

# Обзор рекламного рынка

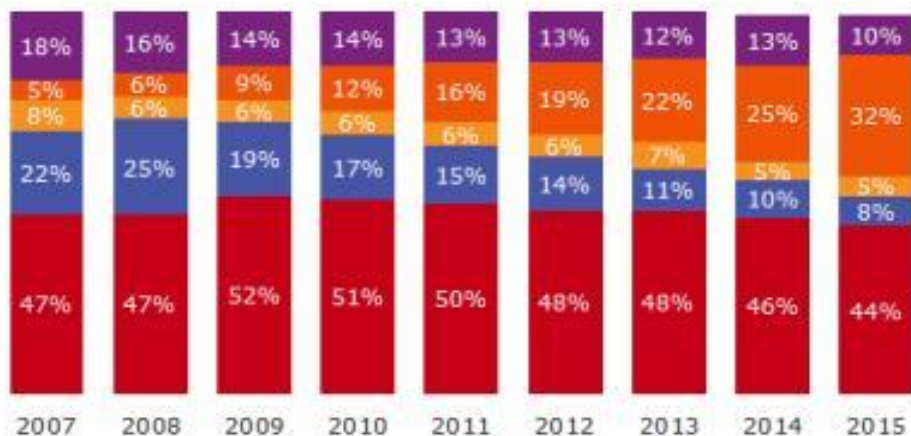
## Топ-10 рекламных рынков (\$ млн)

2015		Рекламные инвестиции	2018		Рекламные инвестиции
1	США	182615	1	США	200603
2	Китай	74406	2	Китай	92719
3	Япония	41805	3	Япония	44147
4	Великобритания	26020	4	Великобритания	31049
5	Германия	25791	5	Германия	27802
6	Бразилия	14364	6	Бразилия	14612
7	Франция	13349	7	Франция	13662
8	Южная Корея	12208	8	Южная Корея	13038
9	Австралия	11855	9	Австралия	12816
10	Канада	10172	10	Индонезия	10955

Источник: *Zenith Optimedia*

# ДИНАМИКА БЮДЖЕТОВ

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БЮДЖЕТОВ ПО ТИПАМ МЕДИА, в %



Доля рекламных денег в прессе сократилась с 25% в 2008 году до 7% в 2015.

Объем рекламы в прессе сократился с 2008 года в **3** раза:

2008	- 64 млрд руб
2014	- 33 млрд руб
2015	- 23 млрд руб

ЧИТАТЕЛЬСКАЯ АУДИТОРИЯ, ВСЯ ПРЕССА, РОССИЯ 16+



При этом аудитория прессы за этот же период сократилась лишь на **11%**

\*Данные по бюджетам: АКАР (Ассоциация коммуникативных агентств России), без учета НДС  
 Данные по читательской аудитории NRS-Россия, Март-Июль, млн. чел.

