

Рынок интернет-рекламы в 2020 году

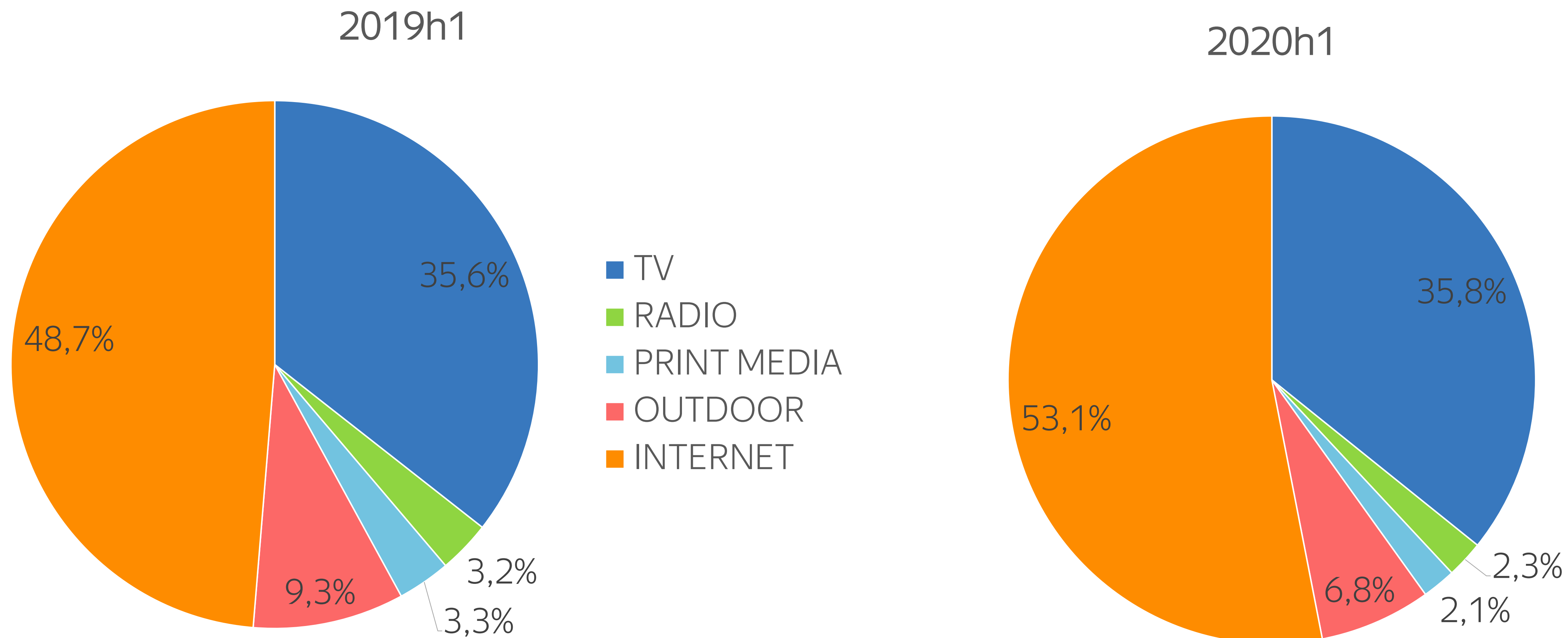
# Объём рекламы в средствах её распространения

в первом полугодии 2020 года

Сегменты	1Н2020, млрд. руб.	Динамика, %
Телевидение	73,4 - 74,4	-9%
Радио	4,5 - 4,6	-37%
Пресса	4,1 - 4,2	-44%
Out of Home	14,5 - 14,9	-30%
Интернет	108,0 - 109,0	-1%
<b>Итого</b>	<b>205,0 - 207,0</b>	<b>-9%</b>

