

# ИССЛЕДОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РЕКЛАМНОГО РЫНКА 2022: АГЕНТСТВА И АМБАССАДОРЫ

Москва  
Ноябрь 2022

АКАР

АССОЦИАЦИЯ  
КОММУНИКАЦИОННЫХ  
АГЕНТСТВ РОССИИ

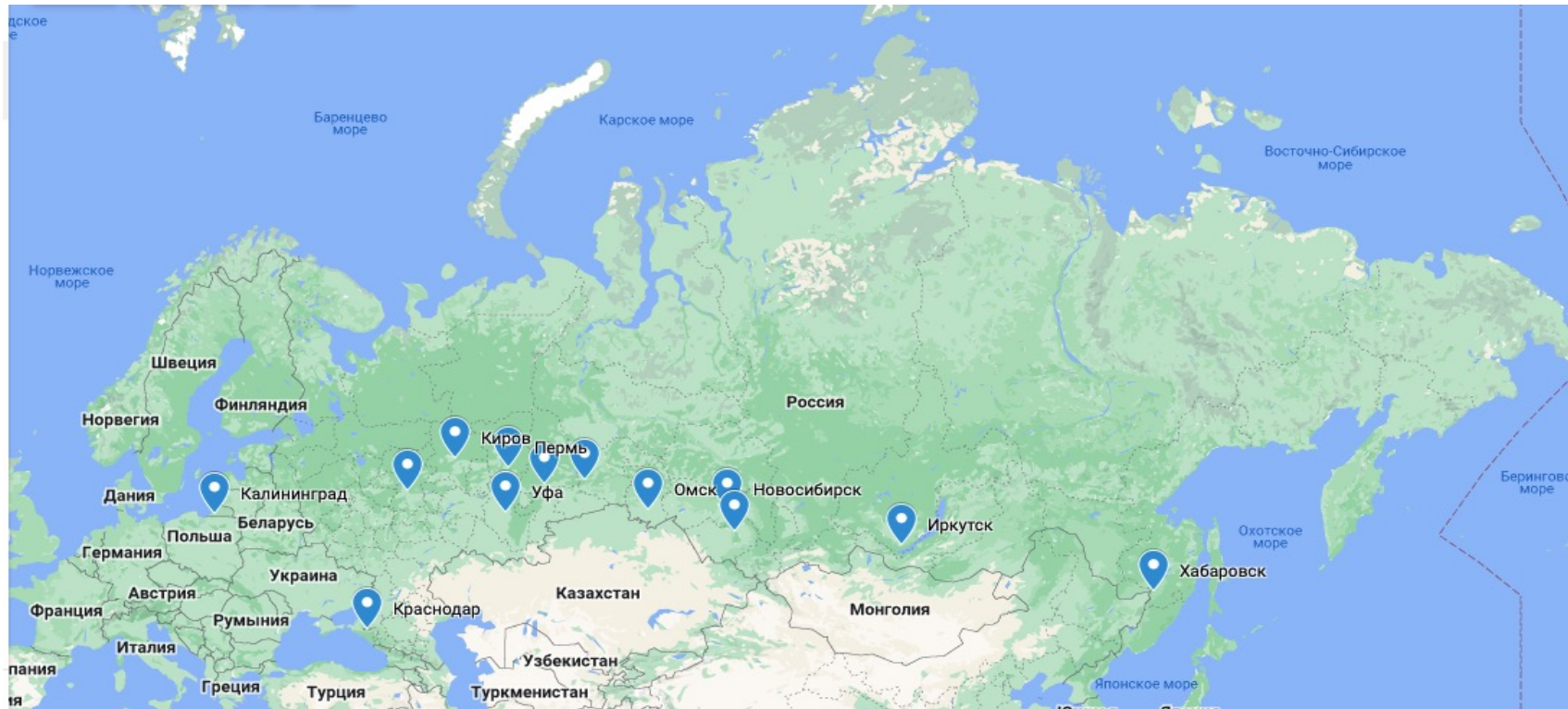
# Методология и статистика исследования

Методология:	электронный анонимный опрос CAWI;
Программное обеспечение:	лицензионное ПО Alchemer;
Респонденты	региональные рекламные агентства и амбассадоры АКАР*;
Разработка анкеты:	ИЦ АКАР/АРИР/РАМУ (бумажный и электронный вариант);
Распространение анкеты:	Комиссия по региональному развитию АКАР;
Обработка данных:	ИЦ АКАР/АРИР/РАМУ (65 анкет);
Презентация данных:	Комиссия по региональному развитию АКАР;
Разработка, утверждение анкеты:	17 октября – 20 октября 2022;
Программирование анкеты:	21 октября;
Распространение анкеты:	24 октября – 4 ноября 2022;
Обработка полученных данных:	7 ноября 2022;
Подготовка отчета:	8 ноября 2022.

\* - Амбассадор АКАР - представитель АКАР, основной миссией которого является защита интересов ассоциации и реализация ее целей и задач по месту своего нахождения.

# География исследования

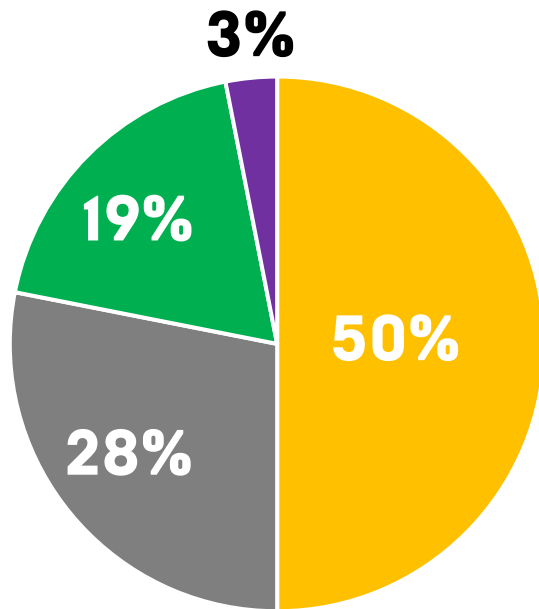
**В каком городе  
расположен головной  
офис Вашей компании?**



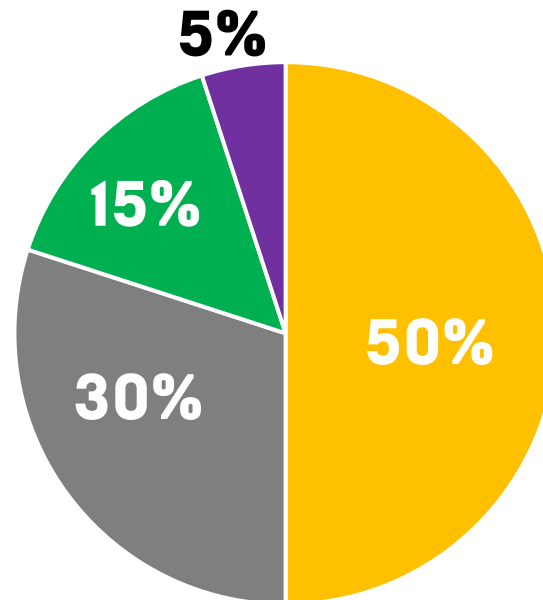
- Барнаул
- Екатеринбург
- Иркутск
- Калининград
- Киров
- Краснодар
- Красноярск
- Нижний Новгород
- Новосибирск
- Омск
- Пермь
- Тюмень
- Уфа
- Хабаровск

