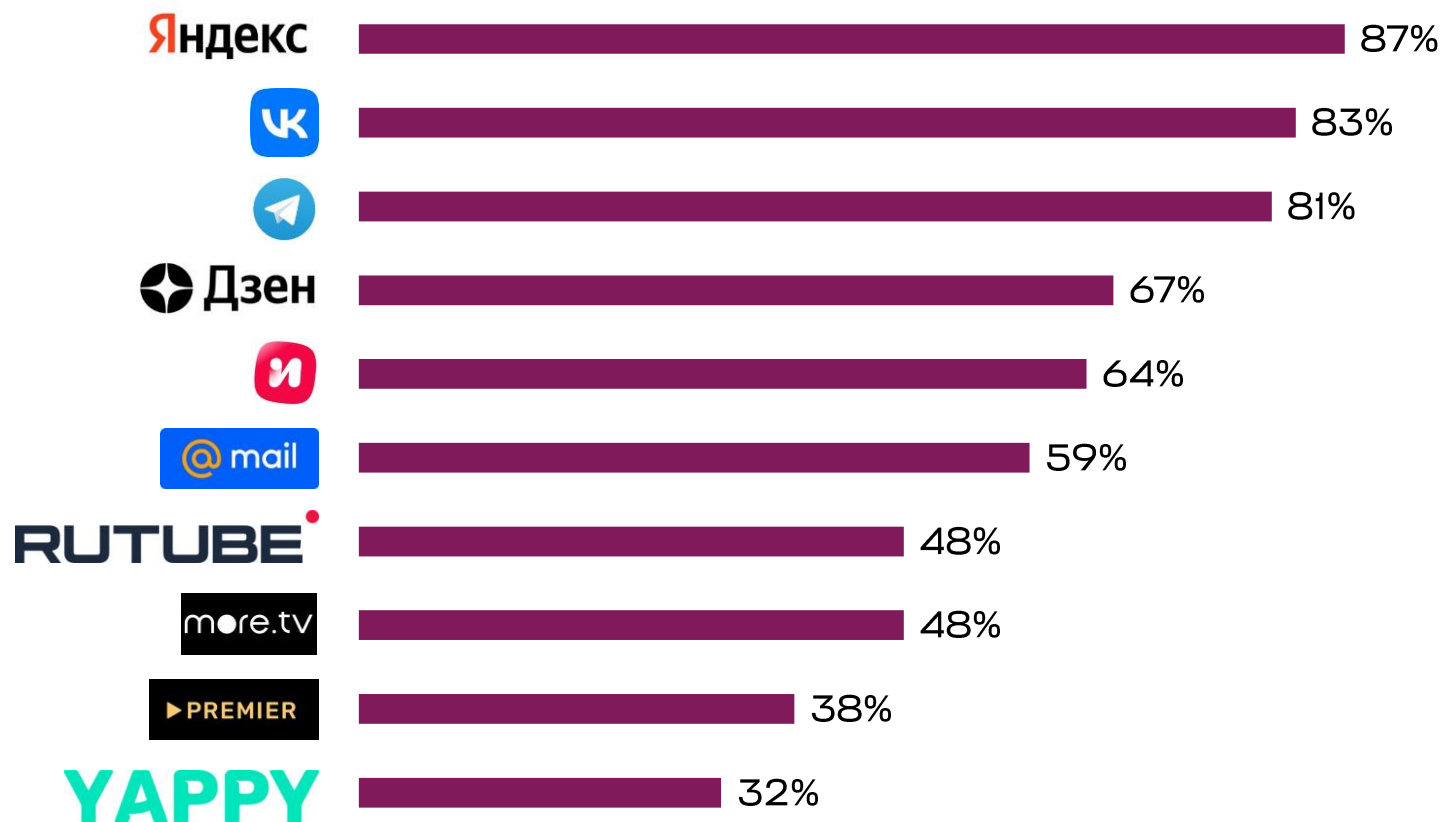
увеличили бюджет в 2023

ORO

*Ожидания роста в 2024 не менее 20%

Специалисты интересуются возможностями российских площадок, но пока присматриваются к «новичкам»

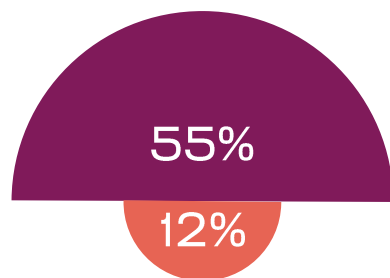
Топ-10 диджитал-медиа по прогнозируемому росту бюджетов в 2024



Вслед за аудиторией эксперты рынка отдают предпочтения развлекательным видео-платформам и каналам, опасаясь новостной повестки



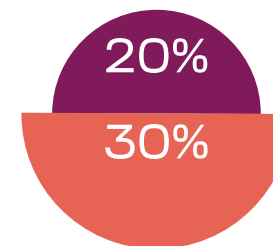
Развлекательные
ТВ-каналы и VOD



В 2024 планируют:

увеличить бюджет
уменьшить бюджет

Новостные
ТВ-каналы и сайты



DOOH популярный формат и среди экспертов, и среди потребителей, хотя первые более открыты новому

Топ-5 по позитивному отношению к рекламе в медиа

Рейтинг	Профессионалы	Потребители
1	DOOH	Спонсорство событий
2	OLV	DOOH
3	Спонсорство событий	POS
4	E-com	OOH
5	ТВ	Журналы

ТВ и ООН стали залогом надежности, социальным сетям предстоит вернуть доверие рынка

Надежные



Инновационные



Вызовы последних лет придали уверенности рынку в построении оптимального баланса

Уверены, что используют оптимальный...

