

# Конференция TV2B

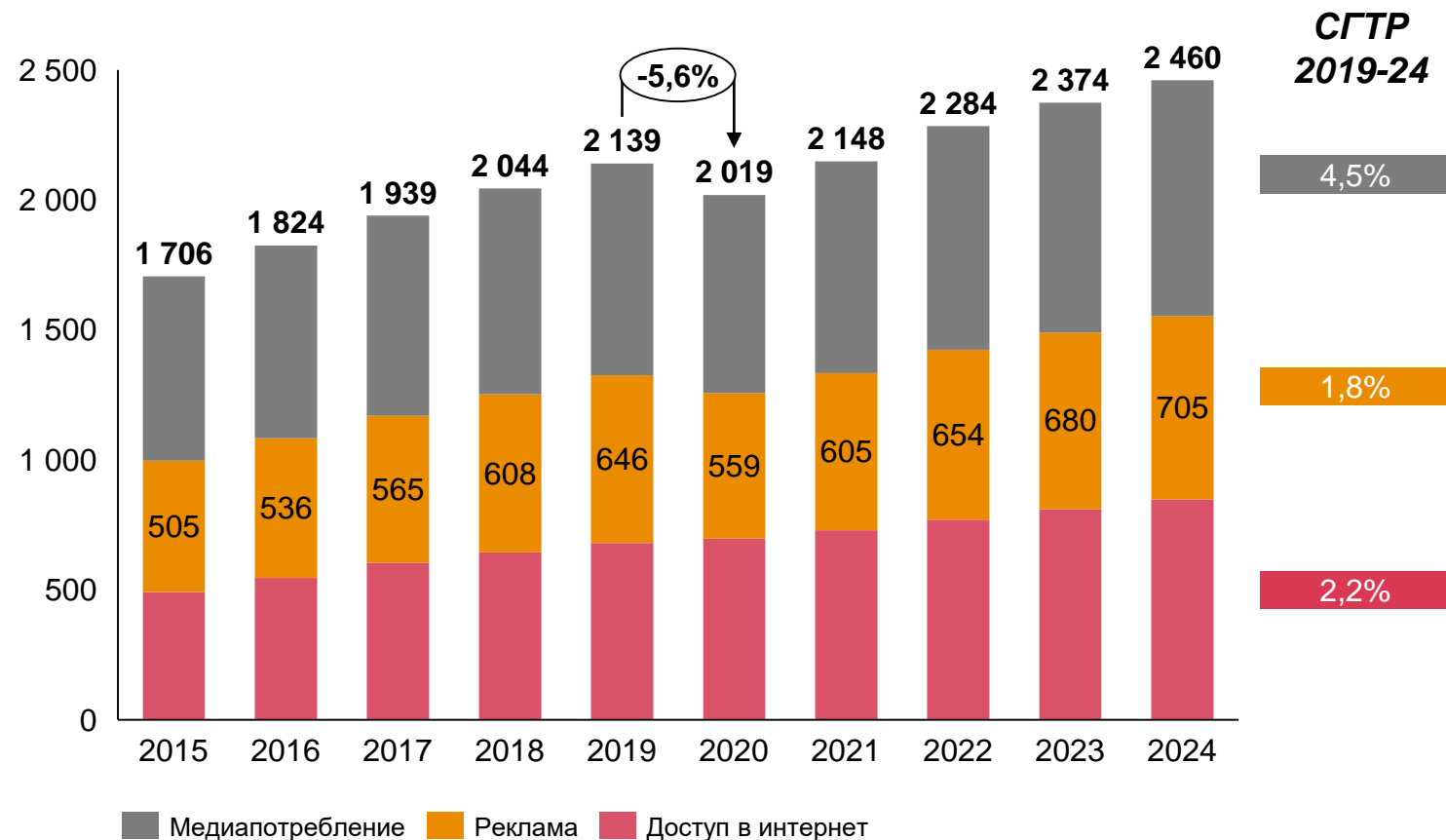
## Итоги исследования рынка ТВ рекламы

Александр Кардаш  
Директор, практика по оказанию консультационных услуг  
компаниям в области медиа и развлечений



# Пандемия COVID-19 больше всего сказалась на мировом рынке рекламы – он сократится на 13,4% в 2020 г.

Динамика объема индустрии M&E по категориям, 2015–2 024, млрд долл.