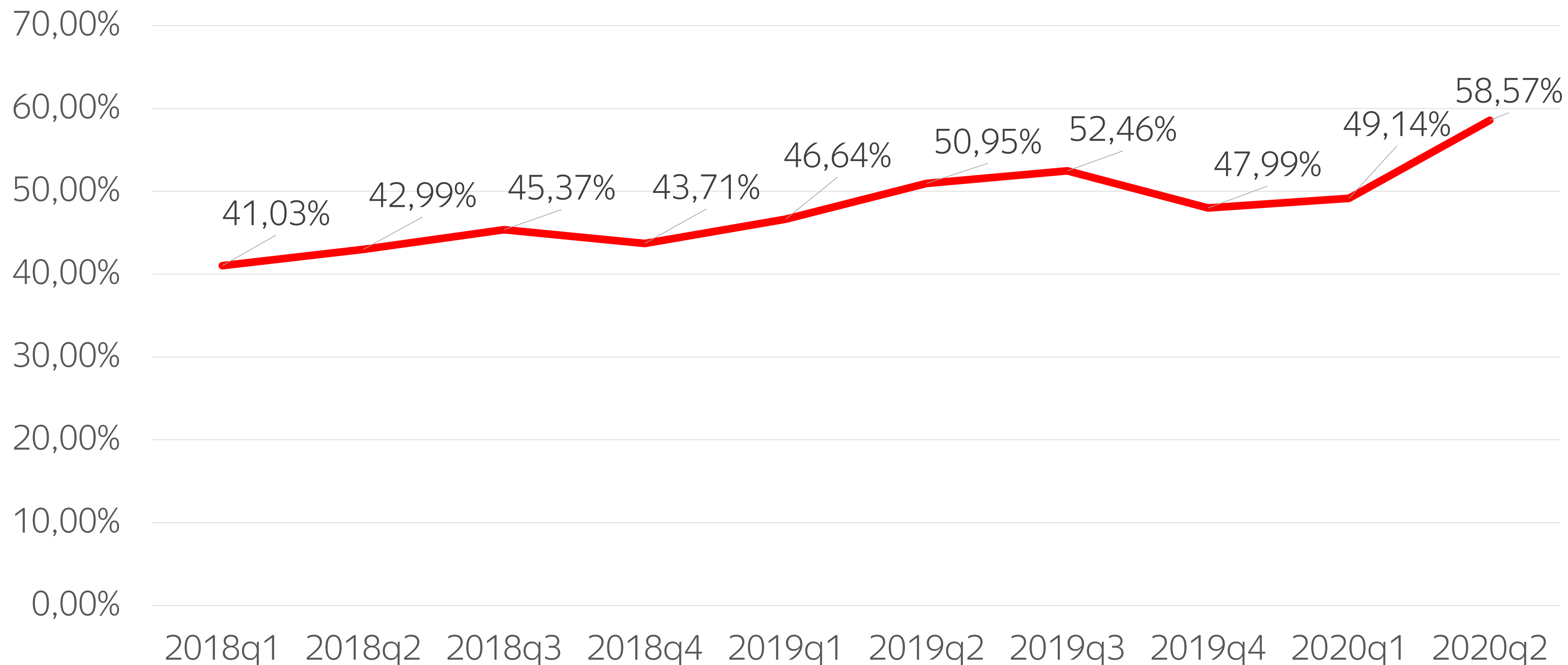
Источник: АКАР

# Доли сегментов рынка рекламы в России



Источники: АКАР, IAB Russia

# Динамика доли интернет-рекламы в России

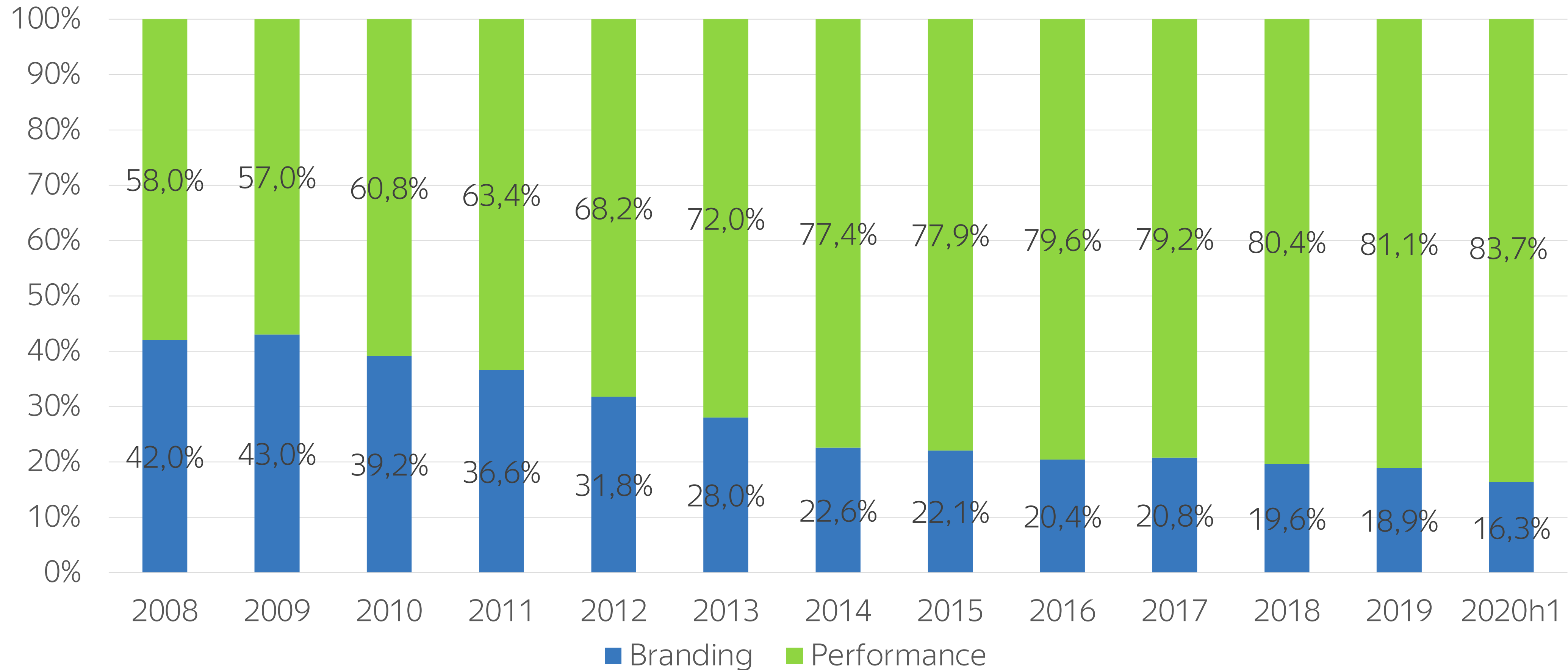


Источники: АКАР, IAB Russia

## Оценка российского рынка digital за первое полугодие 2020 года

РЫНОК 2020 ПЕРВОЕ ПОЛУГОДИЕ (МЛРД. РУБ.)	1H2019	YoY	1H2020
Branding	19.55	-16...-8%	16.4...17.9
Banners	11.8	-23%	9.1
Video	7.75	-6...+13%	7.3...8.8
Instream	5.9	-15...+10%	5.0...6.5
Outstream	1.85	24%	2.3
Performance	91.3	0%	91.6
Cpx	44.1	2%	45.1
Search	47.2	-1%	46.5
<b>Total</b>	<b>110.85</b>	<b>-2.6...-1.2%</b>	<b>108...109.5</b>

