

РЕЙТИНГ АГЕНТСТВ RETAIL MEDIA 2026

Merchandising.ru × Ассоциация
мерчандайзинговых агентств (АМА)

MERCHANDISING.RU



Ассоциация
Мерчандайзинговых
Агентств



СОДЕРЖАНИЕ

О проекте и новом направлении Retail Media	Стр. 02
Что учитывается в рейтинге	Стр. 03
Методология	Стр. 04
Источники данных	Стр. 07
Итоговый рейтинг	Стр. 08
Финансовая и юридическая благонадежность	Стр. 09
Обратная связь от клиентов	Стр. 10
Контакты	Стр. 11

О ПРОЕКТЕ «РЕЙТИНГ АГЕНТСТВ»



Рейтинг агентств —

Ежегодный отраслевой проект Ассоциации мерчендайзинговых агентств (АМА) и портала Merchandising.ru.

Он позволяет сопоставлять участников рынка по комплексной системе показателей и служит ориентиром для производителей, торговых сетей и других заказчиков при выборе подрядчиков.

Направления рейтингового проекта:

-  мерчендайзинг;
-  индустриальный аутсорсинг;
-  технический мерчендайзинг.

Retail Media — новое направление рейтингового проекта.

В 2026 году АМА и Merchandising.ru впервые выделили работу агентств в области ритейл-медиа в самостоятельный отраслевой рейтинг.

ЧТО УЧИТЫВАЕТСЯ В РЕЙТИНГЕ RETAIL MEDIA

В рейтинг входят подтвержденные проекты Retail Media на площадках торговых сетей:

- ✓ Онлайн-реклама на сайтах и в приложениях торговых сетей: баннеры, специальные проекты и другие рекламные форматы;
- ✓ Офлайн-реклама внутри торговых точек: экраны, видеоборды, аудиореклама и другие форматы размещения.

Не учитывается как самостоятельное направление:

- ✗ Производство POSM. Оно может быть частью проекта Retail Media, но само по себе не подтверждает профильную экспертизу.

Категории торговых сетей для подтвержденной экспертизы:

- 🍏 Продукты питания
- 📦 Фарма
- 🍷 Винотеки
- ⚙️ DIY
- 📺 Бытовая техника
- 💄 Косметика и товары для красоты

МЕТОДОЛОГИЯ: СТРУКТУРА ИТОГОВОЙ ОЦЕНКИ

Максимальный итоговый результат — 100 баллов

- Источники информации
- Финансовые данные и открытые реестры, анкеты и документы агентств, опросы клиентов и исследование узнаваемости.
- Принцип оценки
- Итоговый балл складывается из четырех блоков.
- Максимальная оценка составляет 100 баллов.
- Для всех участников применяются единые критерии и шкалы.

Агентство	Агентство	Агентство
Финансовая и юридическая благонадежность	40	40%
Обратная связь от клиентов	40	40%
Узнаваемость	10	10%
Подтвержденная экспертиза	10	10%
Итого	100	100%

МЕТОДОЛОГИЯ: ЧТО ВХОДИТ В КАЖДЫЙ БЛОК

1. Финансовая и юридическая благонадежность — до 40 баллов

- Выручка за 2025 год — до 10 баллов;
- Динамика выручки 2025 к 2024 году — до 5 баллов;
- Среднесписочная численность за 2025 год — до 5 баллов;
- Судебные дела в качестве ответчика за 3 года — до 5 баллов;
- Срок работы юридического лица — до 5 баллов;
- Отсутствие существенных залогов и просроченной задолженности — 5 баллов;
- Отсутствие признаков банкротства и ликвидации — 5 баллов.

2. Обратная связь от клиентов — до 40 баллов

- 5 критериев: качество исполнения, соблюдение сроков, профессионализм сотрудников, скорость обработки заявки, готовность рекомендовать агентство.
- Каждый критерий — до 8 баллов.

3. Узнаваемость — до 10 баллов

- Спонтанная узнаваемость — до 6 баллов;
- Узнаваемость с подсказкой — до 4 баллов.