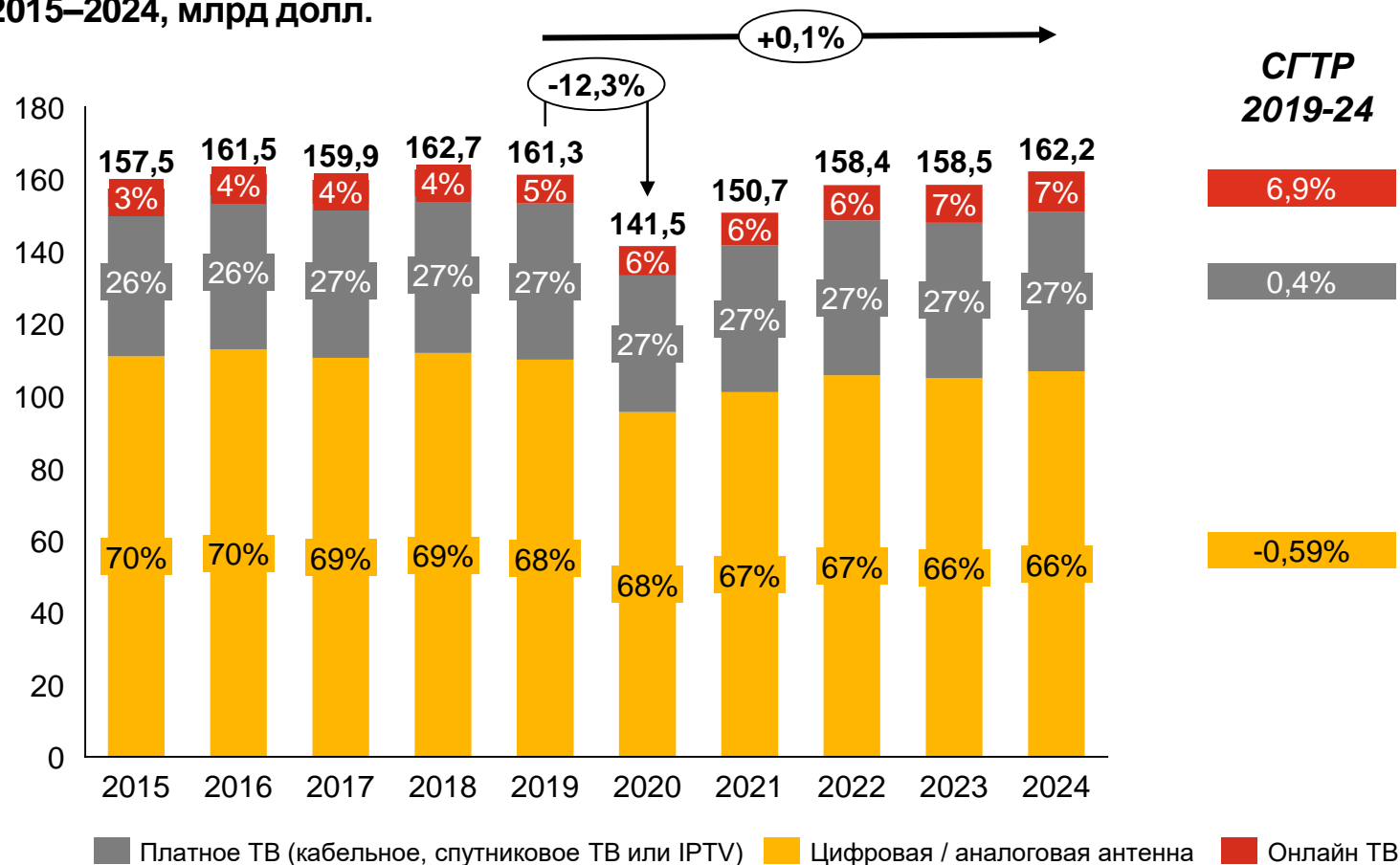


## Комментарии

- В 2020 году ожидается снижение рекламной выручки на 13,4% или 559,5 млрд долл.
- Восстановление рынка до значений pre-COVID-19 прогнозируется в 2021 году.
- Объем рынка интернет-рекламы сократился меньше других сегментов рекламы – на 2,6%.
- Самые значительные сокращения рекламных доходов будут происходить в сегментах печатной рекламы, наружной рекламы и рекламы в кинотеатрах.