# Как Вы оцениваете текущее состояние российского рекламного рынка?

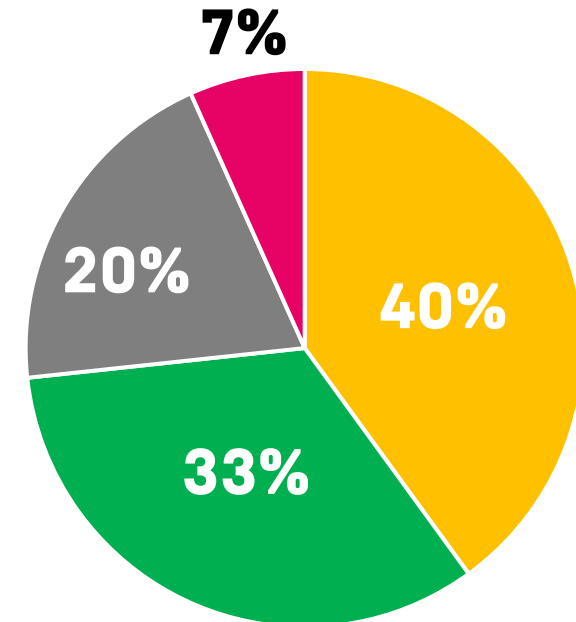
Все респонденты



Рекламные агентства



Амбассадоры АКАР\*

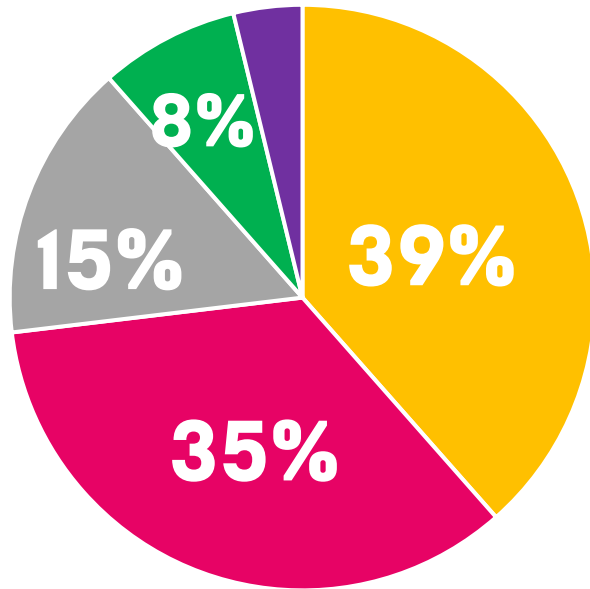


- Крайне негативно (текущий кризис полностью сократил рекламную активность)
- Негативно (текущий кризис значительно сократил рекламную активность)
- Нейтрально (текущий кризис не отразился на состоянии рекламного рынка)
- Позитивно (текущий кризис может позволить увеличить рекламную активность)
- Крайне позитивно (текущий кризис приведет к значительному росту рекламной активности)

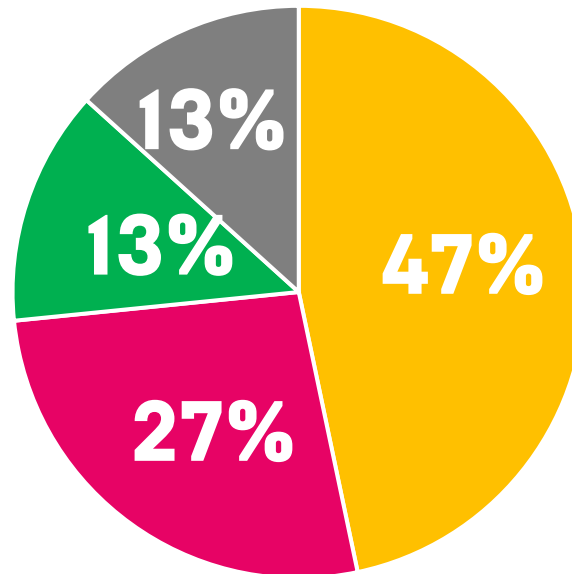
\* - Амбассадор АКАР - представитель АКАР, основной миссией которого является защита интересов ассоциации и реализация ее целей и задач по месту своего нахождения.

# Как Вы оцениваете перспективы регионального рекламного рынка РФ в 2023 году?

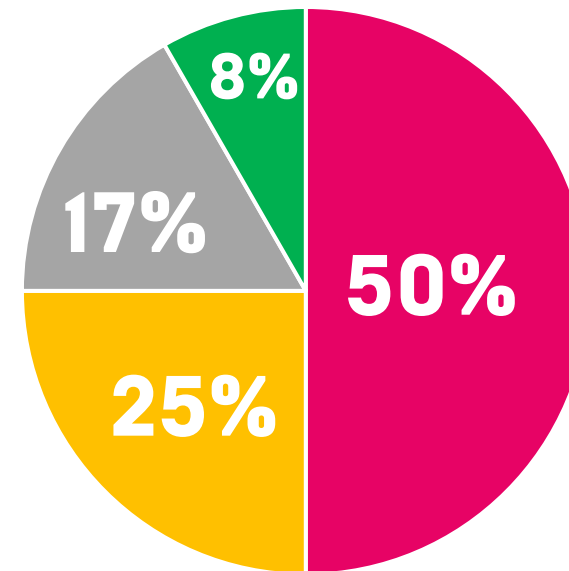
Все респонденты  
4%



Рекламные агентства



Амбассадоры АКАР

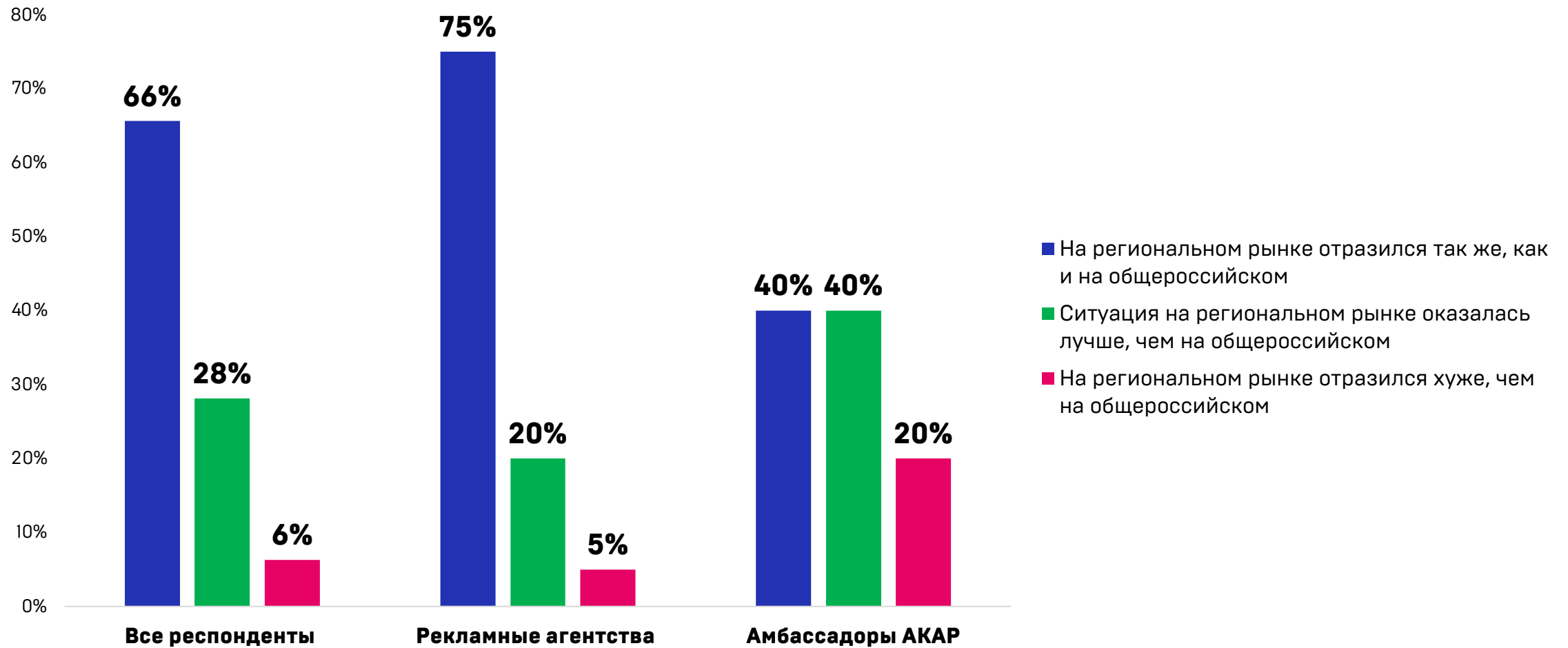


- Рекламный рынок продолжит падение
- Рекламный рынок стабилизируется по итогам 2022 года
- Затрудняюсь ответить
- Рекламный рынок начнет расти по итогам 2022 года
- Другое

