# Информация для СМИ

**Контакт:** Марина Пливча

Тел. +7 495 935 87 18

Факс +7 495 626 52 28

Email [Marina.Plivca@tns-global.ru](mailto:Marina.Plivca@tns-global.ru)

[www.tns-global.ru](file:///\\Titan\workspace\annal\Local%20Settings\Temporary%20Internet%20Files\FinItogi_03\www.tns-global.ru)



**ИТОГИ ПЕРВОГО ПОЛУГОДИЯ 2010: РЕКЛАМНЫЙ РЫНОК РАСТЕТ**

**Москва, 2 августа 2010 г.** - TNS Media Intelligence – ведущая компания в сфере мониторинга рекламы в СМИ, представляет данные по оценке объемов рекламы, размещенной топ - рекламодателями в различных СМИ.

Так, согласно результатам исследований компании TNS Media Intelligence на ТВ в первом полугодии 2010 года, как и в первые 6 месяцев 2009 года, тройка лидеров сохраняется. По сравнению с аналогичным периодом прошлого года, лидер топ-3 компания PROCTER&GAMBLE увеличила объемы размещаемой рекламы примерно на 36% (с 37079,9 до 57863,4 GRP 30"). На одну позицию вверх поднялась компания UNILEVER, объемы рекламы которой, по сравнению с 2009 годом, тоже значительно возросли. Тройку лидеров замыкает L'OREAL.

Из динамики можно увидеть, что рынок телевизионной рекламы в этом полугодии рос преимущественно за счет участников сектора FMCG.

***Топ-20 рекламодателей на ТВ (регион – Россия, аудитория 4+, GRP 30*"*)***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Рекламодатель** | **Январь - Июнь 2009** | **Январь - Июнь 2010** | **Динамика** |
| 1 | PROCTER & GAMBLE | 37079.9 | 57863.4 | ↑ |
| 2 | UNILEVER | 28768.0 | 35300.1 | ↑ |
| 3 | L'OREAL | 31494.5 | 33509.0 | ↑ |
| 4 | HENKEL GROUP | 24457.9 | 31983.1 | ↑ |
| 5 | MARS-RUSSIA | 28612.5 | 27741.4 | ↓ |
| 6 | NESTLE | 17616.2 | 26546.8 | ↑ |
| 7 | RECKITT BENCKISER | 25742.8 | 21505.9 | ↓ |
| 8 | DANONE | 22766.3 | 18632.3 | ↓ |
| 9 | WIMM-BILL-DANN | 20449.0 | 16566.9 | ↓ |
| 10 | БИЛАЙН | 13347.8 | 16210.5 | ↑ |
| 11 | PEPSI CO | 13855.7 | 13358.6 | ↓ |
| 12 | KRAFT FOODS | 11414.0 | 13319.8 | ↑ |
| 13 | МЕГАФОН | 14577.5 | 13059.2 | ↓ |
| 14 | МТС | 16236.9 | 12758.6 | ↓ |
| 15 | КАЛИНА (КОНЦЕРН) | 8748.3 | 12675.2 | ↑ |
| 16 | COCA-COLA | 16909.6 | 12346.1 | ↓ |
| 17 | COLGATE-PALMOLIVE | 10602.1 | 10373.9 | ↓ |
| 18 | ЭЛЬДОРАДО (СЕТЬ МАГАЗИНОВ) | 8286.0 | 9021.8 | ↑ |
| 19 | BERLIN CHEMIE MENARINI GROUP | - | 7833.8 | - |
| 20 | МАРМСТАНДАРТ | - | 6573.3 | - |

В свою очередь, на радио по итогам первых шести месяцев 2010 года наблюдаются изменение в топ-3. По сравнению с прошлым годом набирает обороты компания MEDIA MARKT и занимает уверенную лидерскую позицию. Объемы рекламы на радио MEDIA MARKT возросли более чем в два раза (3740142 сек.).

На второе место перемещается прошлогодний лидер РОСМЕД, снизив объемы рекламы примерно на 30%. Стоит отметить, что ранее категория «Услуги медицинских учреждений» стабильно сохраняла доминирующие позиции среди рекламодателей топ-3. На третьем месте разместился METRO.

