



МИРОВОЙ РЫНОК ООН: ТRENДЫ И ОЖИДАНИЯ



Евгения Баранова

Амбассадор WOO в России
Зам. Ген. директора по внешним связям ТМС



На международном Конгрессе...



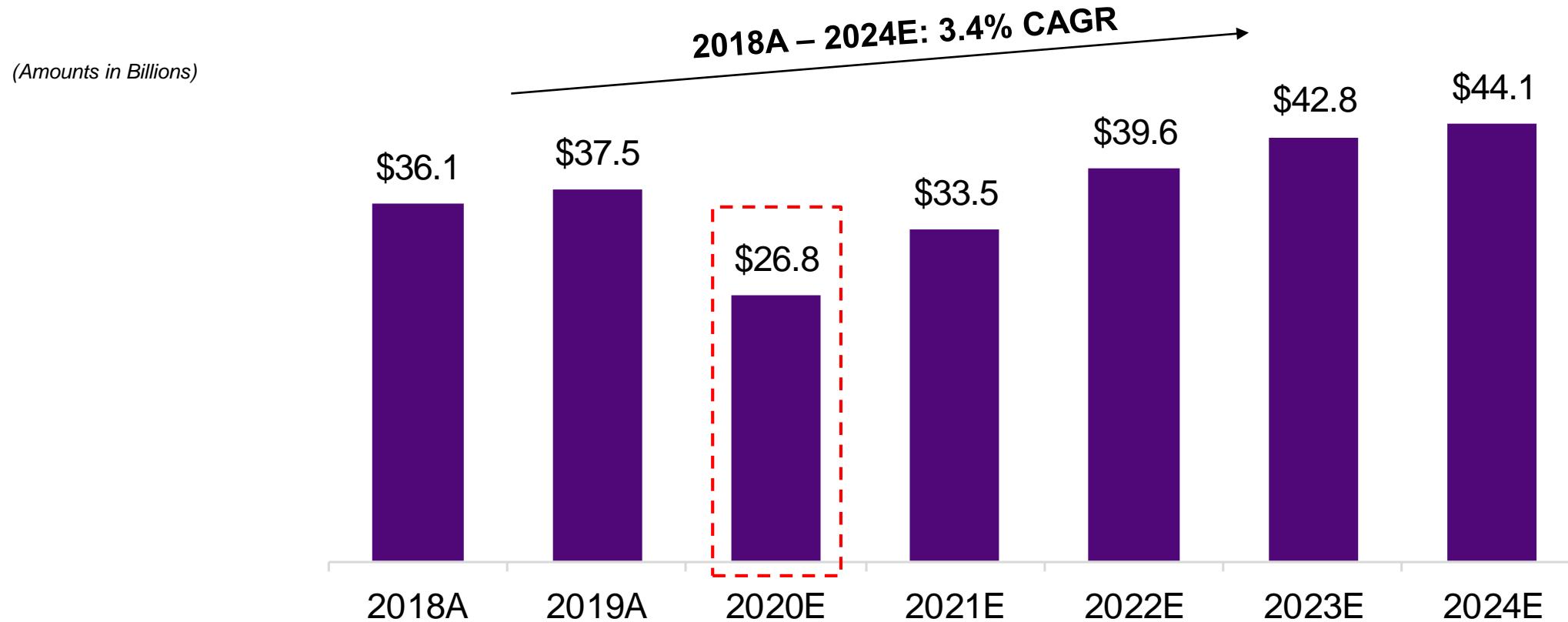
у нас...



Информационный блок



Объем глобального рынка ООН

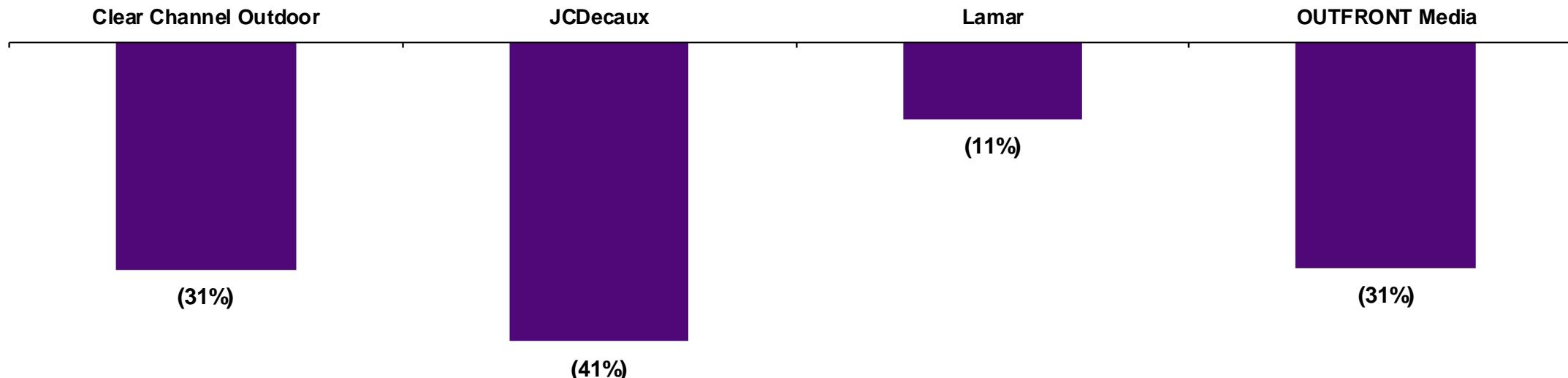


Source: PWC Global Entertainment and Media Outlook.