## Другое (укажите)

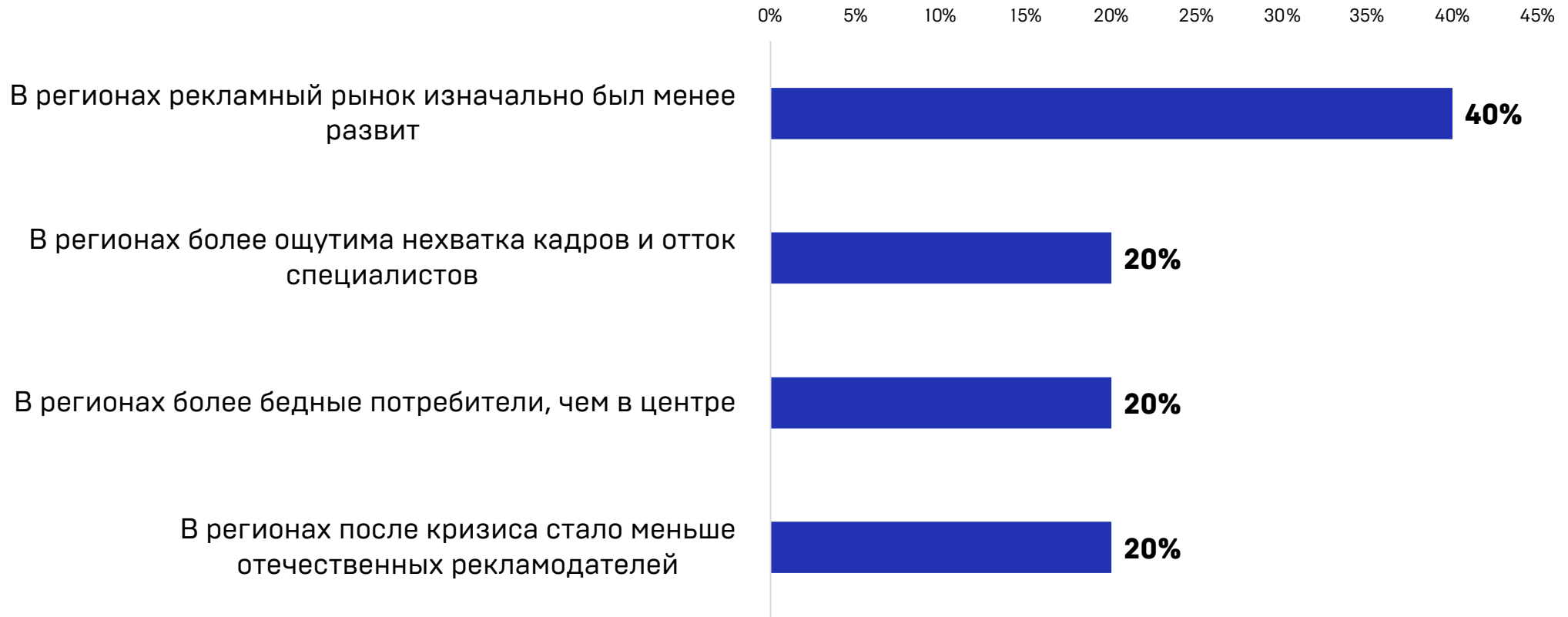
Сложно оценивать ситуацию, когда все настолько сильно зависит от внешних факторов. Бизнес продолжает работу, но очень многие приостановили разработку брендинговых стратегий на запуск продукта хотя бы до марта.

# Как Вы оцениваете текущее состояние российского рекламного рынка?



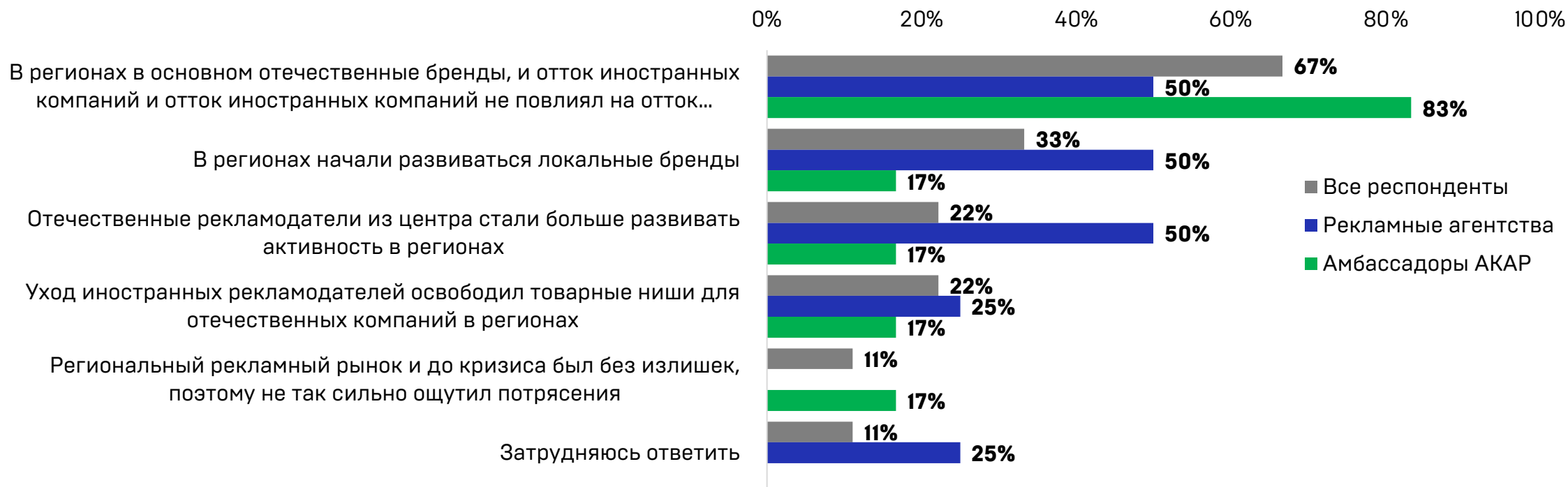
# Почему на региональном рекламном рынке текущий кризис отразился хуже, чем на общероссийском?

Все респонденты (множественный выбор ответов)



# Почему негативные последствия текущего кризиса на региональном рекламном рынке сказались меньше, чем на общероссийском?

## Множественный выбор ответов





# Какие регионы РФ пострадали от текущего кризиса в большей степени?

## Рекламные агентства:

- Бурятия Красноярский край;
- Краснодарский край, Крым, Белгород;
- Москва, Санкт-Петербург, Сибирь;
- Ростов-на-Дону, Краснодар, Санкт-Петербург;
- Москва и Дальний Восток;
- Затрудняемся ответить;
- Москва и Дальний Восток;
- Херсонская область, ДНР, ЛНР;
- не знаю;
- Москва, Петербург, Краснодар;

**открытый вопрос**

# Какие регионы РФ пострадали от текущего кризиса в большей степени?

## открытый вопрос

- Краснодарский край, Ставрополь, Владивосток;
- Краснодарский край;
- Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург;
- Белгород, Воронеж, Курск;
- Миллионники Москва Санкт Петербург; Казань (Нижний, Екатеринбург и т.д.);
- В СФО: Хакасия, Кемеровская область.
- Мне сложно об этом говорить. Я могу ошибаться Есть разные критерии оценки Если говорить о рекламных бюджетах, то мне видится Москва, Петербург
- Республика Тыва, Еврейская АО