# Глобальный рынок ТВ-рекламы будет стабилен до 2024 г., единственный растущий сегмент – реклама в онлайн-ТВ

Динамика объема глобального рынка ТВ-рекламы,  
2015–2024, млрд долл.

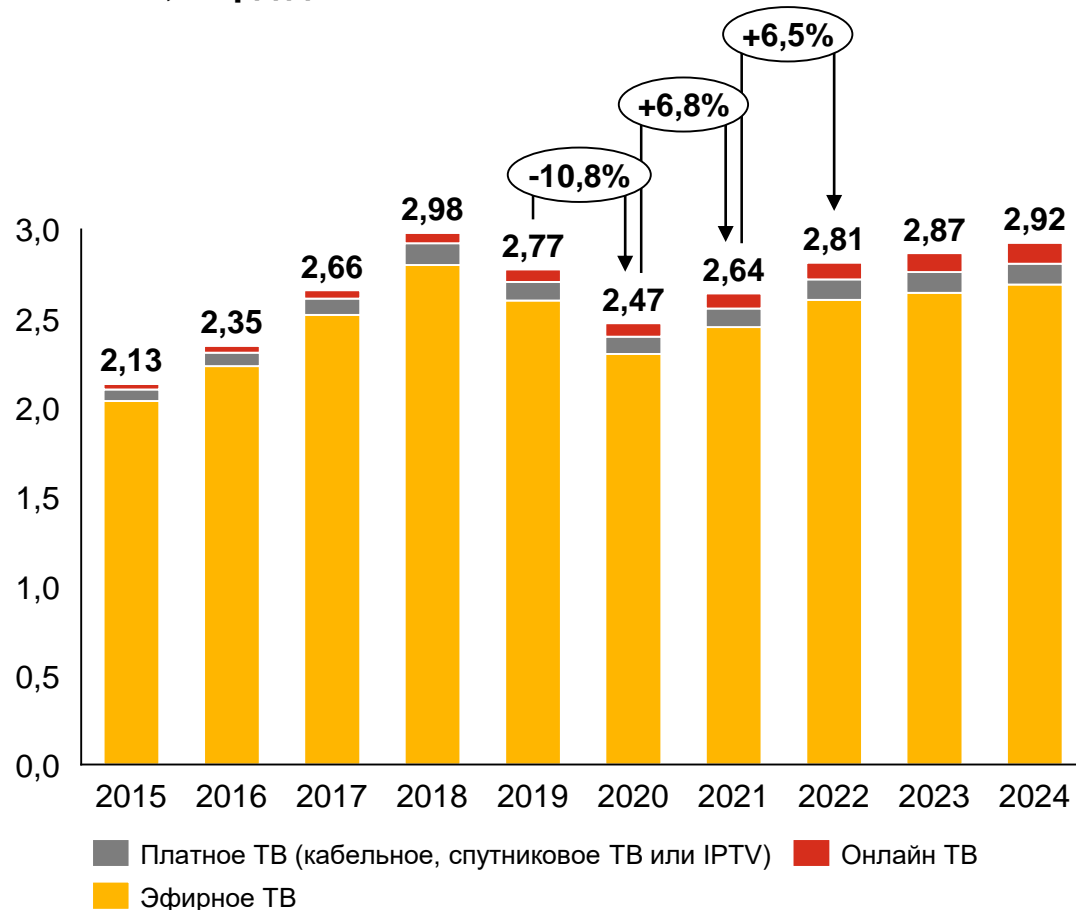


## Комментарии

- В 2020 году ожидается падение рынка ТВ-рекламы на 12,3% до 141 млрд долл.
- СГТР 2019 – 2024 составит 0,1%
- Объем рынка вернется к показателям 2019 году только к 2024 году
- Реклама в онлайн-ТВ – единственный растущий сегмент