Доход крупнейших ООН операторов в 2020

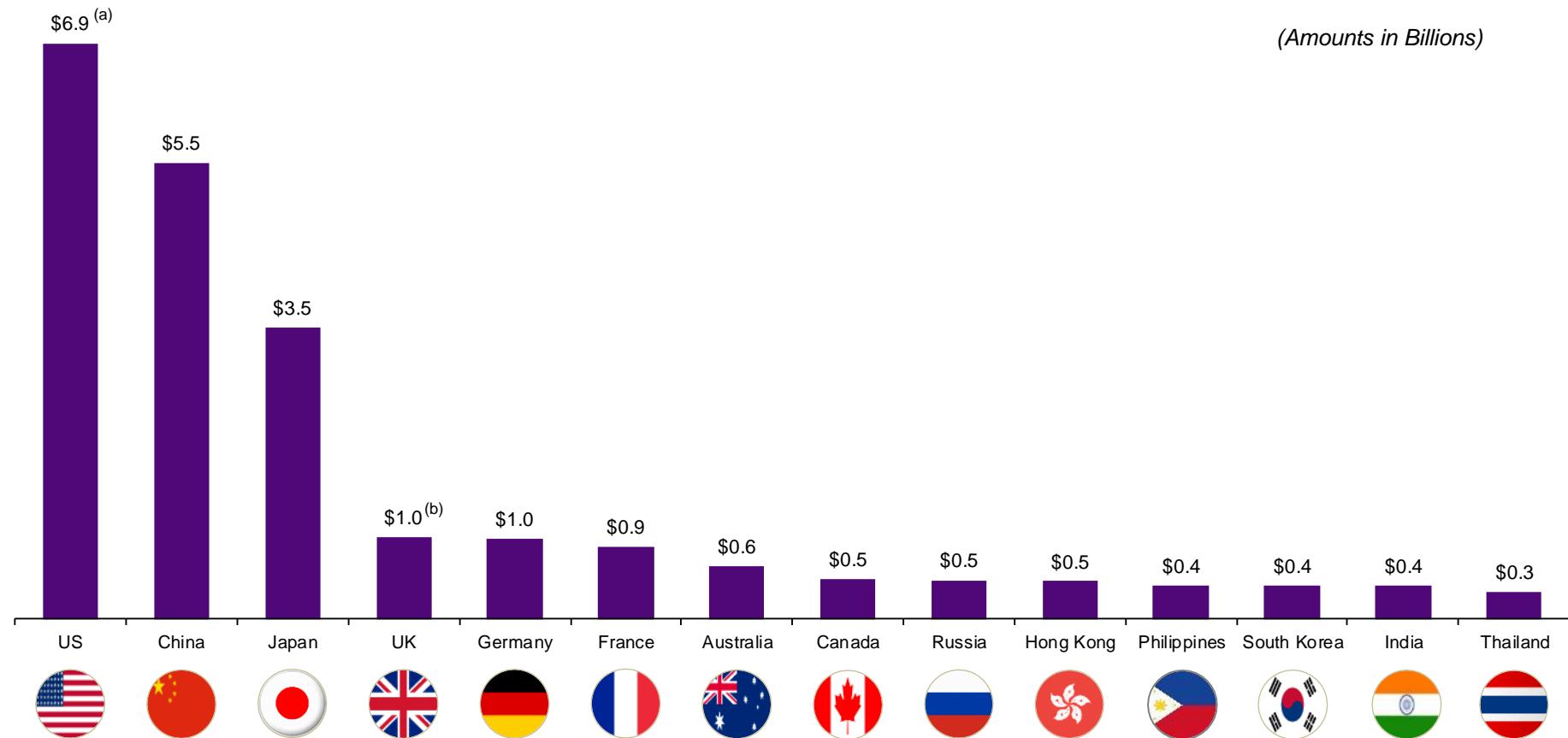
2020 Фактически зарегистрированное снижение доходов крупнейших ООН операторов

(% отражает отклонение объема доходов от прошлого года)



Source: Company public filings.

Основные рынки по затратам на ООН в мире в 2020



Source: PWC Global Entertainment and Media Outlook.

a)PwC data defines OOH more broadly than Outdoor Advertising Association of America ("OAAA").

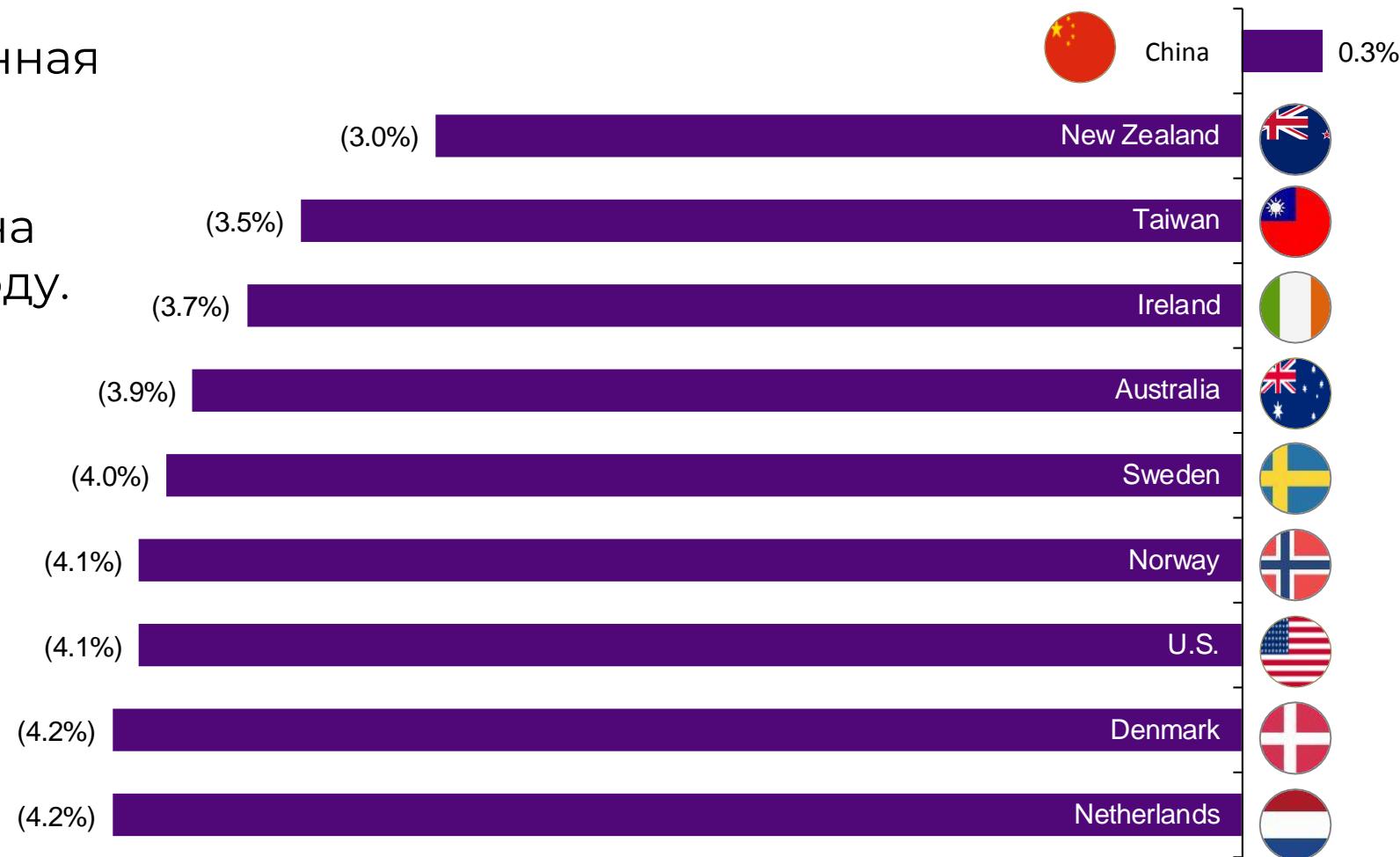
b)PwC data defines OOH more broadly than Outsmart.