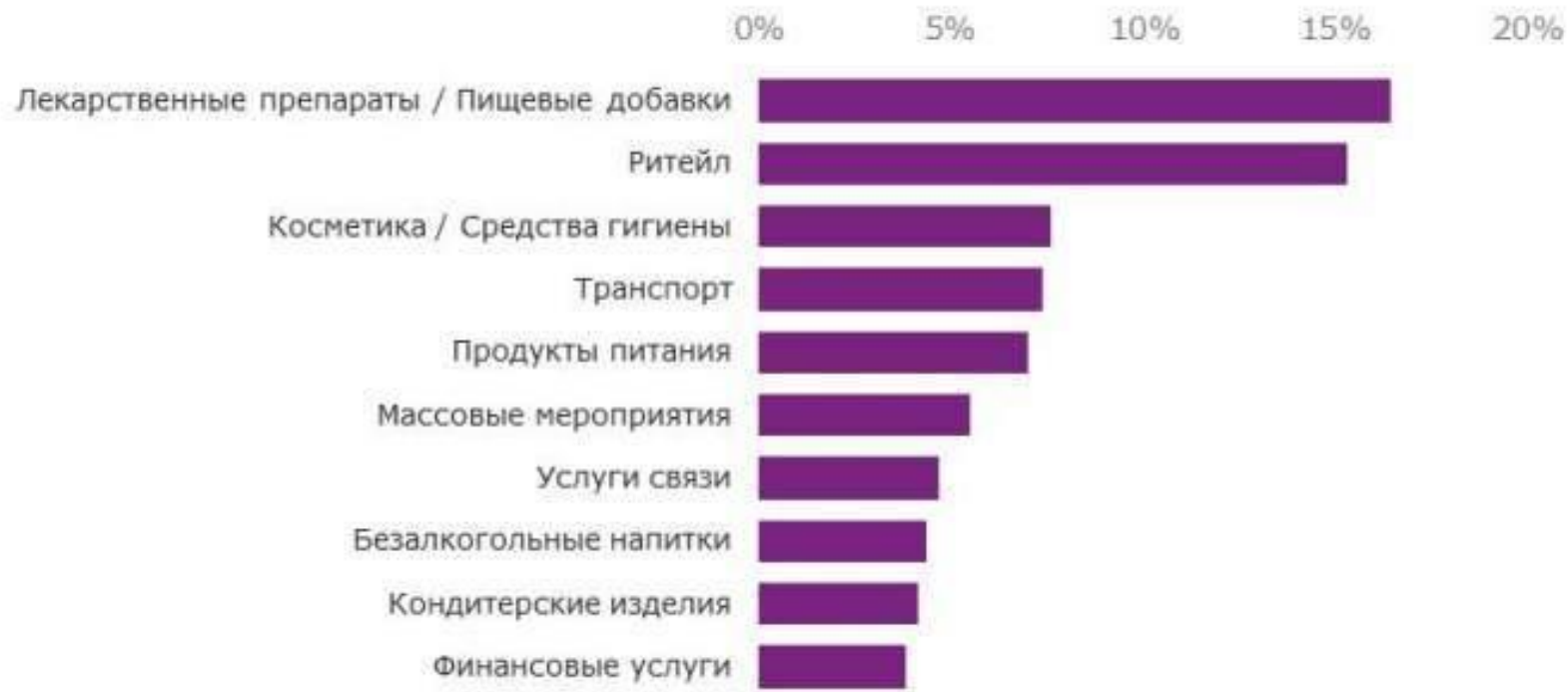
# БЮДЖЕТЫ ПО РЕКЛАМОДАТЕЛЯМ В 2015 ГОДУ



\*Данные за Январь-Сентябрь 2015

TNS Media Intelligence, ТВ (Ролик, Спонсорская заставка, Анонс: Спонсорская заставка), Радио (Ролик, Спонсорский ролик), Пресса (коммерческая реклама + свободные вложения), национальные + локальные размещения, во всех городах мониторинга. Совокупный рекламный бюджет в Интернет, ТВ, радио, прессе, наружной рекламе рассчитывается в рублях по прайс-листам, без учета скидок и специальных соглашений, но с учетом надбавок за цветность и позиционирование в Прессе.

## ТОП-10 КАТЕГОРИЙ В 2015 (все медиа)



% от общих затрат TNS Media Intelligence, ТВ (Ролик, Спонсорская заставка, Анонс, Спонсорская заставка), Радио (Ролик, Спонсорский ролик), Пресса (коммерческая реклама + свободные вложения), национальные + локальные размещения, во всех городах мониторинга. Совокупный рекламный бюджет в Интернет (январь - сентябрь 2015), ТВ, радио, прессе, наружной рекламе рассчитывается в рублях по прайс-листам, без учета скидок и специальных соглашений, но с учетом надбавок за цветность и позиционирование в Прессе.