## Амбассадоры АКАР:

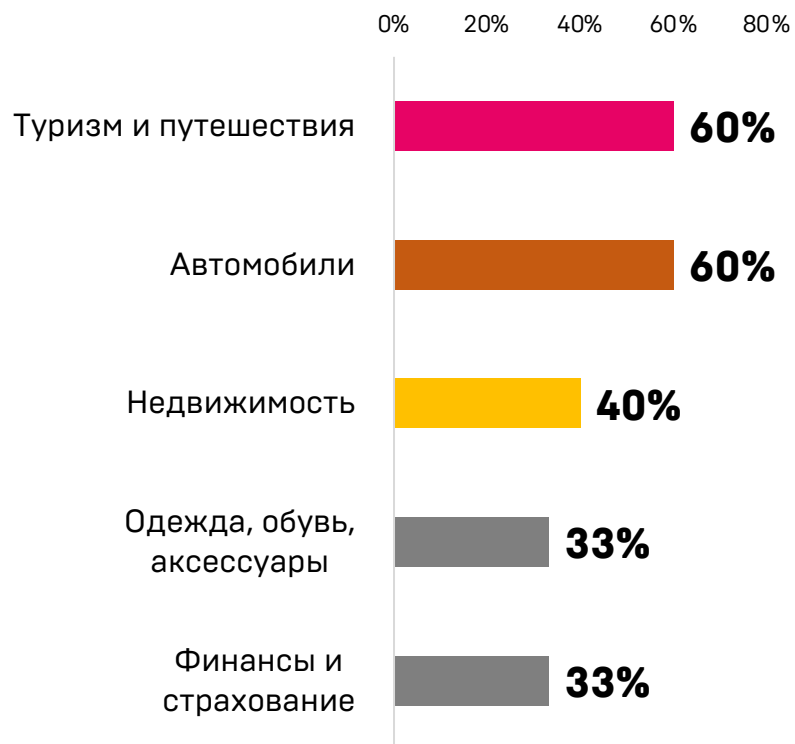
- Калининград из-за своего геополитического положения (всегда было большое Транспортное плечо, а теперь и транспортная блокада, нарушение связей и логистических поставок, близость НАТО - психологические аспекты) , Краснодарский край и другие южные регионы - геополитическая обстановка, нарушение транспортного потока, возрастающие риски
- Я не знаю как е в большей степени, но наш (ХМАО, ЯНАО), я думаю в наименьшей степени. Если говорить по наиболее пострадавших, то новая Россия, Калининград, Воронежская область.
- не готов судить;