Рост затрат на рекламу в 2020

Китай - единственная страна из топ-10, показавшая рост общих расходов на рекламу в 2020 году.

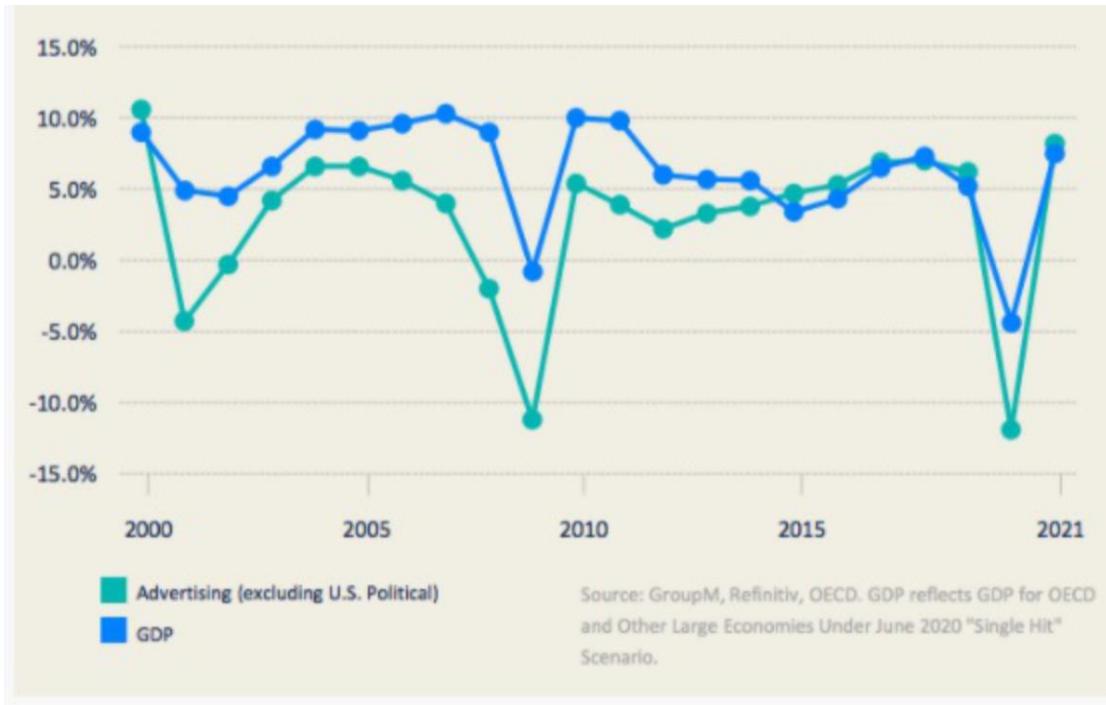
(% Change)

Source: eMarketer.
Note: Includes digital, directories, magazines, newspapers, OOH, radio, and TV. Total media ad spend in the UK declined 7.5% in 2020.



Связь рекламы и экономики по-прежнему сильна

Экономический рост и реклама
global GDP +6.4%



% потребителей, заявивших, что их уровень уверенности повысился за последние 3 мес.



Source: The Deloitte Consumer Tracker

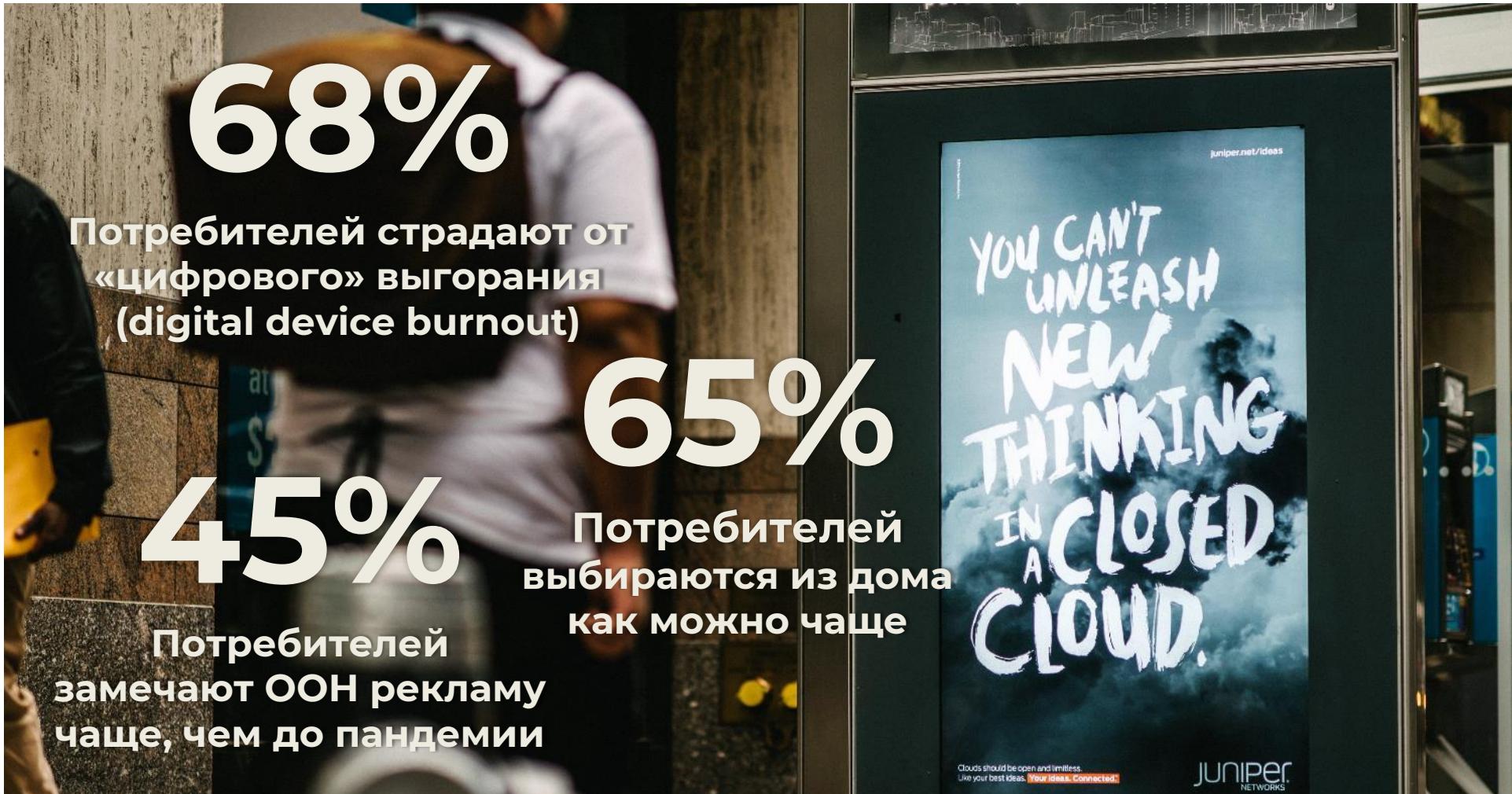
*The Deloitte consumer confidence index is an average of the net % of consumers who said their level of confidence improved in the past three months for six individual measures of confidence (see next slide).