***Топ-20 рекламодателей на Радио***

***(регион Москва, с учетом Национального размещения, объем рекламы в сек.)***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | **Рекламодатель** | **Янв - Июн 2009** | **Янв - Июн 2010** | **Динамика** |
| 1 | MEDIA MARKT | 167158 | 374142 | ↑ |
| 2 | РОСМЕД | 452537 | 315000 | ↓ |
| 3 | METRO | 43261 | 177444 | ↑ |
| 4 | OBI | 80812 | 175993 | ↑ |
| 5 | IKEA | 29014 | 174980 | ↑ |
| 6 | НИАРМЕДИК ПЛЮС | 201473 | 154549 | ↓ |
| 7 | INFON |  | 132687 | - |
| 8 | Б1 MAXIMUM | 93235 | 129986 | ↑ |
| 9 | МОСМАРТ |  | 122759 | - |
| 10 | МАТЕРИА МЕДИКА | 121657 | 118781 | ↓ |
| 11 | X5 RETAIL GROUP | 25607 | 112322 | ↑ |
| 12 | ОРИГИТЕКС-А | 3855 | 109093 | ↑ |
| 13 | СТОЛИЦА (МЕД.ЦЕНТР) | 90158 | 103943 | ↑ |
| 14 | ON CLINIC | 20742 | 102204 | ↑ |
| 15 | МАСТЕР БАНК | 177251 | 101592 | ↓ |
| 16 | АНТЕК (МЕДИЦИНСКИЙ ЦЕНТР) | 113287 | 92109 | ↓ |
| 17 | ТЭСКОМ | 103725 | 91673 | ↓ |
| 18 | IL NATURE |  | 91211 | - |
| 19 | ИНКОМ-НЕДВИЖИМОСТЬ | 108365 | 91133 | ↓ |
| 20 | CAPITAL GROUP | 131364 | 90181 | ↓ |

В сегменте печатных изданий концерн L'OREAL сохраняет лидирующие позиции по объему размещенной рекламы. Второе место по итогам полугодия занял PROCTER&GAMBLE, третье – MERCURY.

***Топ-20 рекламодателей в Прессе***

***(регион Москва, с учетом Национального размещения, объем рекламы, площадь А2)***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | **Рекламодатель** | **Янв - Июн 2009** | **Янв - Июн 2010** | **Динамика** |
| 1 | L'OREAL | 464.14 | 433.42 | ↓ |
| 2 | PROCTER & GAMBLE | 237.07 | 381.93 | ↑ |
| 3 | MERCURY | 270.55 | 363.22 | ↑ |
| 4 | LOUIS VUITTON MOET HENNESSY SA | 207.66 | 185.16 | ↓ |
| 5 | VOLKSWAGEN | 239.32 | 169.29 | ↓ |
| 6 | ЭВАЛАР | 66.89 | 159.12 | ↑ |
| 7 | SAMSUNG ELECTRONICS | 65.42 | 134.50 | ↑ |
| 8 | X5 RETAIL GROUP | 65.57 | 106.10 | ↑ |
| 9 | JAPAN TOBACCO INC. | 88.79 | 103.31 | ↑ |
| 10 | BMW | 28.00 | 100.74 | ↑ |
| 11 | TOYOTA | 64.88 | 96.44 | ↑ |
| 12 | ПОЧТА СЕРВИС | 59.23 | 96.28 | ↑ |
| 13 | CHANEL | 91.63 | 88.77 | ↓ |
| 14 | PEUGEOT CITROEN RUS | 77.88 | 88.65 | ↑ |
| 15 | NISSAN | 129.29 | 87.25 | ↓ |
| 16 | UNILEVER | 43.67 | 85.34 | ↑ |
| 17 | БИФРИ | 71.48 | 80.64 | ↑ |
| 18 | ИНКОМ-НЕДВИЖИМОСТЬ | 69.93 | 80.35 | ↑ |
| 19 | FORD MOTOR CO | 144.15 | 77.06 | ↓ |
| 20 | BOSCO DI CILIEGI | 50.56 | 74.99 | ↑ |

В наружной рекламе ПРАВИТЕЛЬСТВО МОСКВЫ уступает свою лидерскую позицию компании NESTLE, количество выходов рекламы которой возросло многократно (с 1082 до 6122). По мнению экспертов TNS Media Intelligence, это обусловлено снижением влияния кризиса и восстановлением сегмента наружной рекламы. Если в прошлом году в лидерском составе была зафиксирована только одна коммерческая организация, то в этом году они составляют уверенную тройку лидеров.

