

ДИНАМИКА ЗАТРАТ НА РЕКЛАМУ КРУПНЕЙШИХ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ РФ

КАТЕГОРИЯ «НЕДВИЖИМОСТЬ», МЕСТА В ОБЩЕМ ТОП150

2023 год

| | | |
|-------|-------------|-----------------|
| 34 | ФСК | 1,663,364,053 ₽ |
| 37 | ЦИАН | 1,457,134,777 ₽ |
| 38 | ГК САМОЛЕТ | 1,451,434,229 ₽ |
| 51 | ЛСР | 992,527,207 ₽ |
| 66 | ДОНСТРОЙ | 668,096,097 ₽ |
| 71 | ПИК | 632,014,020 ₽ |
| 78 | ЛЕВЕЛ ГРУПП | 654,692,773 ₽ |
| 95 | ПИОНЕР | 434,942,349 ₽ |
| 119 | ЭТАЛОН | 292,918,831 ₽ |
| 129 | ИНГРАД | 268,394,609 ₽ |
| 71 | ПИК | 632,014,020 ₽ |
| 139 | А101 | 226,658,868 |
| 141 | ДОМ.РФ | 213,425,726 ₽ |
| ИТОГО | | 9,587,617,559 ₽ |

2024 год

| | | |
|-------|-------------|------------------|
| 37 | ГК САМОЛЕТ | 1,964,341,610 ₽ |
| 42 | ФСК | 1,654,872,757 ₽ |
| 44 | ЦИАН | 1,513,601,992 ₽ |
| 45 | ЛСР | 1,507,063,414 ₽ |
| 69 | ДОНСТРОЙ | 885,140,753 ₽ |
| 70 | ДОМ.РФ | 875,782,065 ₽ |
| 73 | ЛЕВЕЛ ГРУПП | 841,475,519 ₽ |
| 81 | ПИК | 746,769,540 ₽ |
| 117 | А101 | 465,648,919 ₽ |
| 144 | МР ГРУПП | 329,857,468 ₽ |
| 146 | БРУСНИКА | 326,922,656 ₽ |
| ИТОГО | | 11,111,476,693 ₽ |

2025 год

| | | |
|-------|-------------|------------------|
| 39 | ЦИАН | 2,254,526,583 ₽ |
| 41 | ЛСР | 2,184,155,969 ₽ |
| 42 | ДОНСТРОЙ | 2,175,036,801 ₽ |
| 45 | САМОЛЕТ | 1,958,289,219 ₽ |
| 59 | ДОМ.РФ | 1,548,271,295 ₽ |
| 73 | ФСК | 1,239,085,525 ₽ |
| 94 | ПИК | 887,758,314 ₽ |
| 121 | МР ГРУПП | 732,647,551 ₽ |
| 121 | ЛЕВЕЛ ГРУПП | 663,322,634 ₽ |
| 134 | ГАЛС | 558,392,644 ₽ |
| ИТОГО | | 14 201 486 535 ₽ |



На основе данных ежеквартального Рейтинга клиентских бюджетов и рекламных групп Постмаркетинг DAILY. В расчет включены компании, попадающий в ТОП150 рекламодателей РФ. Не учитываются затраты на перформанс-продвижение в интернете и спецпроекты.

ДИНАМИКА ЗАТРАТ НА РЕКЛАМУ КРУПНЕЙШИХ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ РФ ВО ВСЕХ КАТЕГОРИЯХ, ТОП150 В СРАВНЕНИИ С НЕДВИЖИМОСТЬЮ

2023 год

| | |
|------------------------------|-------------------|
| Бюджет ТОП150 рекламодателей | 226,811,483,585 ₽ |
| Прирост год к году | - |

| | |
|--|-----------------|
| Бюджет категории недвижимость в ТОП150 | 9,587,617,559 ₽ |
|--|-----------------|

| | |
|---|---|
| Прирост год к году категории недвижимость | - |
|---|---|

| | |
|---|----|
| Число игроков категории недвижимость в ТОП150 | 13 |
|---|----|

| | |
|--|-------|
| Доля категории недвижимость в ТОП150 в деньгах | 4,23% |
|--|-------|

2024 год

| | |
|------------------------------|-------------------|
| Бюджет ТОП150 рекламодателей | 312,260,788,706 ₽ |
| Прирост год к году | 37,7% |

| | |
|--|------------------|
| Бюджет категории недвижимость в ТОП150 | 11,111,476,693 ₽ |
|--|------------------|

| | |
|---|-------|
| Прирост год к году категории недвижимость | 15,9% |
|---|-------|

| | |
|---|----|
| Число игроков категории недвижимость в ТОП150 | 11 |
|---|----|

| | |
|--|-------|
| Доля категории недвижимость в ТОП150 в деньгах | 3,56% |
|--|-------|

2025 год

| | |
|------------------------------|-------------------|
| Бюджет ТОП150 рекламодателей | 451,683,551,524 ₽ |
| Прирост год к году | 44,7% |

| | |
|--|------------------|
| Бюджет категории недвижимость в ТОП150 | 14 201 486 535 ₽ |
|--|------------------|

| | |
|---|-------|
| Прирост год к году категории недвижимость | 27,8% |
|---|-------|

| | |
|---|----|
| Число игроков категории недвижимость в ТОП150 | 10 |
|---|----|

| | |
|--|-------|
| Доля категории недвижимость в ТОП150 в деньгах | 3,14% |
|--|-------|



На основе данных ежеквартального Рейтинга клиентских бюджетов и рекламных групп Постмаркетинг DAILY. В расчет включены компании, попадающий в ТОП150 рекламодателей РФ. Не учитываются затраты на перформанс-продвижение в интернете и спецпроекты.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЗАТРАТ «ТВ/НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА» КРУПНЕЙШИХ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ РФ КАТЕГОРИЯ «НЕДВИЖИМОСТЬ» В 2025 ГОДУ

| # | РЕКЛАМОДАТЕЛЬ | ТВ | НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА |
|-----|----------------|----------------|------------------|
| 39 | ЦИАН | 88.15 % | 11.85 % |
| 41 | ЛСР | 36.78 % | 63.22 % |
| 42 | ДОНСТРОЙ | 0 % | 100 % |
| 45 | САМОЛЕТ | 62.73 % | 37.27 % |
| 59 | ДОМ.РФ | 91.36 % | 8.64 % |
| 73 | ФСК | 0 % | 100 % |
| 94 | ПИК | 2.7 % | 97.3 % |
| 121 | МР ГРУПП | 1.58 % | 98.42 % |
| 121 | ЛЕВЕЛ ГРУПП | 13.57 % | 86.43 % |
| 134 | ГАЛС | 0 % | 100 % |
| | СРЕДНЕЕ | 40.01 % | 59.99 % |



**ПОСТМАРКЕТИНГ
DAILY**

На основе данных ежеквартального Рейтинга клиентских бюджетов и рекламных групп Постмаркетинг DAILY. В расчет включены компании, попадающий в ТОП150 рекламодателей РФ. *Не учитываются затраты на перформанс-продвижение в интернете и спецпроекты.