

Review

TNS Media Intelligence

1H 2011 года





Обзор рекламного рынка
(ТВ, Радио, Пресса, Наружная
реклама, Интернет)
1Н 2011 года



Типы СМИ

- Телевидение (национальный эфир + локальный эфир в 30 регионах России)
- Пресса (национальные издания + локальные издания Москвы и СПб)
- Радио (национальный эфир + локальный эфир Москвы и СПб)
- Наружная реклама (статические наружные конструкции в 50 регионах России)
- Интернет (баннерная реклама, около 200 сайтов по Москве и Санкт-Петербургу)

Оценка бюджетов

- При расчете бюджета использованы официальные расценки телекомпаний и медиа-селлеров, издательских домов, радиостанций в рублях без учета налогов, объемных скидок и надбавок за позиционирование в блоке для ТВ, но с учетом надбавок за позиционирование и цветность в Прессе. При оценке на ТВ учитывается сезонный коэффициент. При оценке Наружной рекламы учитывается единый налог на вмененный доход (ЕНВД) и зона размещения конструкции.

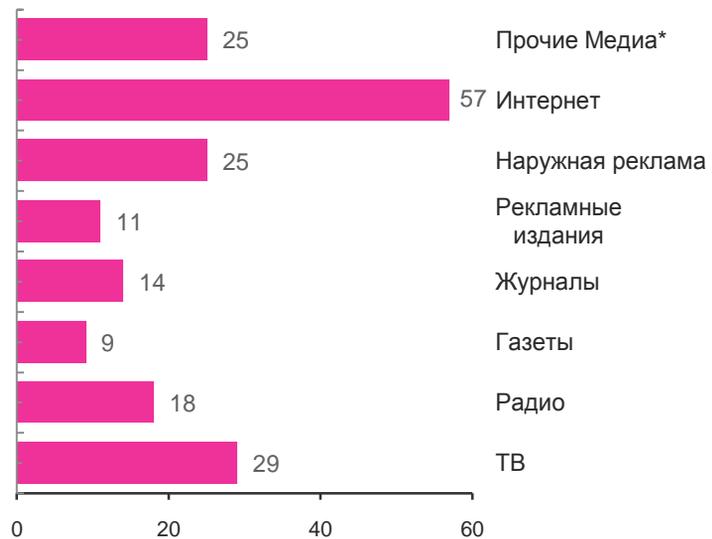
Обзор рекламного рынка



Для обзора рекламного рынка России приведены данные АКАР (Ассоциации Коммуникационных Агентств России).

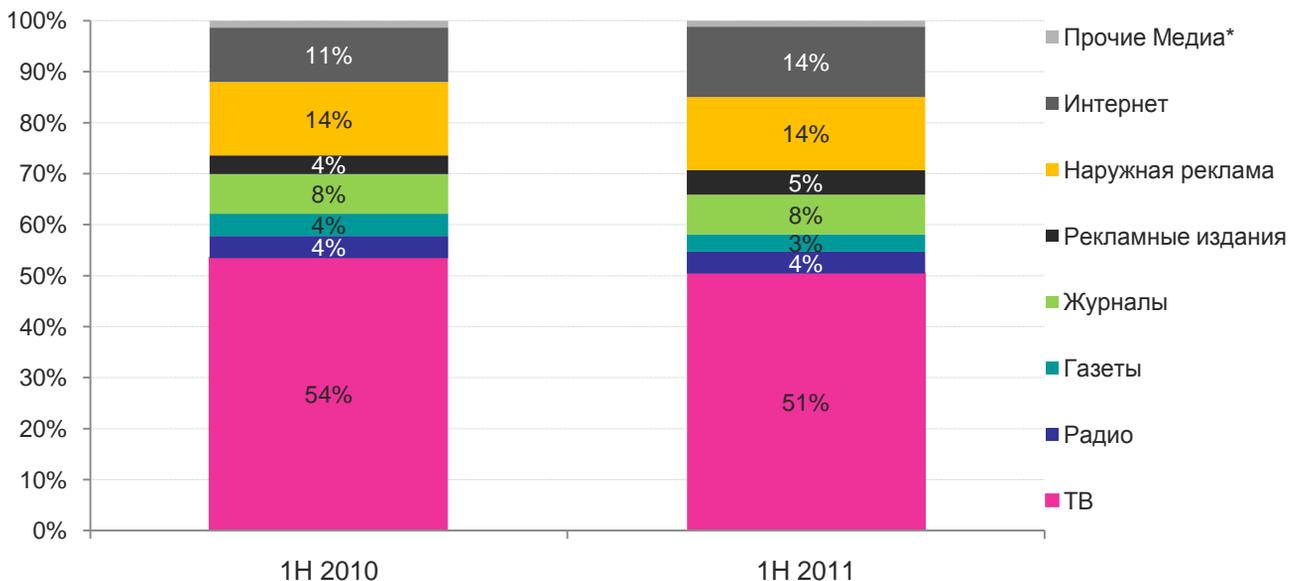
Суммарный объем рекламы в средствах ее распространения за вычетом НДС, почти **122 млрд.руб.**, что на **28%** больше, чем за аналогичный период предыдущего года. Фактически все сегменты рекламного рынка продемонстрировали положительную динамику к показателям 1 полугодия 2010 года. Самый большой прирост показал Интернет, увеличив объем рекламы на 57%.