***Топ-20 рекламодателей в Наружной рекламе***

***(регион Москва, с учетом Национального размещения, количество выходов рекламы)***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | **Рекламодатель** | **Янв - Июн 2009** | **Янв - Июн 2010** | **Динамика** |
| 1 | NESTLE | 1086 | 6122 | ↑ |
| 2 | АЛЬКОР И К | 2036 | 4135 | ↑ |
| 3 | PROCTER & GAMBLE | 2150 | 3463 | ↑ |
| 4 | БИЛАЙН | 3455 | 3253 | ↓ |
| 5 | МТС | 2659 | 3119 | ↑ |
| 6 | KRAFT FOODS | 1156 | 3074 | ↑ |
| 7 | SAB | 959 | 2884 | ↑ |
| 8 | НОВАЯ ЗАРЯ | 2838 | 2753 | ↓ |
| 9 | БАЛТИКА ПИВОВАРЕННАЯ КОМПАНИЯ | 2420 | 2745 | ↑ |
| 10 | CENTRAL PARTNERSHIP | 1163 | 2741 | ↑ |
| 11 | М.ВИДЕО | 2525 | 2685 | ↑ |
| 12 | MCDONALD'S | 1929 | 2569 | ↑ |
| 13 | ПРАВИТЕЛЬСТВО МОСКВЫ | 5499 | 2471 | ↓ |
| 14 | SUN INBEV | 3130 | 2157 | ↓ |
| 15 | L'OREAL | 2144 | 2148 | ↑ |
| 16 | LOUIS VUITTON MOET HENNESSY SA | 1164 | 1983 | ↑ |
| 17 | CLARINS |  | 1767 | - |
| 18 | MARS-RUSSIA | 251 | 1757 | ↑ |
| 19 | METRO | 1374 | 1720 | ↑ |
| 20 | ЕДИНАЯ ЕВРОПА | 31 | 1708 | ↑ |

В целом, анализируя итоги первых шести месяцев 2010 года, можно увидеть, что рекламный рынок восстанавливается, о чем свидетельствует увеличение объемов рекламы в различных СМИ.

\*\*\*\*\*

**О компании:**

**TNS Россия** - ведущая исследовательская компания на российском рынке, представляющая три направления исследовательской деятельности: синдикативные медиа-измерения (TNS Media Research), мониторинг рекламы и СМИ (TNS Media Intelligence), заказные маркетинговые исследования (Custom Business) в таких секторах, как потребительские рынки, медиа, финансовые и B2B услуги, IT и телекоммуникации, автомобили. Деятельность компании основана на международных стандартах проведения медиа - и маркетинговых исследований. На российском рынке клиентами TNS Россия является большинство рекламных агентств, телевизионных каналов, радиостанций, издательских домов, интернет-компаний, а также компаний-рекламодателей, ведущих производителей товаров и услуг. Для специалистов медийного и рекламного рынка информационные базы TNS Россия служат основой для принятия стратегических решений.

**TNS Media Intelligence:** TNS является крупнейшим в России поставщиком данных мониторинга рекламы по различным рекламным носителям: ТВ, пресса, наружная реклама, радио. Ежедневно специалисты сектора Media Intelligence обрабатывают телеэфир 33 российских городов (это более 500 технических частот, на которых вещают 20 национальных и около 300 местных телекомпаний), эфир 36 радиостанций Москвы и 17 в Санкт-Петербурге, и более 1000 печатных СМИ из 13 регионов РФ. TNS использует уникальные технологии регистрации рекламы и информации, позволяющие отследить выход рекламы в СМИ или появление иного новостного материала в оперативном режиме. Итогом работы служит самая актуальная информация об объемах рекламы, рекламодателях, рекламных кампаниях, информационных сюжетах и о многом другом.

Подробнее на [www.tns-global.ru](http://www.tns-global.ru)

**О Kantar Media:**

**Kantar Media** имеет филиалы в более чем 50-ти странах мира. Это позволяет холдингу сопоставлять мультимедийные коммуникации посредством анализа выходов рекламы и данных по аудитории в печатных изданиях, на радио, телевидении, в Интернете, киноиндустрии, системах мобильной связи, социальных сетях и наружной рекламе во всем мире. Ключевые направления работы Kantar Media:

* «Intelligence» (сбор маркетинговой и рекламной информации), основанная на возможностях TNS Media Intelligence;
* «Audiences» (измерения аудитории различных СМИ), базирующаяся на TNS Media Research;
* «Target Group Index & Custom» (точечные мультимедийные исследования), выросшие из проектов BMRB Media.

В группу компаний Kantar Media также входят компании Compete, Cymfony и SRDS Media Solutions. Являясь признанным экспертом в своей области, Kantar Media осуществляет мониторинг более 3-х миллионов брендов и обслуживает более 22 000 различных компаний.

Подробнее на [www.kantarmedia.com](http://www.kantarmedia.com)