медиамикс

баланс между построением бренда и performance-маркетингом

2023

88%

82%

2021

74%

56%



Но фокус сместился на краткосрочную эффективность – нужны результаты здесь и сейчас

Факторы влияния на распределение медиабюджета по каналам



Основные вызовы также связаны с эффективностью

Основные вызовы 2023-2024
[Топ-3]

Рост стоимости
размещения

44%

Оценка эффективности

44%

Ограниченность
бюджетов

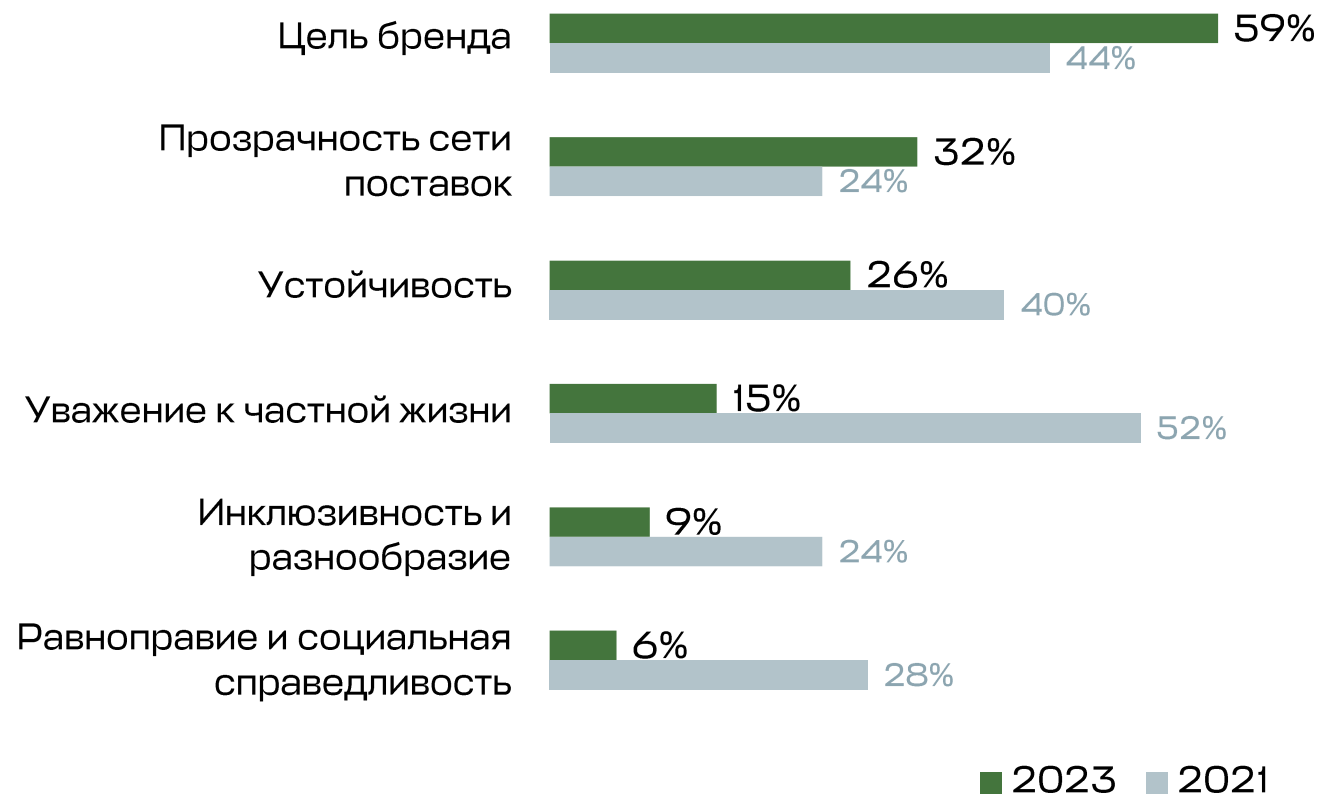
41%



Каждого третьего эксперта волнует маркировка диджитал-рекламы
Каждого четвертого – brand-safety

Социальная повестка ушла на второй план, а вот задачи по построению бренда остаются актуальными

Влияние на медиастратегию и инвестиции



A photograph of a city street at sunset. The sun is low on the horizon, creating a strong orange and yellow glow that silhouettes the buildings and pedestrians. A yellow banner is overlaid across the middle of the image, containing the text 'Svetlana.Popova@oro.moscow'. The 'ORO' logo is in the top left corner. The street is filled with people walking and cars, with a yellow taxi visible on the right.

ORO

Svetlana.Popova@oro.moscow