Динамика объемов рекламного рынка:
1H 2011 vs. 1H 2010, %



*Indoor-реклама, реклама в кинотеатрах и реклама на кабельных и спутниковых телеканалах.

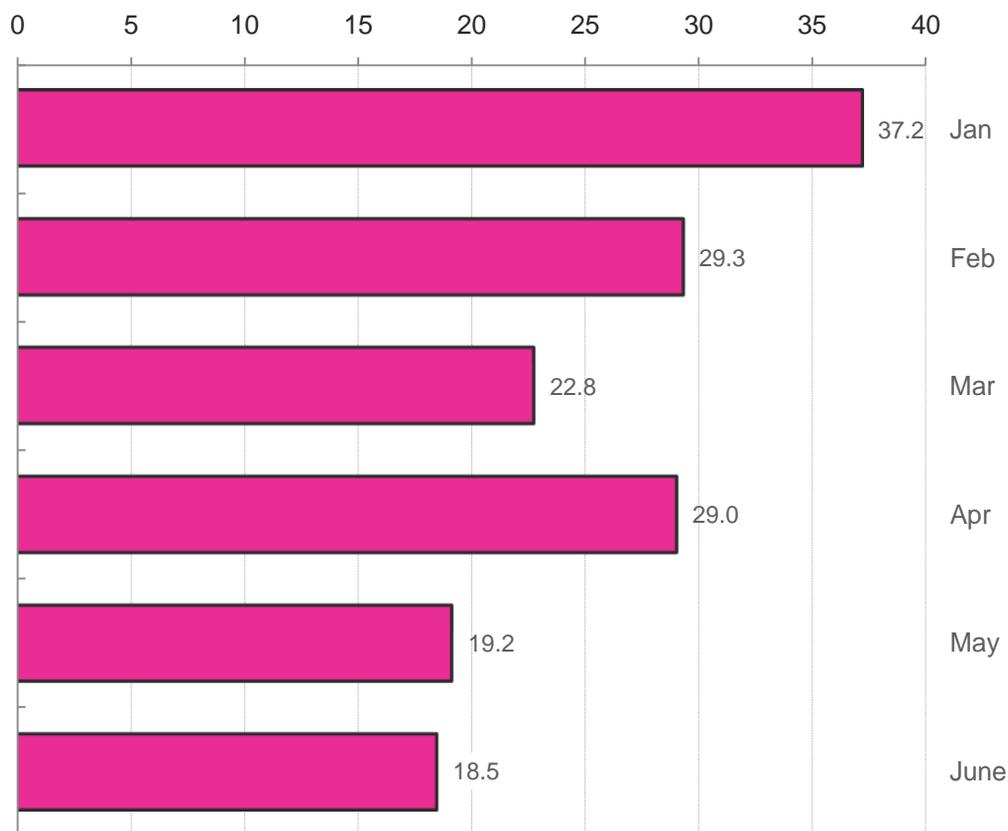
Динамика объемов рекламного рынка 1H 2011 vs. 1H 2010, %



Источник: данные АКАР. Net бюджеты, без учета НДС.