# 5 категорий товаров и услуг, которые наиболее пострадали на региональном рынке во время текущего кризиса

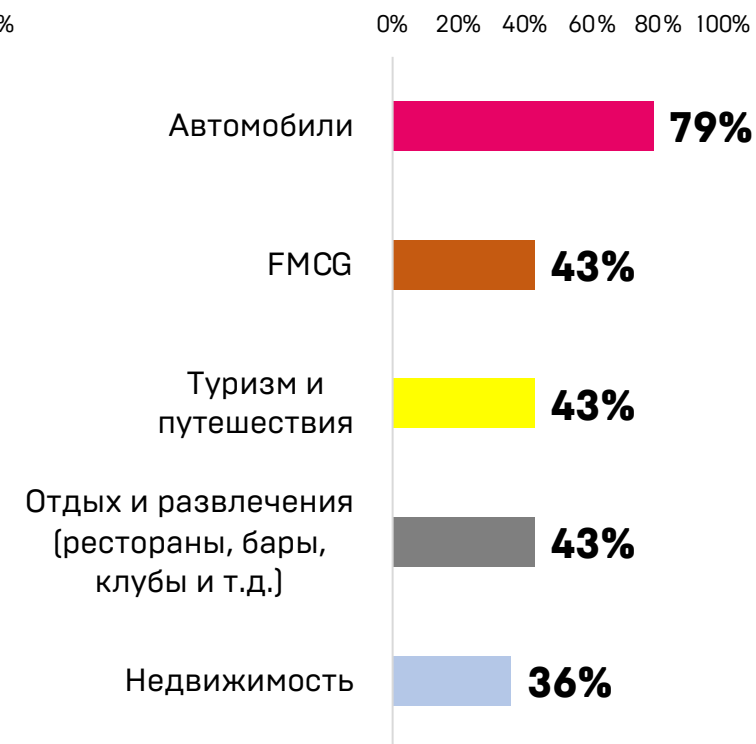
Все респонденты



Рекламные агентства

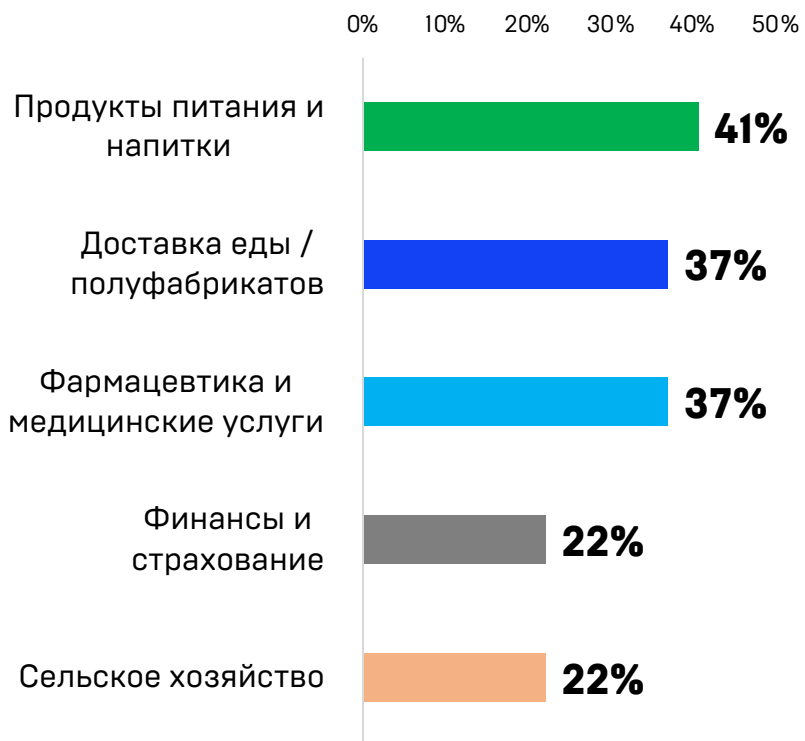


Амбассадоры АКАР

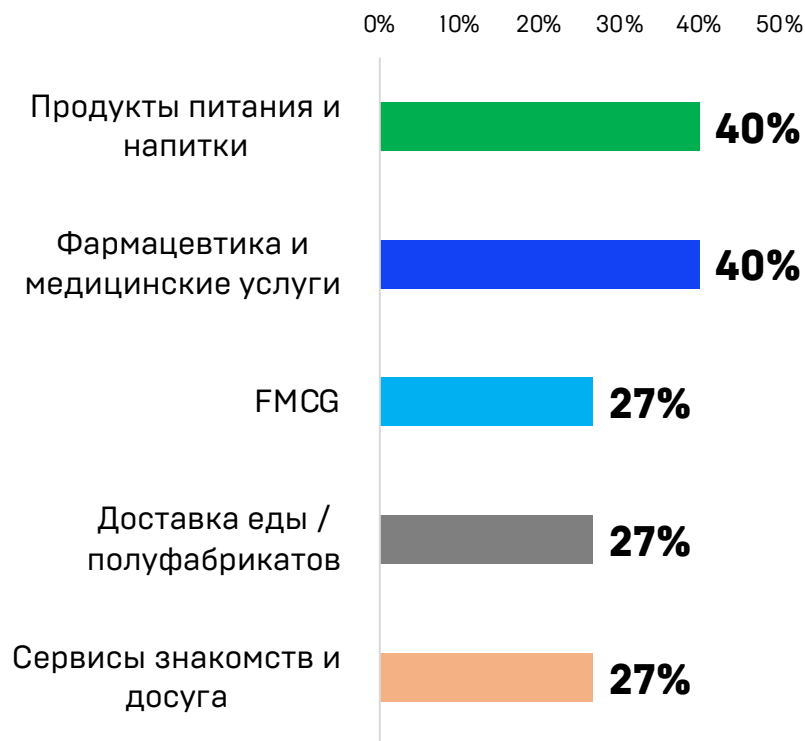


# 5 категорий товаров и услуг, которые наименее пострадали на региональном рынке во время текущего кризиса:

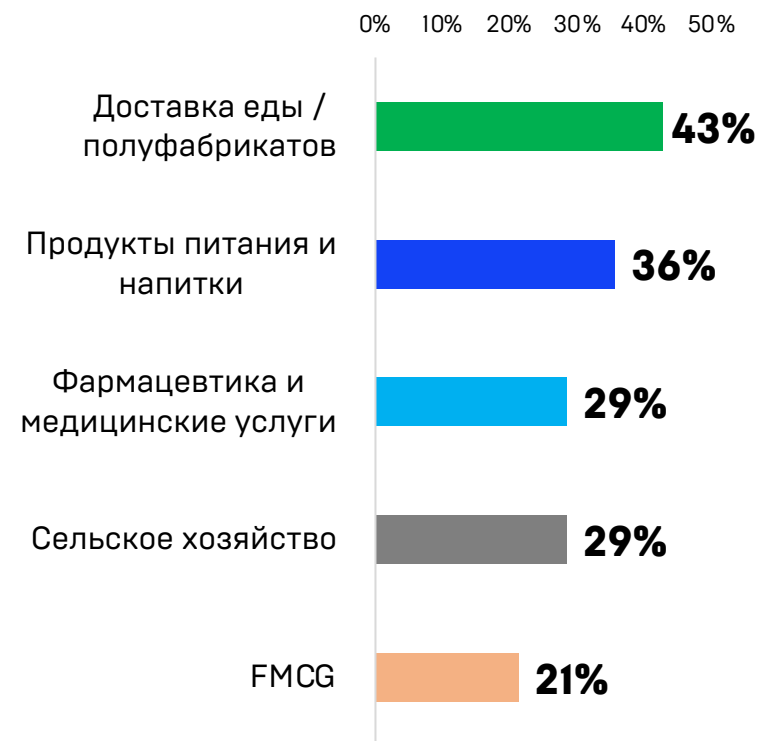
Все респонденты



Рекламные агентства

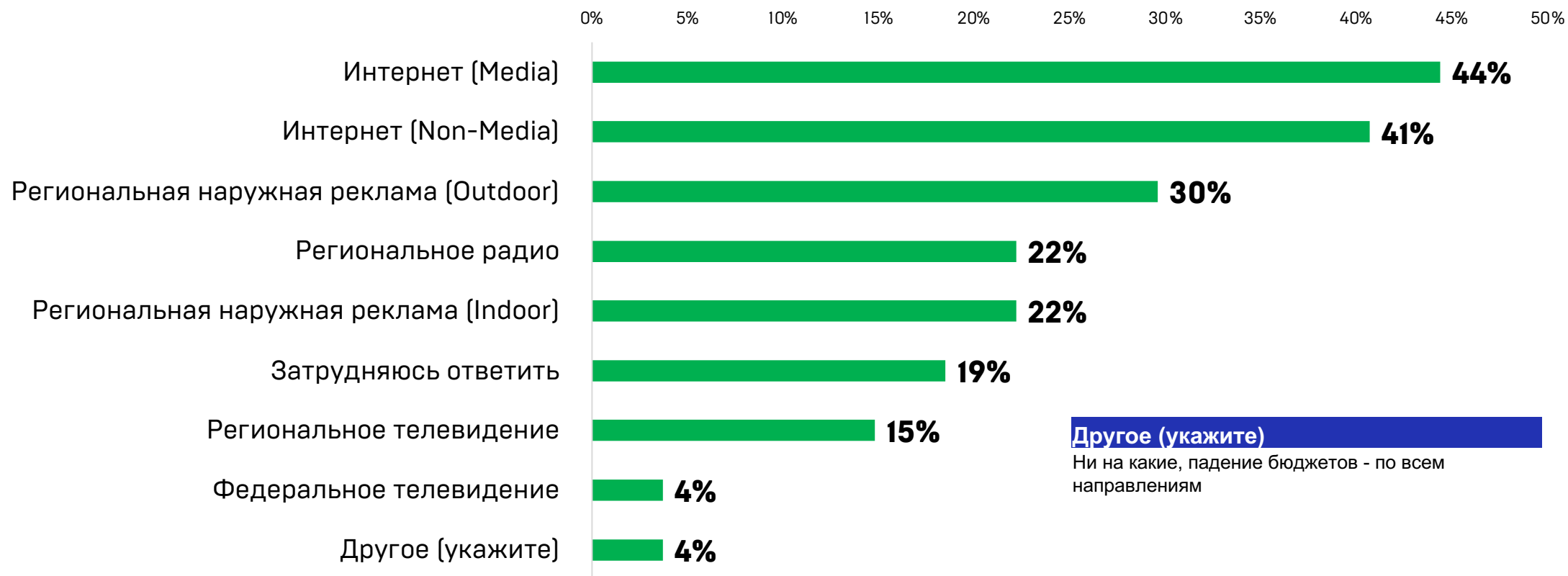


Амбассадоры АКАР



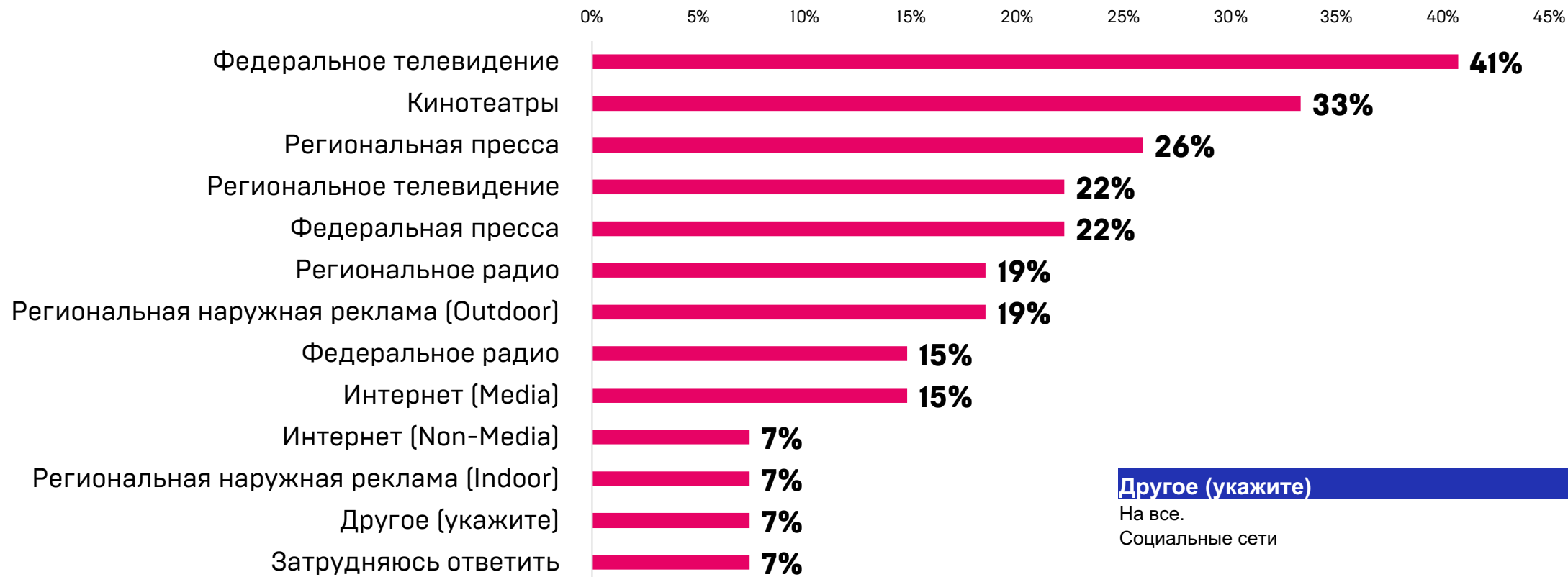
# На какие медиа увеличились рекламные затраты на региональном рынке в 2022 году?