# Российский рынок ТВ-рекламы в 2020 г. снизится на 10,8% и вернется на уровень 2019 г. только через 2 года

Динамика объема российского рынка ТВ-рекламы, 2015–2024, млрд долл.



**СГТР  
2019-24**

10,7%

2,6%

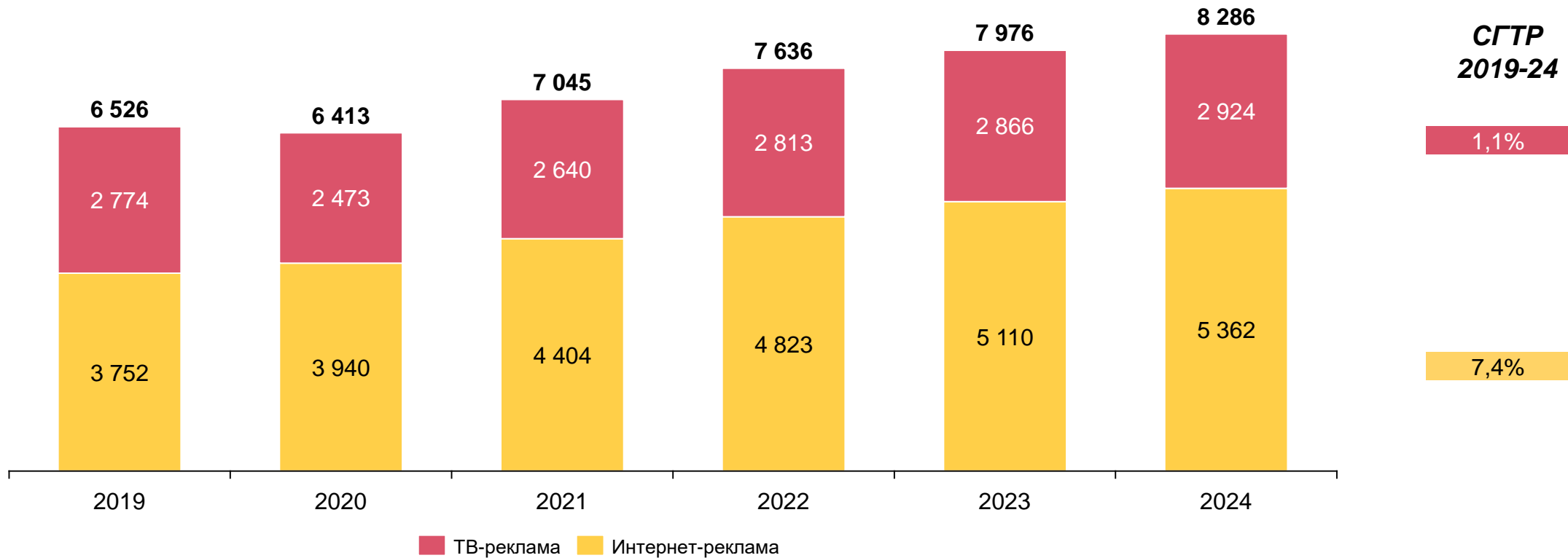
0,7%

Изменение российского рынка ТВ рекламы в сравнении с другими странами, млрд долл, %

	2019	2020
Россия	2 774	2 473 -10,8%
СЕЕ	5 782	5 209 -9,9%
США	70 396	62 257 -11,6%
Канада	2 719	2 392 -12,0%
Германия	5 272	4 567 -13,4%
Франция	4 026	3 340 -17,0%
Великобритания	5 105	4 168 -18,3%
Мировой рынок	161 309	141 527 -12%

# Рекламодатели стремятся в интернет, но ТВ-реклама остается важной частью медиамикса

Темпы роста российского рынка ТВ-рекламы и интернет-рекламы, 2019–2024, млрд долл.