Динамика объемов рынка рекламы по месяцам

1Н 2011 vs. 1Н 2010, %



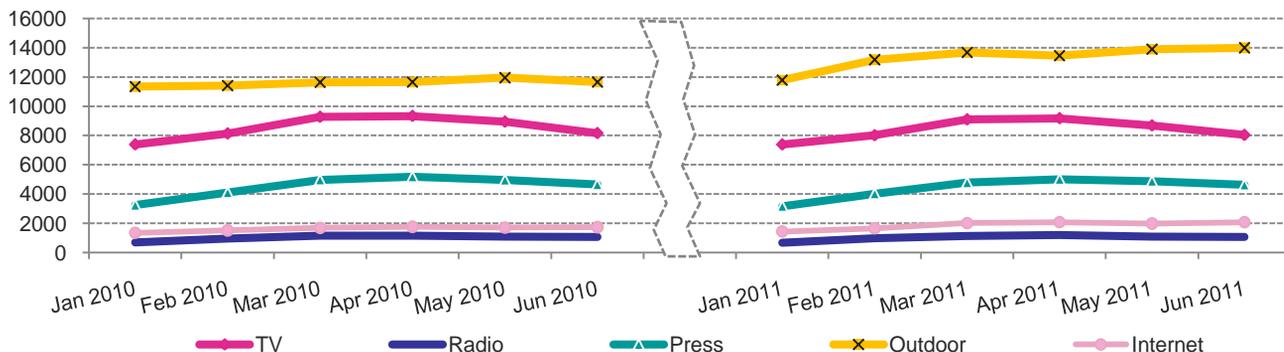
В **январе 2011 года** объемы рекламы возросли на **37,1%** - это самый высокий показатель полугодия, в **феврале** на **29,2%**, в **марте** прирост составил **22,6%** по сравнению с соответствующими месяцами 1 полугодия 2010. Затем в **апреле** вновь произошел скачок рекламных объемов - прирост составил **29,0%**, в **мае** и **июне** 2011 прирост постепенно снижался до **19,2%** и **18,5%** соответственно.

Источник: TNS Media Intelligence, При расчете бюджета использованы официальные расценки телекомпаний и медиа-селлеров, издательских домов и радиостанций без учета налогов, объемных скидок и надбавок за позиционирование в блоке для ТВ, но с учетом надбавок за позиционирование и цветность в Прессе. При оценке на ТВ учитывается сезонный коэффициент. При оценке Наружной рекламы учитывается единый налог на вмененный доход (ЕНВД) и зона размещения конструкции

Количество рекламодателей 1Н 2011 vs. 1Н 2010



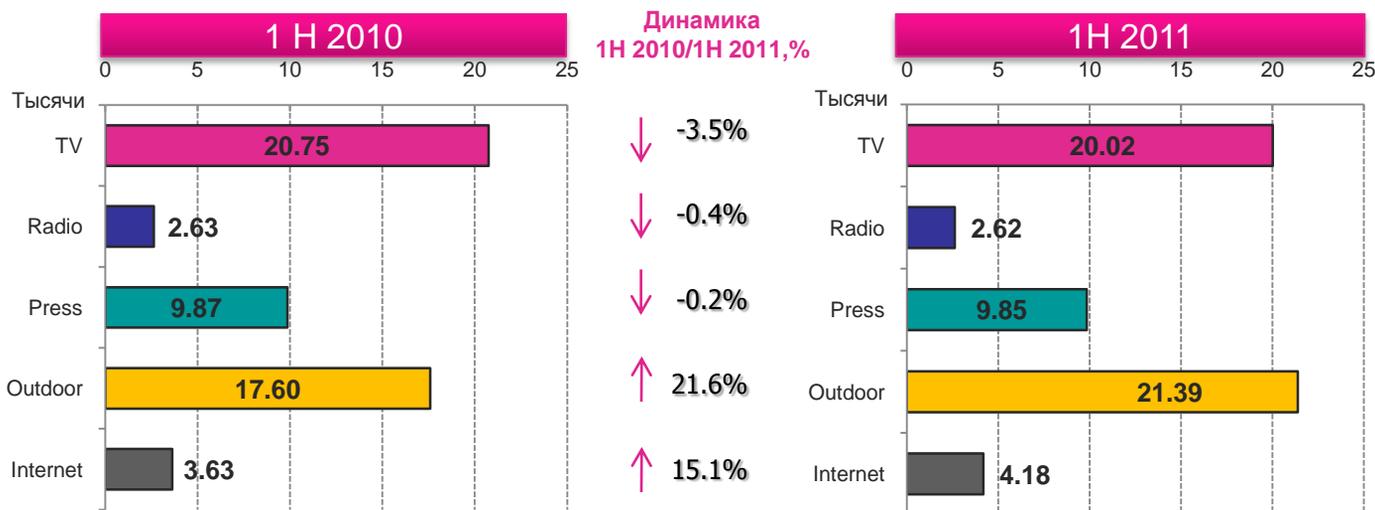
Количество рекламодателей по типам СМИ, 1Н 2010 vs. 1Н 2011



Однако, общее число рекламодателей во всех СМИ в 1 полугодии 2011 года составило **47934** компании, что на **6,5%** больше показателя аналогичного периода прошлого года, когда в СМИ разместилось **45023** компании.