Все респонденты (множественный выбор ответов)



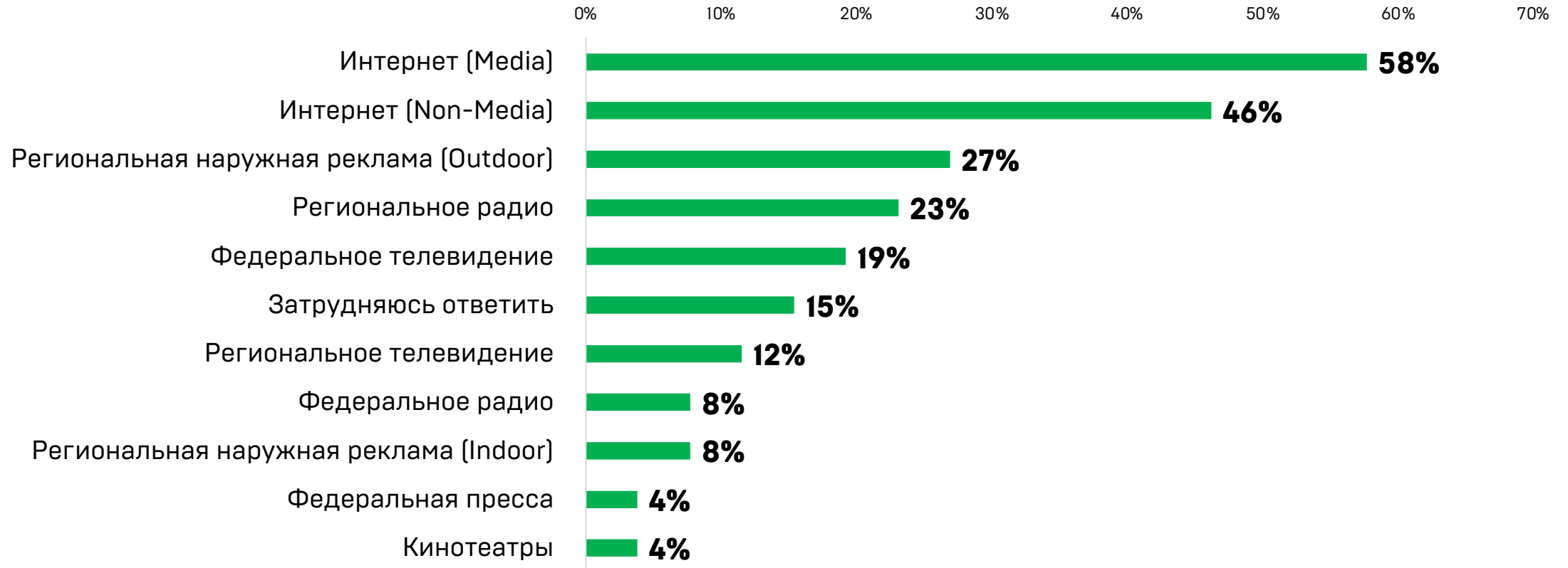
# На какие медиа сократились рекламные затраты на региональном рынке в 2022 году?

Все респонденты (множественный выбор ответов)



# На какие медиа увеличатся рекламные затраты на региональном рынке в 2023 году?

Все респонденты (множественный выбор ответов)



# На какие медиа сократятся рекламные затраты на региональном рынке в 2023 году?

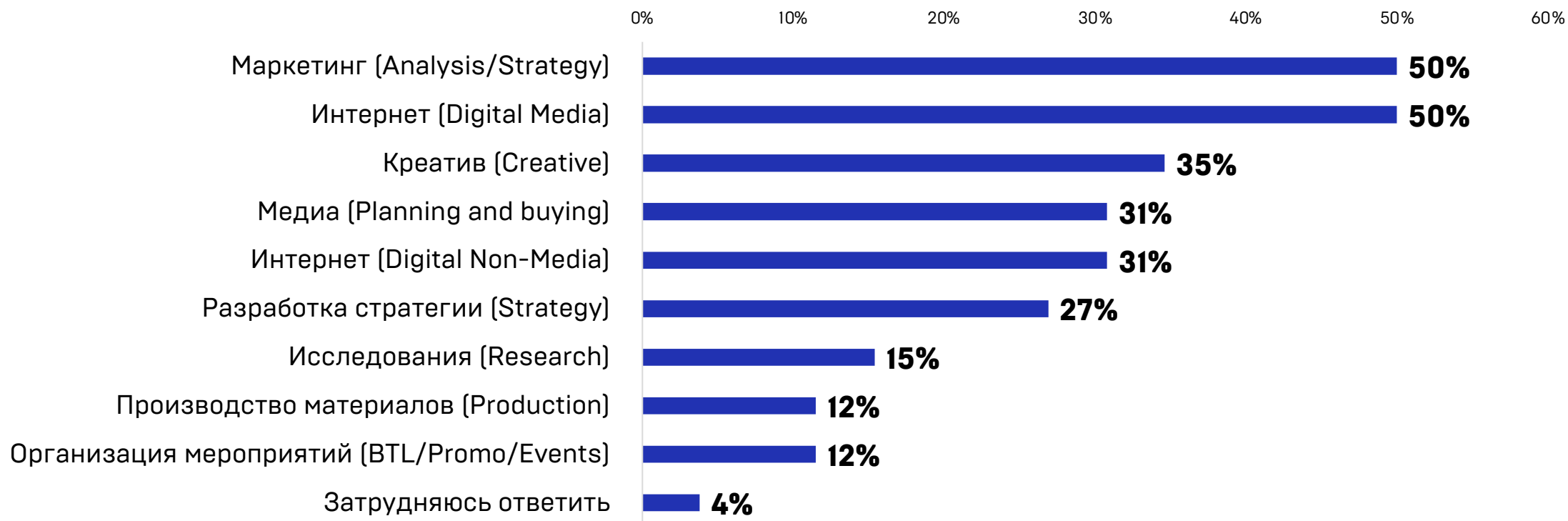
Все респонденты (множественный выбор ответов)



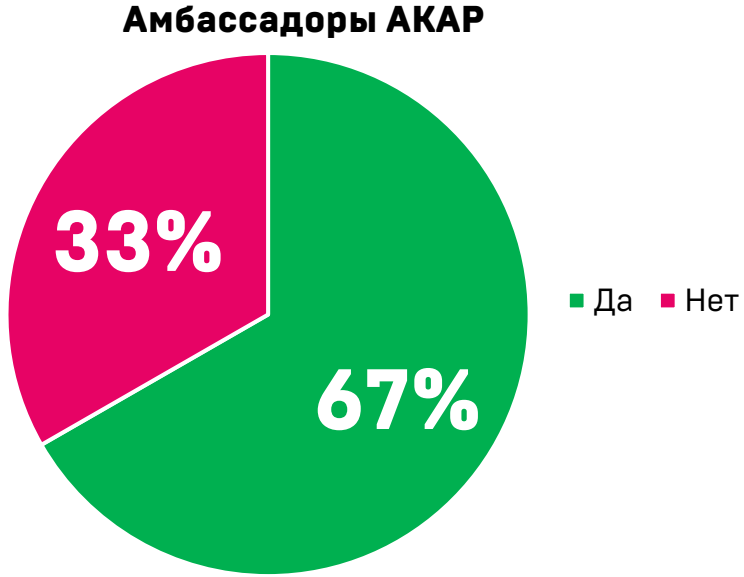
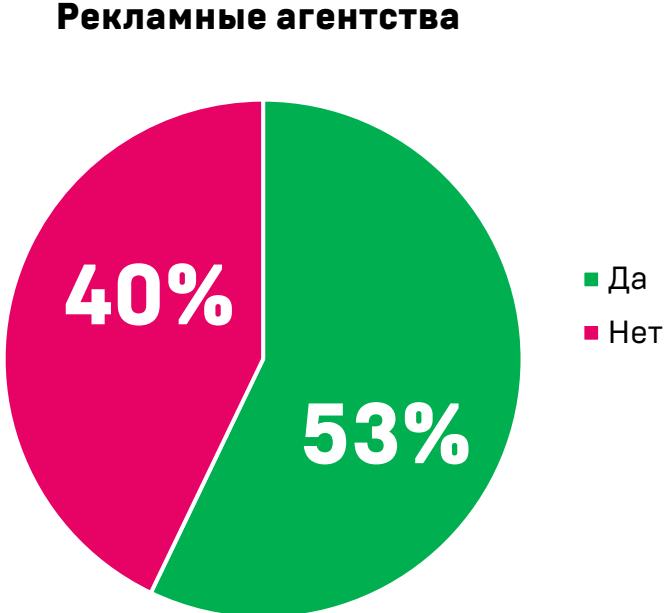
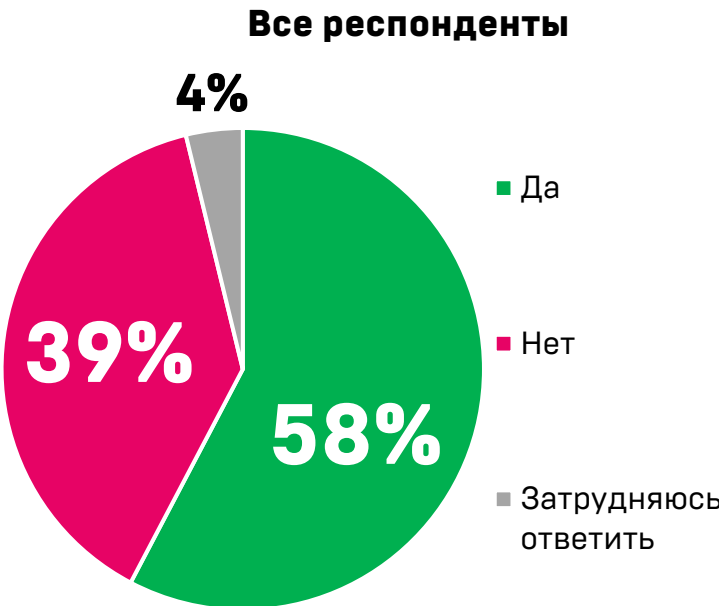


# Функционал в каких сегментах увеличится в 2023 году (агентства будут брать его в первую очередь)?

Все респонденты (множественный выбор ответов)



# Готовы ли будут региональные рекламодатели в 2023 году чаще брать рекламный функционал на себя (проводить работы инхаус\*)?