# Реклама на ТВ меняется – технологии addressable TV уже не миф, а новая реальность

## Опрос FreeWheel (Comcast)

- **96%** видят запрос от ТВ-аудитории в более таргетированной и персонализированной рекламе.
- **26%** бродкастеров рассматривают возможность интеграции addressable TV в свои сервисы.
- **68%** маркетологов Великобритании считают, что половина ТВ-рекламы будет формата addressable TV через 5 лет.
- **80%** рекламодателей Comcast планируют протестировать programmatic рекламу в следующем году.
- Игроки медиарынка, которые уже предлагают addressable TV решения: Comcast Corp, AT&T's Xandr, Dish Network, Charter Communications, Cox Communications, Verizon, WarnerMedia, NBCUniversal, Discovery, AMC Networks.

## Исследование Sky Media

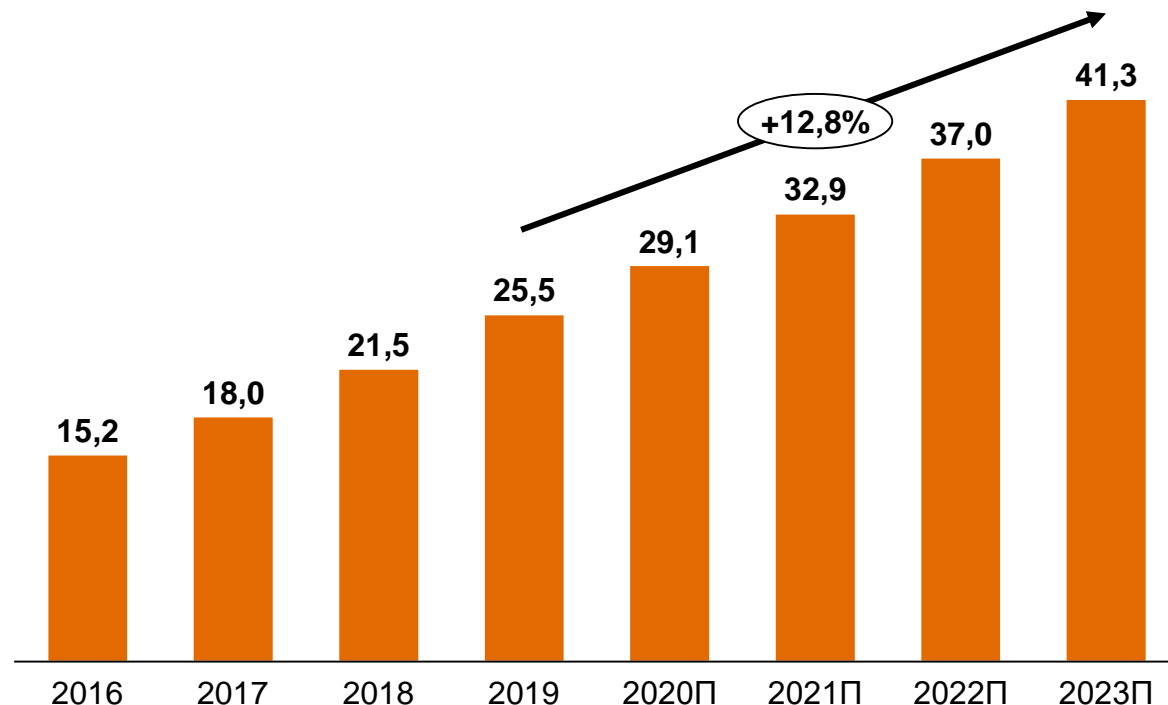
*SKY Media провели исследование эффективности addressable TV на основе данных 130 рекламных кампаний, которые охватили аудиторию более 300 000 человек и 350 различных целевых сегментов в течение 5 лет*