Наиболее сильный спад в количестве рекламодателей зафиксирован на **ТВ (-3,5%)**. В **Прессе** и **Радио** число рекламодателей сократилось незначительно, **Радио (-0,4%)**, **Пресса (-0,2%)**

В **Наружной рекламе** и **Интернете** зафиксирована положительная динамика, так в **Наружной рекламе** количество рекламодателей увеличилось на **21,6%**; в **Интернете** количество выросло на **15,1%**, по сравнению с аналогичным периодом 2010 года.



Источник: TNS Media Intelligence, При расчете бюджета использованы официальные расценки телекомпаний и медиа-селлеров, издательских домов и радиостанций без учета налогов, объемных скидок и надбавок за позиционирование в блоке для ТВ, но с учетом надбавок за позиционирование и цветность в Прессе. При оценке на ТВ учитывается сезонный коэффициент. При оценке Наружной рекламы учитывается единый налог на вмененный доход (ЕНВД) и зона размещения конструкции

ТОП-50 рекламодателей на рынке рекламы в 1Н 2011



№	Рекламодатель	% от...
1	PROCTER & GAMBLE	5.13%
2	L'OREAL	3.06%
3	NESTLE	2.90%
4	HENKEL GROUP	2.65%
5	MARS-RUSSIA	2.51%
6	WIMM-BILL-DANN	2.13%
7	UNILEVER	1.93%
8	RECKITT BENCKISER	1.78%
9	DANONE	1.65%
10	KRAFT FOODS	1.49%
11	MTC	1.49%
12	NOVARTIS	1.45%
13	PEPSI CO	1.24%
14	COCA-COLA	1.16%
15	МЕГАФОН	1.12%
16	БАЛТИКА ПИВОВАРЕННАЯ КОМПАНИЯ	1.10%
17	FERRERO	1.07%
18	КАЛИНА (КОНЦЕРН)	1.02%
19	ЭВАЛАП	0.91%
20	COLGATE-PALMOLIVE	0.82%
21	БИЛАЙН	0.81%
22	VOLKSWAGEN	0.79%
23	М.ВИДЕО	0.67%
24	ФАРМСТАНДАРТ	0.66%
25	ЭЛЬДОРАДО (СЕТЬ МАГАЗИНОВ)	0.61%
26	JOHNSON & JOHNSON	0.57%
27	BERLIN-CHEMIE MENARINI GROUP	0.57%
28	SUN INBEV	0.56%
29	ORIMI TRADE	0.55%
30	BEIERSDORF AG (BDF)	0.54%
31	SAMSUNG ELECTRONICS	0.53%
32	MCDONALD'S	0.50%
33	LOUIS VUITTON MOET HENNESSY SA	0.47%
34	GENERAL MOTORS CORP	0.46%
35	SANOFI AVENTIS	0.45%
36	CENTRAL PARTNERSHIP	0.44%
37	MITSUBISHI MOTORS	0.43%
38	GLAXOSMITHKLINE	0.41%
39	NISSAN	0.41%
40	X5 RETAIL GROUP	0.40%
41	HEINEKEN	0.39%
42	BAYER AG	0.38%
43	СБЕРБАНК РОССИИ	0.37%
44	S.C.JOHNSON	0.37%
45	WALT DISNEY STUDIOS SONY PICTURES RELEASING	0.36%
46	НАЦИОНАЛЬНАЯ СПУТНИКОВАЯ КОМПАНИЯ	0.36%
47	PEUGEOT CITROEN RUS	0.35%
48	CHANEL	0.35%
49	НЭФИС КОСМЕТИКС	0.35%
50	METRO GROUP	0.35%

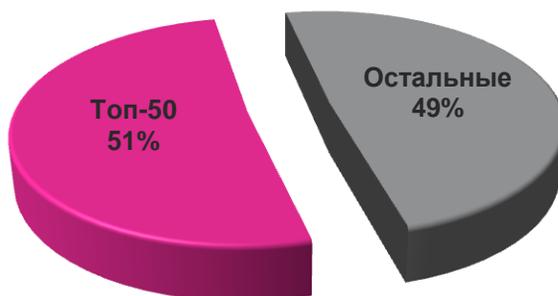
На **ТОП-50** рекламодателей в СМИ **1 полугодия 2011 года** приходится **51%** рекламного бюджета всего рынка.

Так, на первом месте торгово-производственная корпорация **Procter & Gamble**, увеличившая свои показатели по сравнению с предыдущим годом на **25%**.

На втором месте производитель косметики и парфюмерии **L'oreal**, который в 1 полугодии 2011г. увеличил рекламные бюджеты на 5%.