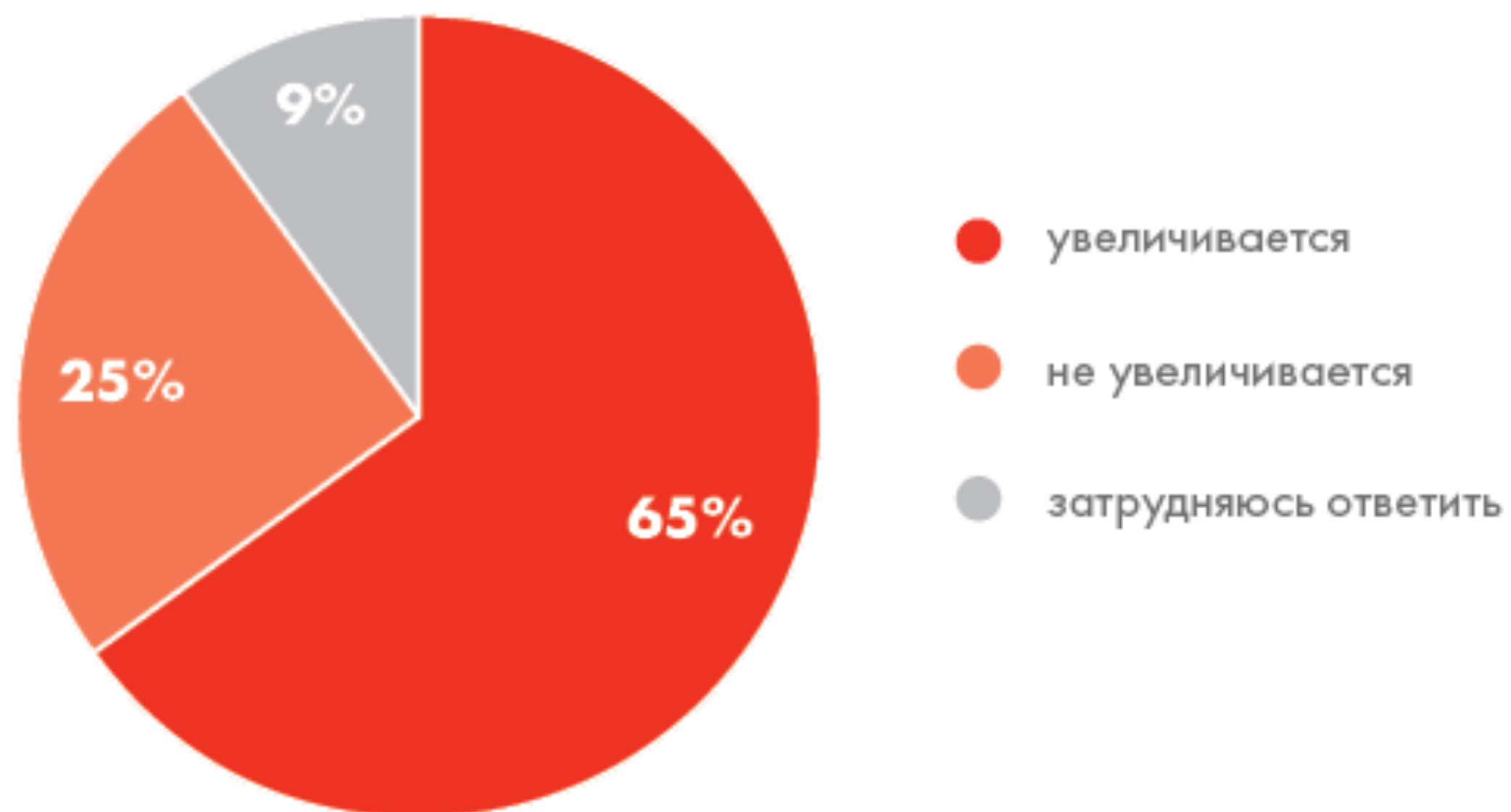
# Интернет реклама в России: performance vs. branding



Источник: IAB Russia

# IAB Russia Digital Advertisers Barometer – 2020

Как меняется доля интерактивной рекламы в рекламном бюджете Вашего бренда в 2020 году?



Каковы основные причины и драйверы увеличения доли интерактивной рекламы в рекламном бюджете вашего бренда?

Пандемия CoVID-19	35%
Богатый выбор целевых аудиторий	27%
Увеличение количества времени, которое люди проводят онлайн	24%
Развитие видеорекламных форматов	24%
Возможности адресного размещения рекламы, включая ремаркетинг	21%
Хорошие возможности по измерению результатов вложений в интерактивную рекламу	19%
Возможности динамического таргетинга	18%
Снижение эффективности оффлайн рекламы	15%
Возможности интеграции онлайн и оффлайн рекламных кампаний, например, Digital Out-of-Home	13%
Дороговизна оффлайновой рекламы	13%
Возможности гиперлокального таргетинга	11%
Дешевизна интерактивной рекламы	10%
Необходимость размещать более конверсионную рекламу	10%