Source: Group M from New Video Frontiers

ООН наилучшим образом встраивается в современный digital-ландшафт



Что подогревает спрос на ООН?



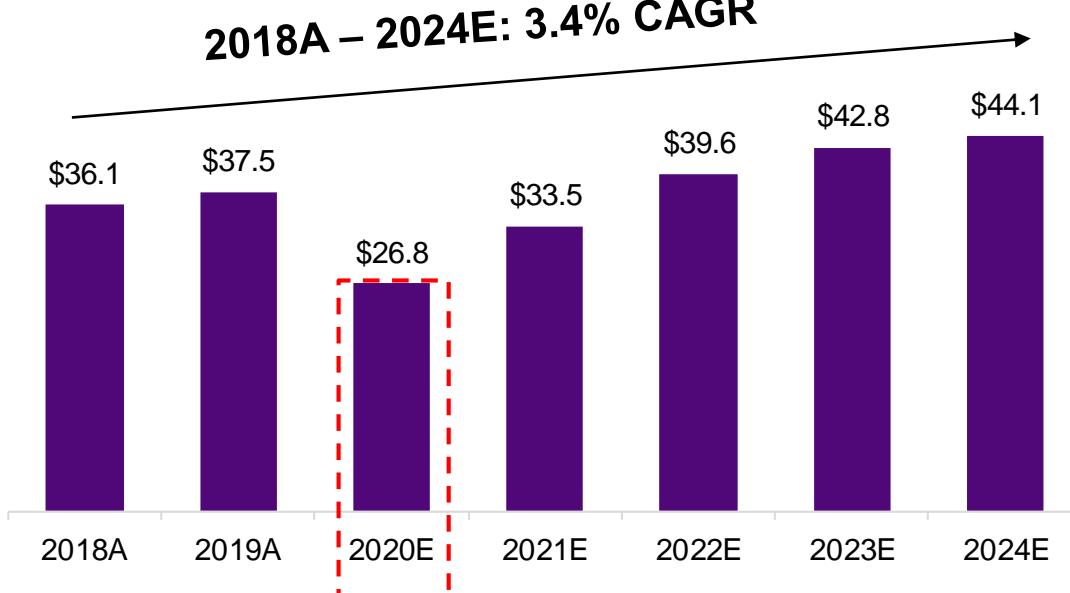
Source: The Harris
Poll and OAAA.

Тренд 1. Развитие DOOH

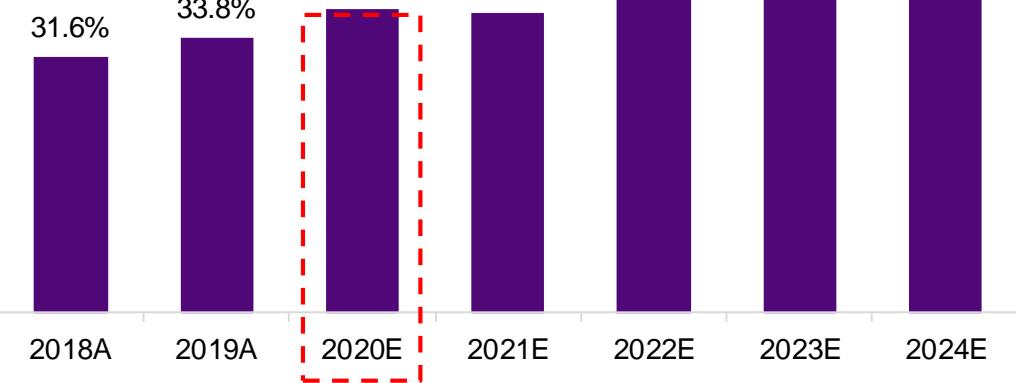
Доход глобального рынка ООН

(Amounts in Billions)