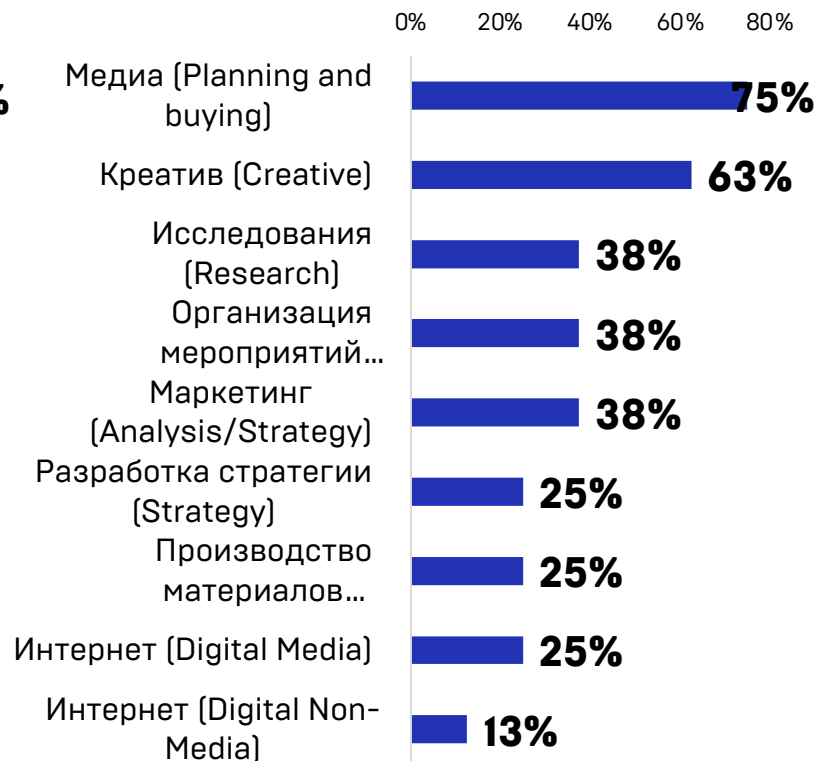
\* - Инхаус (in-house) - рекламные услуги, которые рекламодатель оказывает себе в рамках собственной организации