МЕТОДОЛОГИЯ: ЧТО ВХОДИТ В КАЖДЫЙ БЛОК

4. Подтвержденная экспертиза — до 10 баллов

- Учитываются подтвержденные договоры с торговыми сетями по 6 категориям;
- 0–2 договора в категории = 0 баллов;
3–4 = 1; 5–9 = 2; 10 и более = 3;
- Баллы по категориям суммируются, максимум блока — 10;
- Подтверждение: первая страница договора и УПД за 2025 год по соответствующему проекту.



ИСТОЧНИКИ ДАННЫХ И ПРАВИЛА ОЦЕНКИ

Источники данных:

- Официальные финансовые данные и сведения об основном юридическом лице;
- Государственные и профессиональные открытые реестры;
- Документы, предоставленные агентствами;
- Опрос клиентов и представителей торговых сетей;
- Отдельное исследование узнаваемости;
- Официальные сайты компаний и иные открытые источники.

Для финансовой и юридической оценки используется одно основное юридическое лицо агентства. Выручка и численность — за 2025 год, динамика — к 2024 году, юридические сведения фиксируются на дату оценки.



РЕЙТИНГ АГЕНТСТВ RETAIL MEDIA 2026

Итог	Агентство	Общий балл (100)	Финансовая устойчивость (45)	Обратная связь от клиентов(40)	Узнаваемость (10)	Подтвержденная экспертиза (10)
1	 Beetl	83	30	34	9	10
2	 GRADUS	81	30	37	6	8
3	 Public Totem	77	31	30	6	10
4	 NST	72	35	29	8	0
5	 Marcom	70	26	29	5	10
6	 POS Media Russia	52	26	18	4	4
7	 RARS Media	29	27	0	2	0
8	 ACG (ЭйСиДжи)	22	20	0	2	0

* 0 баллов в блоке «Подтвержденная экспертиза» не означает отсутствия опыта у агентства. Документы не предоставлены, либо количество подтвержденных договоров недостаточно для начисления баллов по методологии рейтинга.

Все детализированные баллы можно посмотреть в приложении.

ФИНАНСОВАЯ И ЮРИДИЧЕСКАЯ БЛАГОНАДЕЖНОСТЬ — ДЕТАЛИЗАЦИЯ

Итог	Агентство	Итого (40)	Выручка (10)	Динамика (5)	Численность (5)	Суды (5)	Срок работы (5)	Залоги и долги (5)	Банкротство (5)
1	BeeTL	30	5	5	0	5	5	5	5
2	GRADUS	30	5	4	2	5	4	5	5
3	Public Totem	31	5	4	2	5	5	5	5
4	NST	35	10	4	1	5	5	5	5
5	Marcom	26	1	5	0	5	5	5	5
6	POS Media Russia	26	1	5	0	5	5	5	5
7	RARS Media	27	3	5	0	5	4	5	5
8	ACG (ЭйСиДжи)	20	0	0	0	5	5	5	5

ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ ОТ КЛИЕНТОВ

Итог	Агентство	Итого (40)	Качество (8)	Соблюдение сроков (8)	Профессионализм (8)	Скорость заявки (8)	Готовность заявки (8)
1	BeeTL	34	8	6	7	5	8
2	GRADUS	37	8	7	8	7	8
3	Public Totem	30	6	6	6	6	6
4	NST	29	6	7	5	5	6
5	Marcom	29	7	5	6	5	6
6	POS Media Russia	18	4	3	4	4	3
7	RARS Media	0	—	—	—	—	—
8	ACG (ЭйСиДжи)	0	—	—	—	—	—

КОНТАКТЫ

- 🌐 Сайт: merchandising.ru
- ✉️ Главный редактор: glavred@merchandising.ru
- ✉️ Общие вопросы: info@merchandising.ru

Рейтинг подготовлен Ассоциацией мерчандайзинговых агентств (АМА) и порталом Merchandising.ru.