2018A – 2024E: 3.4% CAGR

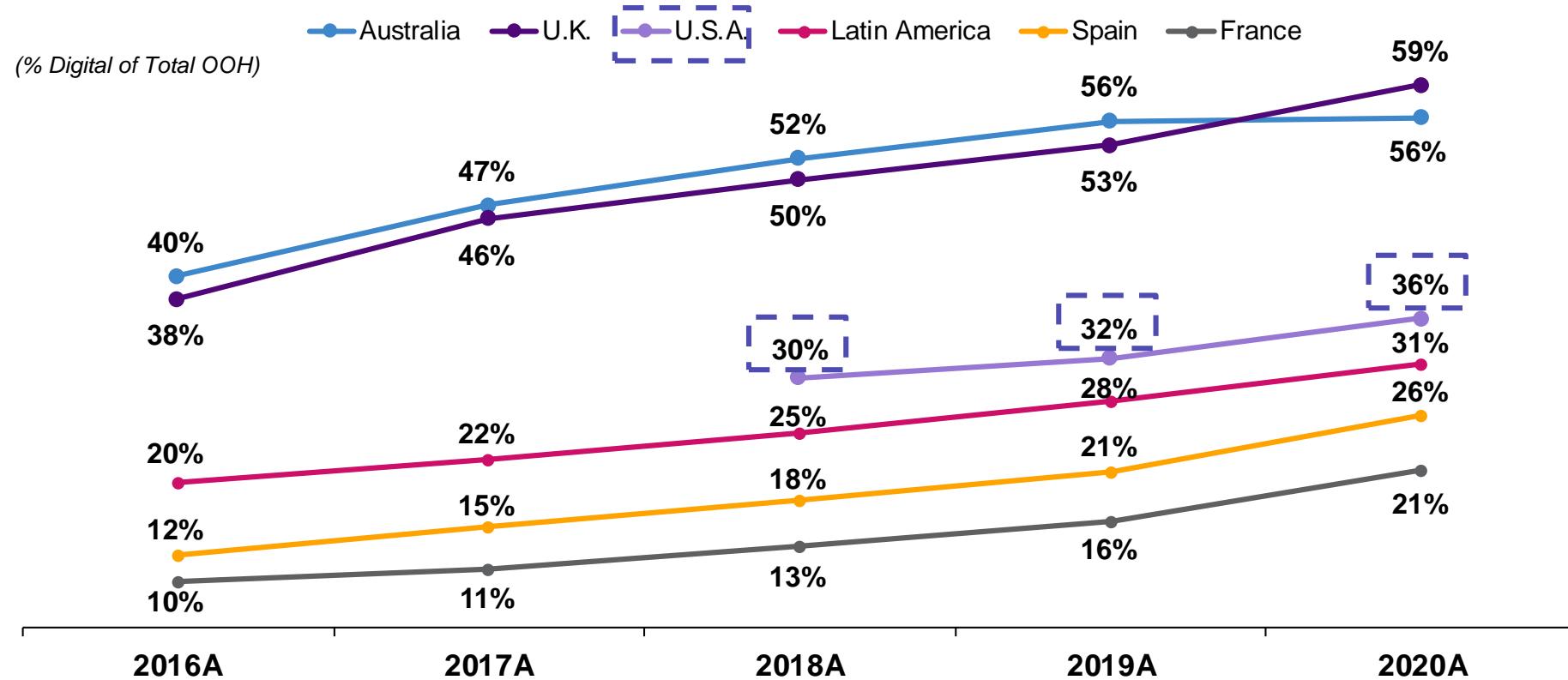


Доля DOOH от дохода ООН



Source: PWC Global Entertainment and Media Outlook.

Динамика диджитализации по странам



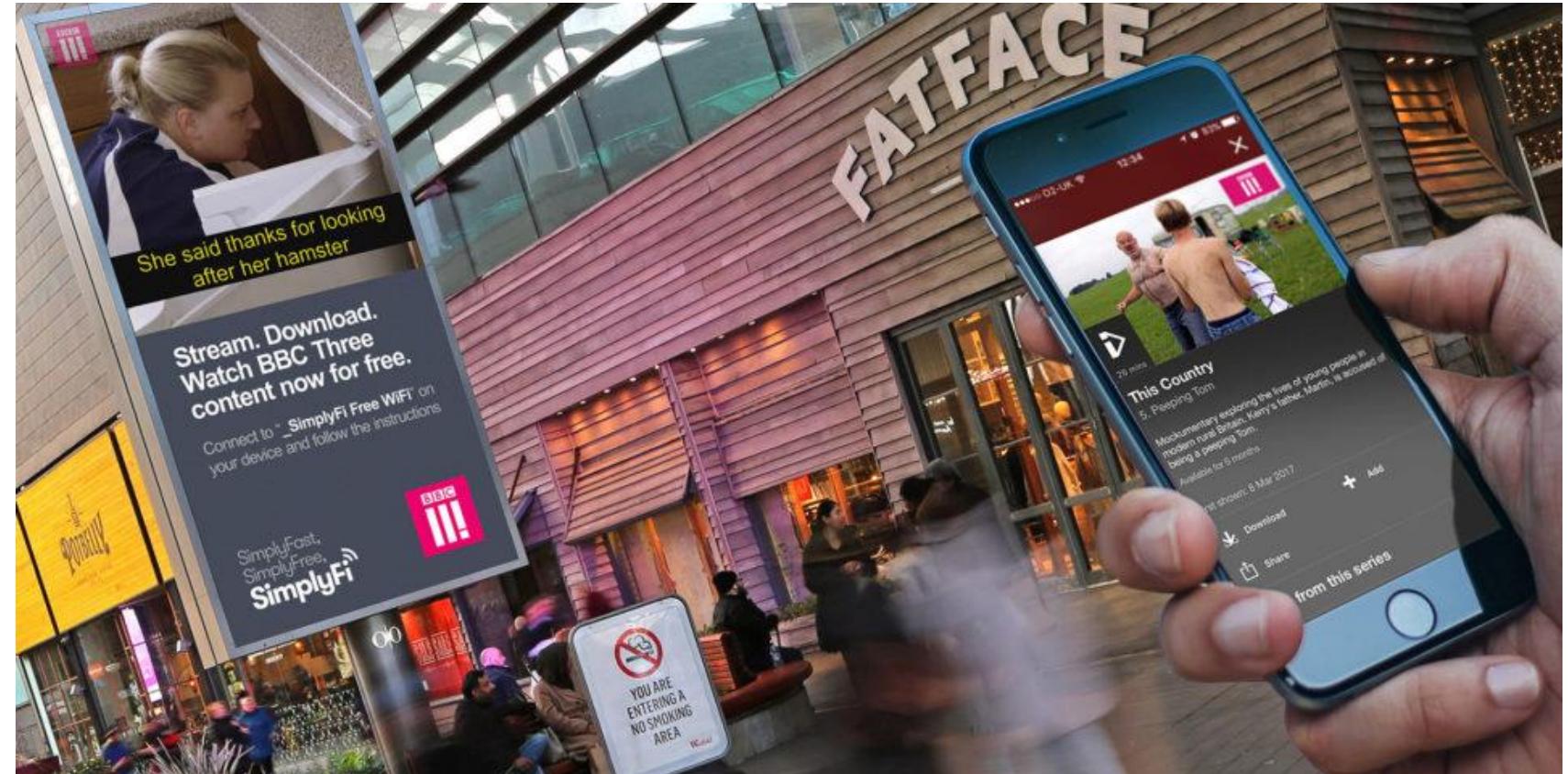
При том, что США – крупнейший Out-of-home рынок в мире, потенциал для роста digital на нём всё ещё большой

Source: Outsmart and OMA. USA, Latin America, France and Spain estimates by PWC.