### *Ключевые результаты:*

- Снижение вероятности переключения канала на 48%
- Увеличение вовлеченности в рекламу +35%
- Увеличение позитивного отношения к рекламе +10%
- Эмоциональный отклик на рекламное сообщение +13%
- Спонтанное знание рекламы +10%
- Спонтанное знание бренда +4%
- Увеличение коммерческих метрик для брендов, которые впервые размещали рекламу на ТВ +20%

# Высокое проникновение Smart TV в России (39%) открывает новые возможности для рекламодателей и селлеров

Динамика наличного парка Smart TV в России, млн шт.

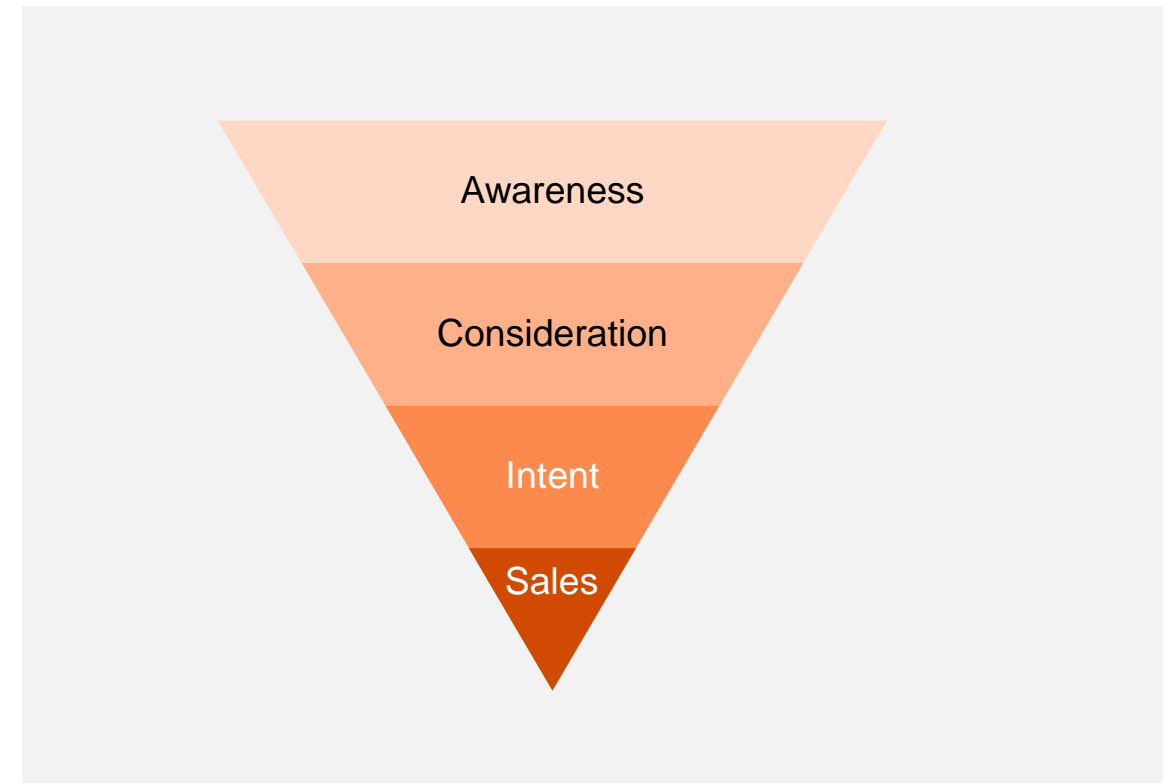
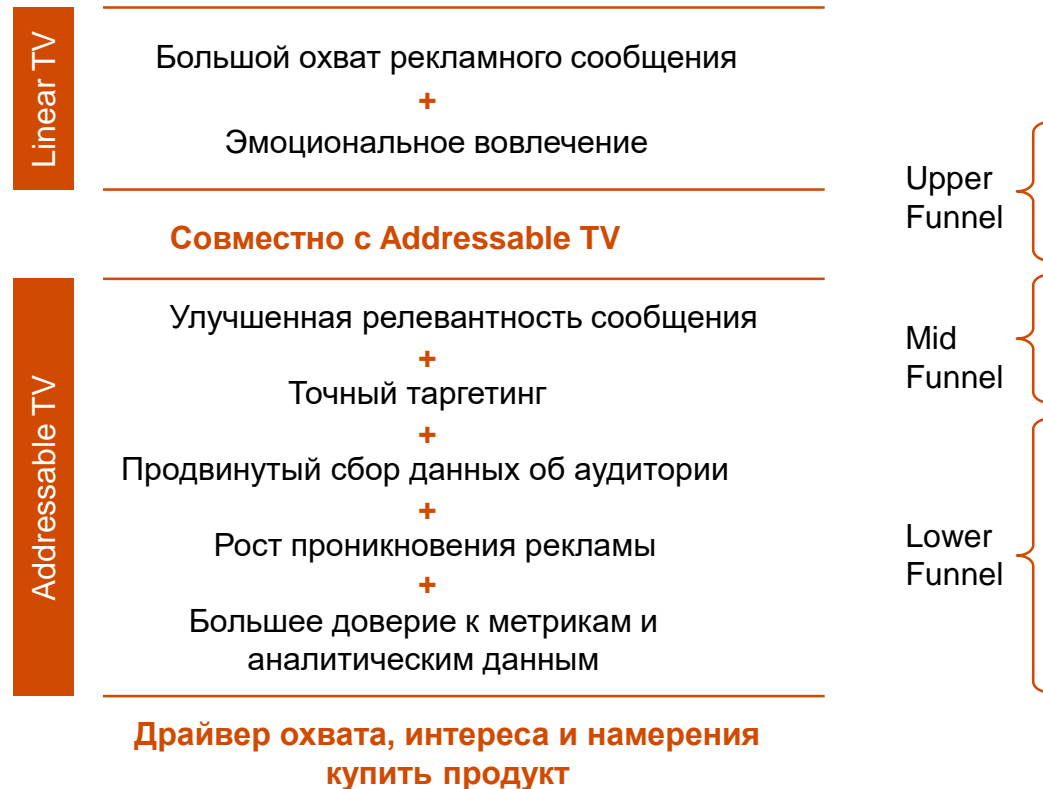