# Какой функционал агентств рекламодатели будут брать на себя в первую очередь?

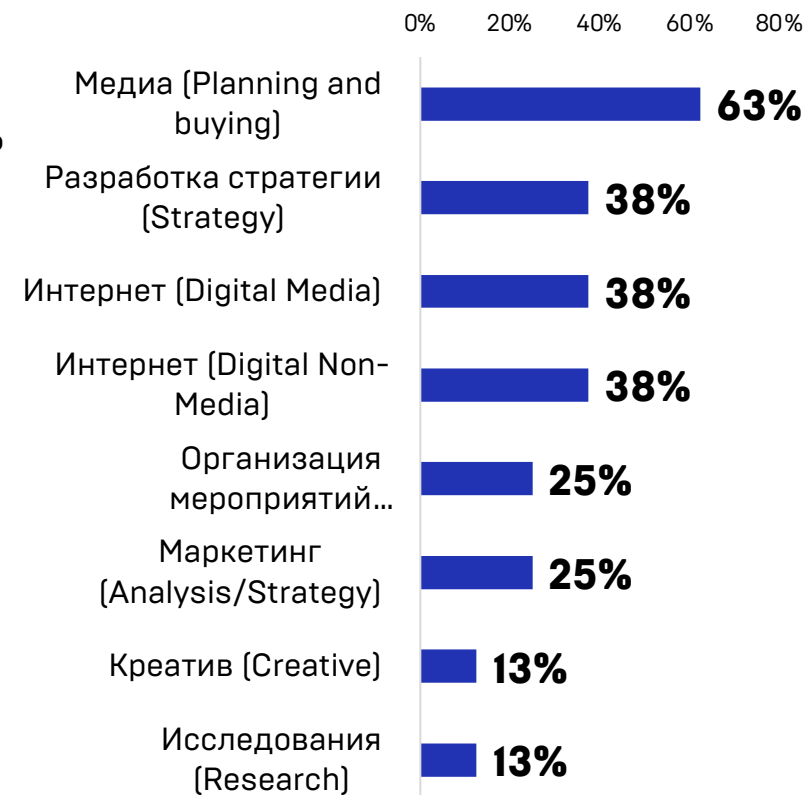
Все респонденты



Рекламные агентства

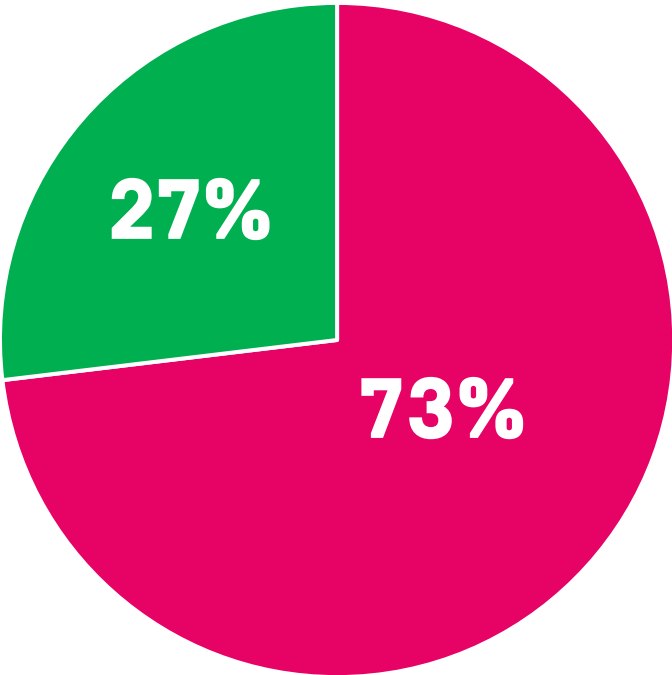


Амбассадоры АКАР

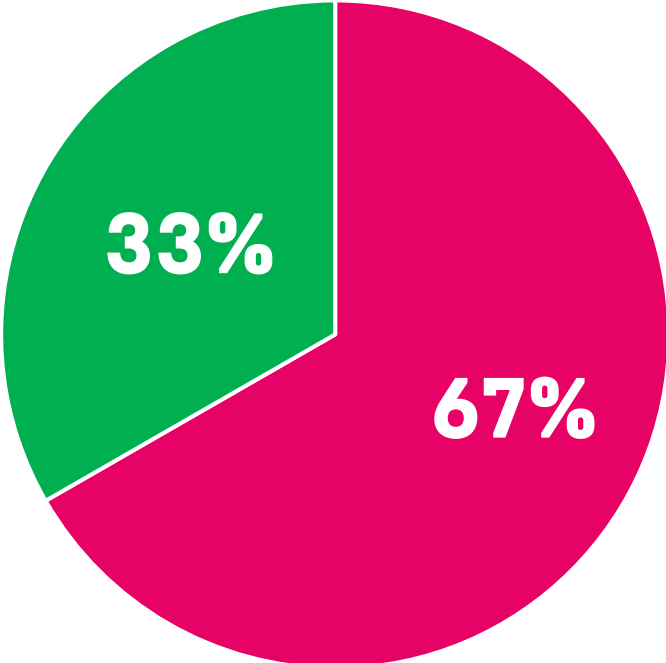


# Принимала ли Ваша компания меры по сокращению расходов в текущей ситуации?

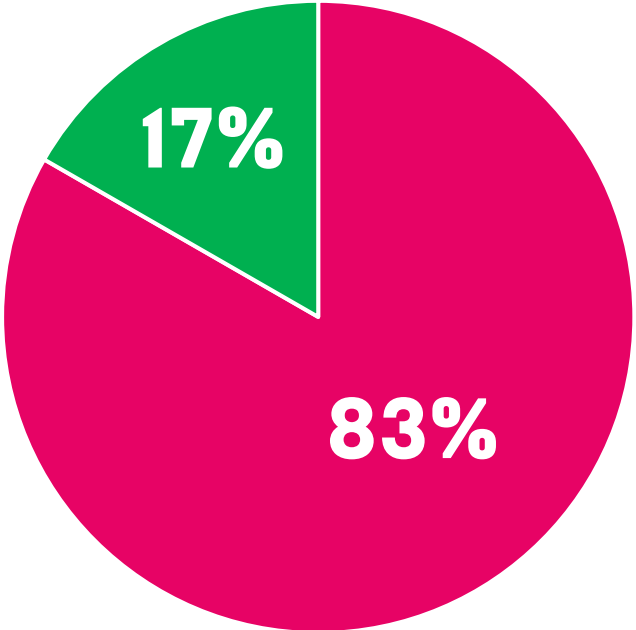
Все респонденты



Рекламные агентства



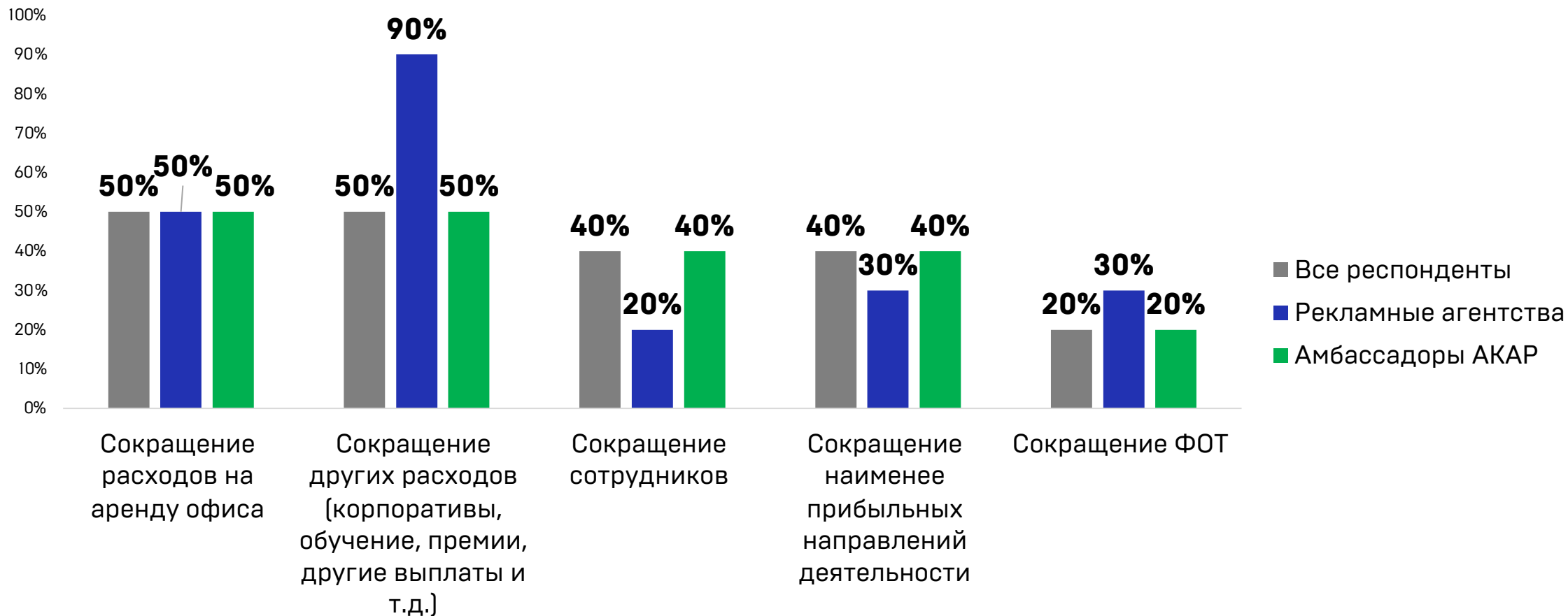
Амбассадоры АКАР



■ Да, мы сокращали расходы в этом году

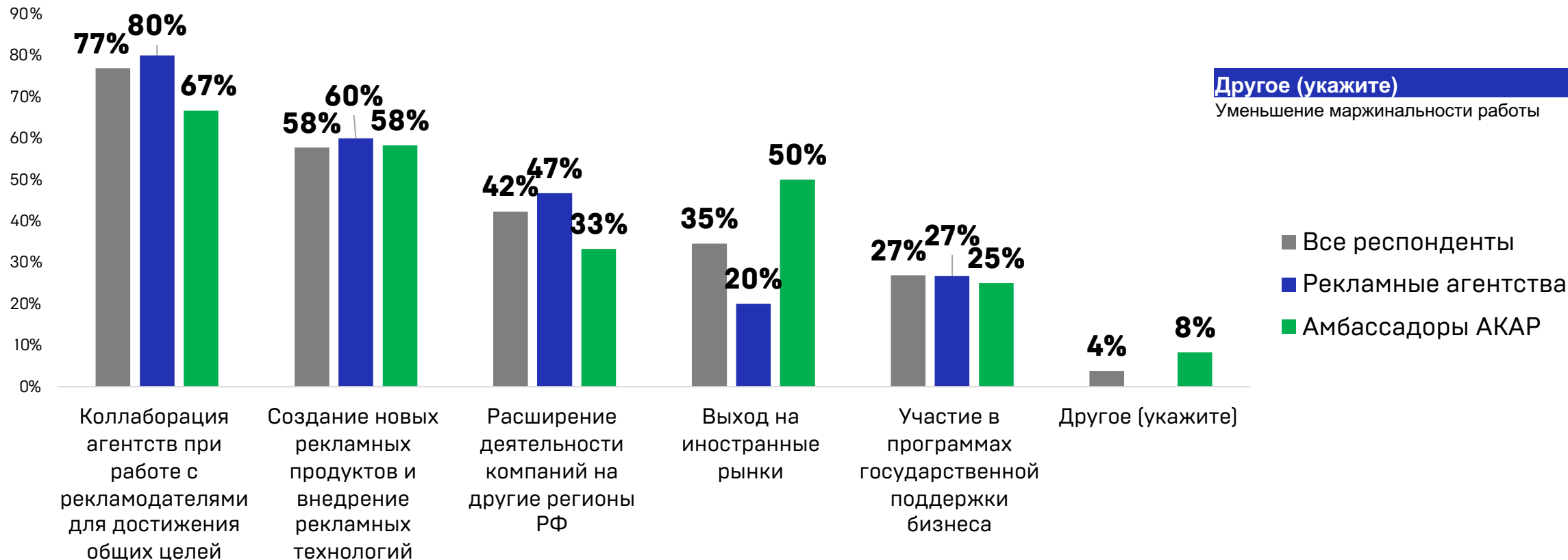
■ Нет, мы не сокращали расходы в этом году

# Какие меры по снижению расходов предприняла Ваша компания?



# Какие меры позволят российскому рекламному рынку уменьшить негативные последствия текущего кризиса?

множественный выбор ответов



# Контакты

**РУКОВОДИТЕЛЬ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО ЦЕНТРА  
АКАР/АРИР/РАМУ**

**Николай Васильев**  
[nv@akarussia.ru](mailto:nv@akarussia.ru)

**МЕНЕДЖЕР ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО  
ЦЕНТРА АКАР/АРИР/РАМУ**

**Никита Баркевич**  
[n.barkevich@akarussia.ru](mailto:n.barkevich@akarussia.ru)