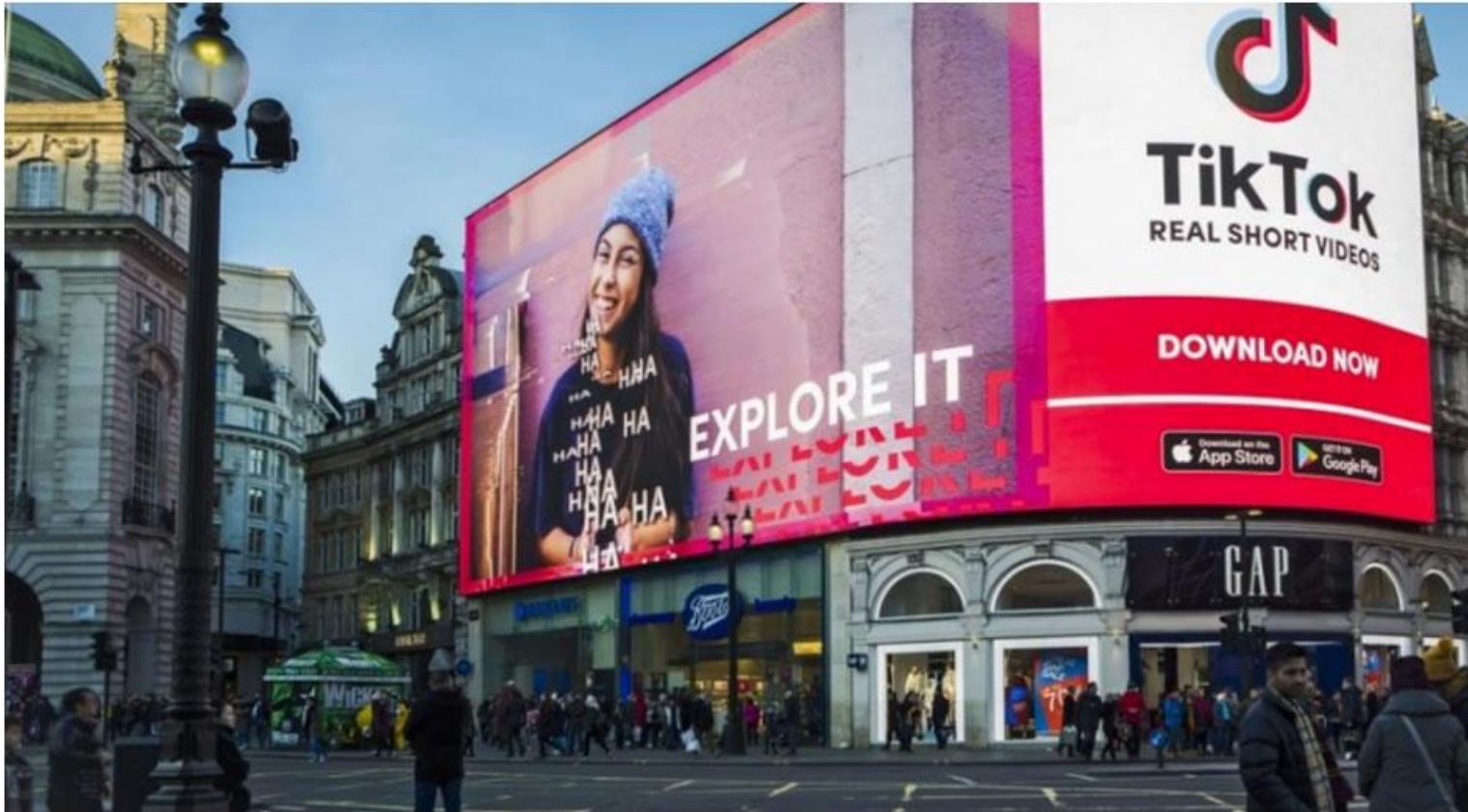
Тренд 2. Партнерство с онлайн/мобайл

ООН-объявления генерируют онлайн активность:

- поиск
- посещение сайта
- скачивание приложения
- скачивание ваучера на скидку



Тренд 3. Конвергенция с соц. сетями



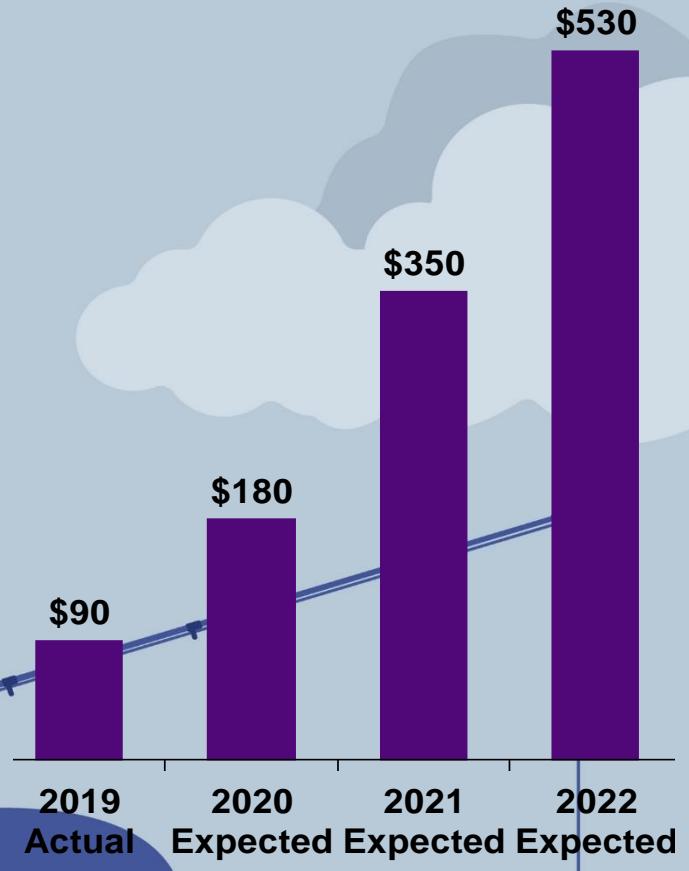
Тренд 4. Programmatic Выход на рыбалку другого масштаба



Source: eMarketer & Martech Advertising.