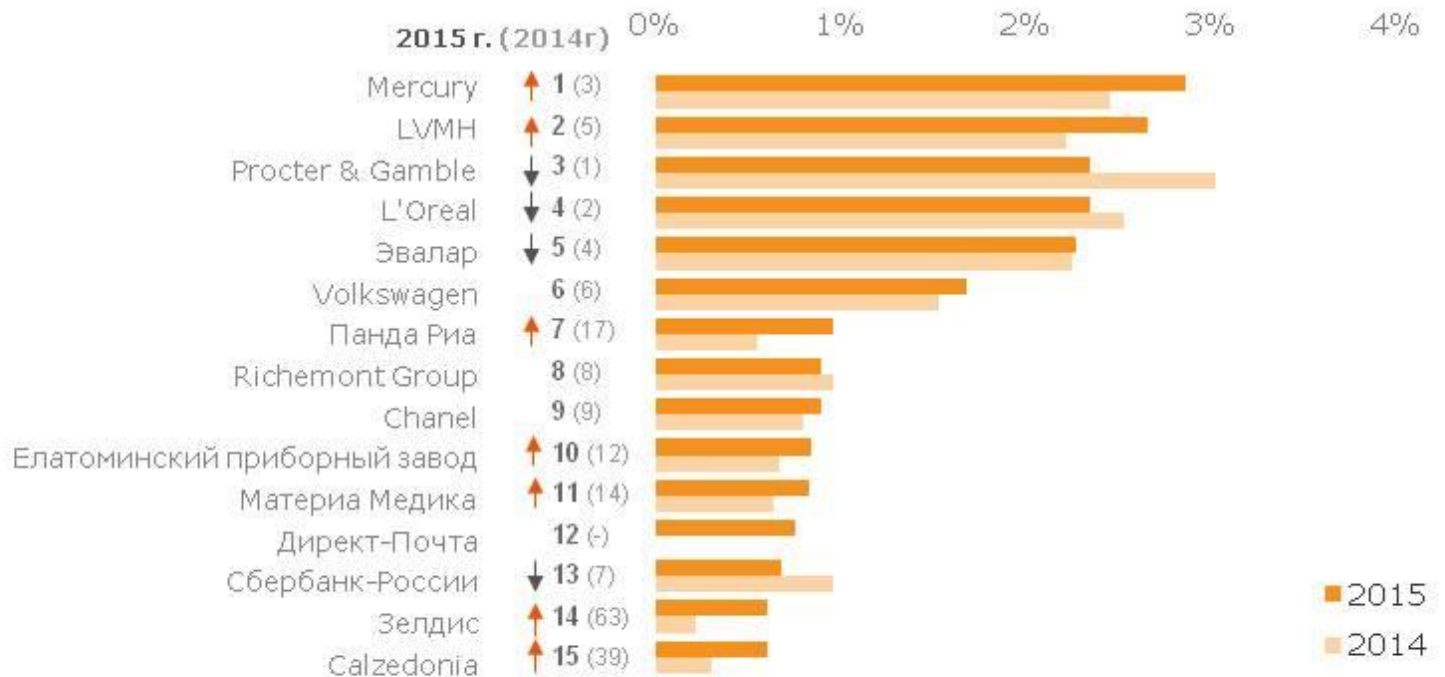
# ТОП-15 КАТЕГОРИЙ В ПРЕССЕ



Данные TNS Media Intelligence. Пресса (коммерческая реклама + свободное вложение). Москва и Санкт-Петербург. Бюджет рассчитывается в рублях по прайс-листам, без учета скидок и специальных соглашений, но с учетом надбавок за цветность и позиционирование. Сравнение с 2014 годом



# ТОП-15 РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ В ПРЕССЕ В 2015



Данные TNS Media Intelligence. Пресса (коммерческая реклама + свободное вложение). Москва и Санкт-Петербург. Бюджет рассчитывается в рублях по прайс-листам, без учета скидки специальных соглашений, но с учетом надбавок за цветность и позиционирование. Сравнение с 2014 годом

# ТОП-15 КАТЕГОРИЙ В ИНТЕРНЕТЕ

ЯНВАРЬ-АВГУСТ 2015 vs.  
ЯНВАРЬ-АВГУСТ 2014



Источник: TNS Media Intelligence, Россия, январь – август 2015, январь – август 2014, десктоп, баннерная реклама, топ по бюджетам на основании официальных прайс-листов (27 крупнейших сайтов) Сравнение с 2014 годом (26 сайтов)

## Обращают внимание на рекламу

ТВ  
42%

Пресса  
26%

Интернет  
21%

Indoor  
29%

Витрины магазинов  
21%

Outdoor  
31%

Радио  
20%

Прямая реклама домой  
/ на работу  
17%

Наземный транспорт  
19%



Источник: TNS Marketing Index Москва, 2015/2HУ

© TNS 2016

% среди москвичей 16+



## Вызывает доверие реклама

ТВ  
17%

Outdoor  
11%

Интернет  
19%

Indoor  
30%

Витрины магазинов  
20%

Пресса  
19%

Радио  
18%

Прямая реклама домой  
/ на работу  
9%

Наземный транспорт  
12%



Источник: TNS Marketing Index Москва, 2015/2HY

© TNS 2016

% от тех, кто обращает внимание на рекламу