## Комментарии

- Количество Smart TV в России в 2019 году выросло на 18,6% и составило 25,5 млн устройств, а проникновение составило 39%
- Smart TV и другие подключаемые устройства (Connected TV) открывают новые возможности для таргетинга рекламы и измерения аудитории
- Ряд исследований показывает, что аудитория Smart TV чаще досматривает рекламу, чем традиционная ТВ-аудитория

# Совместное использование таргетированной ТВ-рекламы с традиционной позволяет коммуницировать с потребителем по всей маркетинговой воронке

## Выгода от использования традиционной ТВ-рекламы вместе с таргетированной рекламой





# Спасибо за внимание!

PwC в России ([www.pwc.ru](http://www.pwc.ru)) предоставляет услуги в области аудита и бизнес-консультирования, а также налоговые и юридические услуги компаниям разных отраслей. В офисах PwC в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Казани, Новосибирске, Ростове-на-Дону, Краснодаре, Воронеже, Владикавказе и Уфе работают более 2 500 специалистов. Мы используем свои знания, богатый опыт и творческий подход для разработки практических советов и решений, открывающих новые перспективы для бизнеса. Глобальная сеть фирм PwC объединяет более 223 000 сотрудников в 157 странах.

Под "PwC" понимается Общество с ограниченной ответственностью "ПрайсвотерхаусКуперс Консультирование" или, в зависимости от контекста, другие фирмы, входящие в глобальную сеть PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL). Каждая фирма сети является самостоятельным юридическим лицом.

© 2020 Общество с ограниченной ответственностью "ПрайсвотерхаусКуперс Консультирование". Все права защищены.