■ Programmatic OOH Media Spend

(Amounts in Millions)



Текущее проникновение
programmatic ещё мало, но
темпы роста колоссальные

Тренд 5. Медиаизмерения ООН в мире

	travel survey	travel survey with external data and modelling	volumetric modelling	satellite volumetric data
США – Geopath	✓		✓	
Австралия – MOVE		✓		
Великобритания – Route		✓		
Бельгия – Outsite		✓		
Германия – ma Plakat		✓		
Н. Зеландия – Calibre	✓		✓	
Ю. Африка – OMC	✓			✓
Швеция - Outdoor Impact		✓		
Швейцария – SPR		✓		
Япония - LiveBoard	✓		✓	

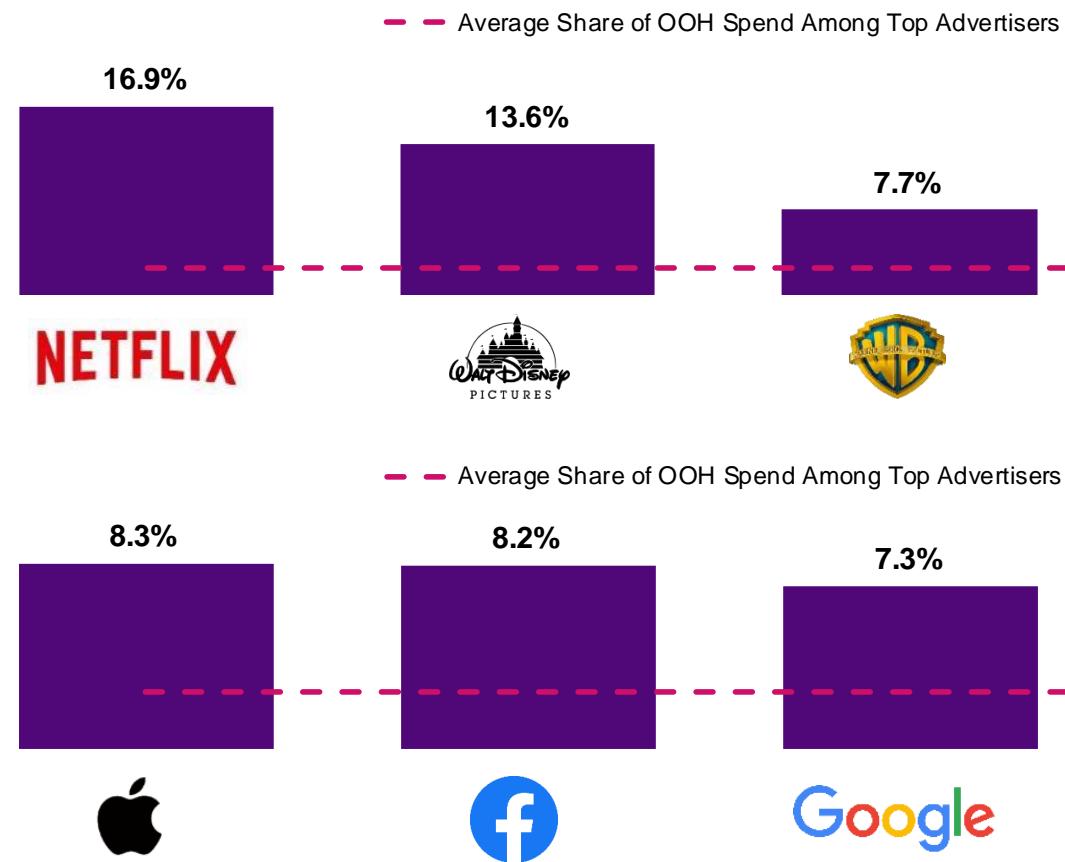


Тренд 6. Медиа-гиганты и тех. бренды инвестируют в ООН

Распределение средств на ООН технологическими компаниями превышает средние расходы 100 крупнейших рекламодателей (~ 2,2% от общих)

Source: PJ SOLOMON research, Kantar Media, OAAA 2018 Megabrand report.

Note: Kantar under-reports total OOH industry ad spend by approx. 32%



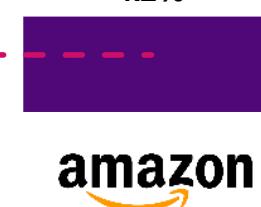
% расходов на наружную рекламу медиа-брендов

(% OOH of Total)



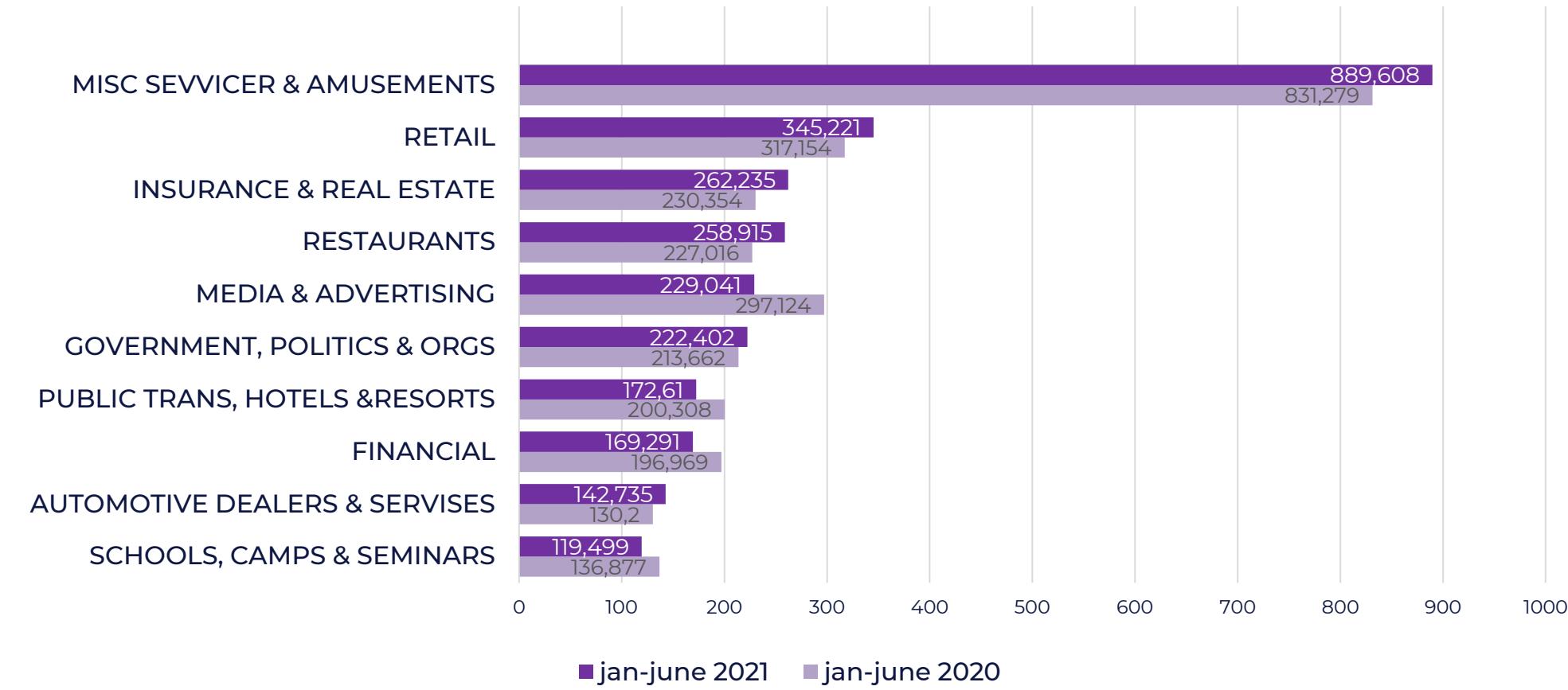
% расходов на наружную рекламу тех. брендов

(% OOH of Total)



ТОП рекламодателей США

Расходы на наружную рекламу по отраслям в США январь-июнь 2020 и 2021



Источник: Kantar, OAAA
август 2021

Тренд 7. Инструмент для построения бренда

Старые и новые
бренды



Brand safety

Social Media Boycott 2020



Учитывая сложный культурный ландшафт и новые тенденции к ответственности в рекламе, ожидается, что подобные проблемы и дальше будут возникать у рекламных платформ в социальных сетях.

Тренд 8. Локальный boost



Тренд 9. Социально полезное медиа



#oursecondchance



Москва/Петербург



Лондон



Мадрид



Нью-Йорк



Сидней



Торонто



Пекин



Мехико



Тренд 10. Креатив и инновации

Креативное
воздействие



Близость к локации
и простые месседжи



Dynamic - Real Time
Не рекламный контент



Эффектный дизайн



Креатив в масштабе

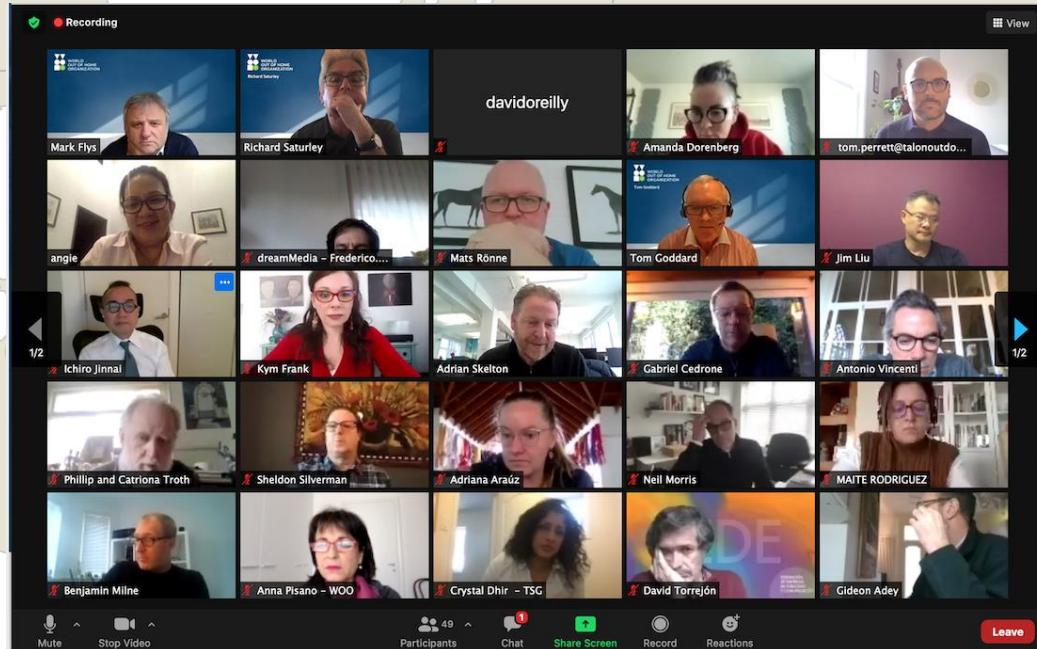






WOO

Global Family





Зачем нам WOO?

Специальное
предложение
для России!



Национальные Ассоциации

США	OAAA DPAA	Испания	FEDE - APEPE
Канада	COMMB	Польша	IGRZ
Австралия	OMA	Нидерланды	Outreach
Англия	Outsmart	Швеция	Outdoor Aktiebolag
LATAM	Alooh	Италия	Local Leaders
Германия	F.A.W.	Ю. Африка	OHMSA
Китай	C.A.A.	Нигерия	OAAN
Индия	IOAA	Япония	D.S.C.



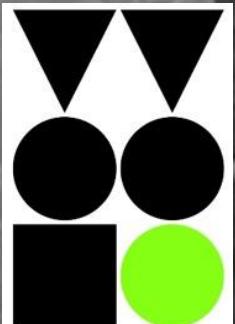


61-TH

WORLD OUT OF
HOME CONGRESS

TORONTO 2022

MAY 25TH - 27TH 2022



WORLD
OUT OF HOME
ORGANIZATION



СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!

Евгения Баранова

WOO
TMG

jane.baranova@tmg-russia.ru