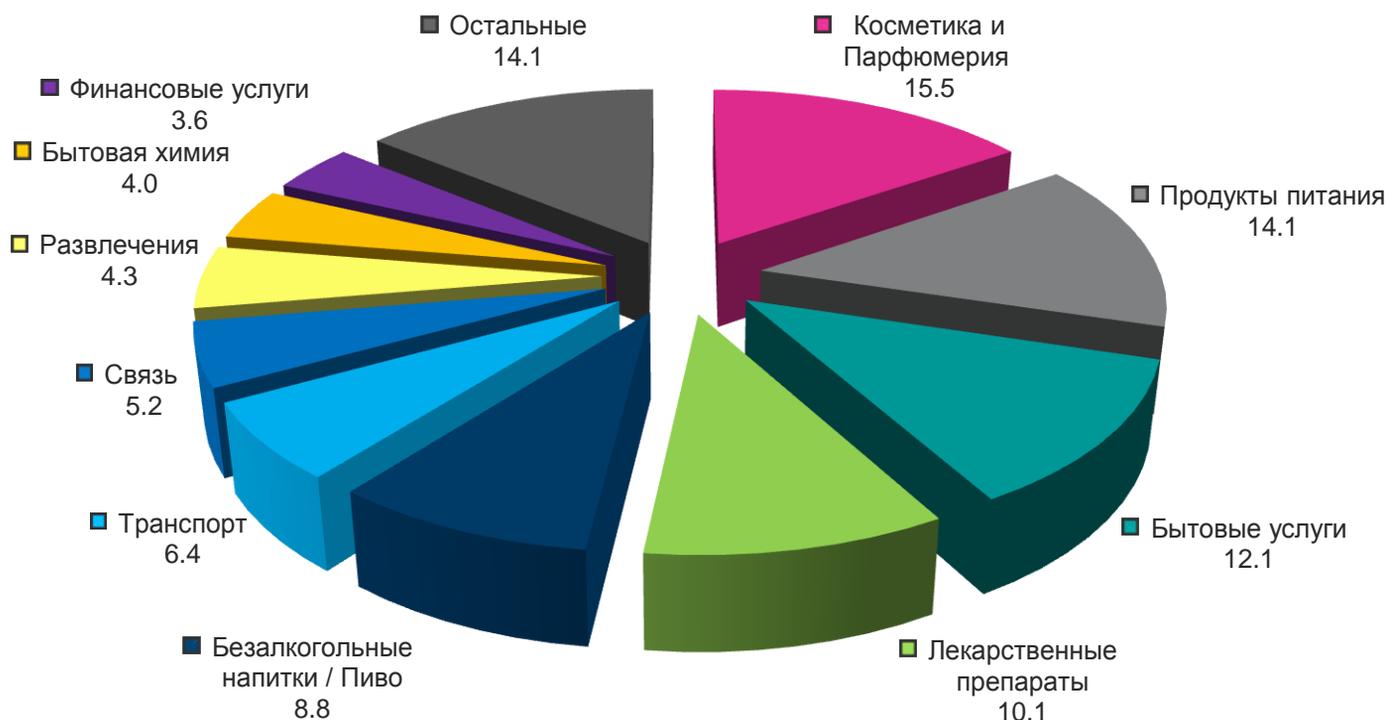
На третьем месте - производитель продуктов питания **Nestle**, с увеличением на **32%**, по сравнению с 1 полугодием 2010 года.

ТОП-50 в 1 полугодии 2011 года пополнили такие рекламодатели как Sanofi Aventis, Mitsubishi Motors, Nissan, X5 Retail Group, Walt Disney Studios Sony Pictures Releasing, Национальная Спутниковая Компания, Chanel, Нэфис Косметикс, не вошедшие в ТОП-50 в 1 полугодии 2010 года.



Источник: TNS Media Intelligence, При расчете бюджета использованы официальные расценки телекомпаний и медиа-селлеров, издательских домов и радиостанций без учета налогов, объемных скидок и надбавок за позиционирование в блоке для ТВ, но с учетом надбавок за позиционирование и цветность в Прессе. При оценке на ТВ учитывается сезонный коэффициент. При оценке Наружной рекламы учитывается единый налог на вмененный доход (ЕНВД) и зона размещения конструкции

ТОП-10 категорий за 1Н 2011



Лидирующую тройку в 1 квартале 2011 года занимают следующие категории:

На первом месте – «**Косметика и Парфюмерия**», по сравнению с 1 кварталом 2010 года рекламный бюджет данной категории вырос **на 25%**;

На втором – категория «**Продукты питания**», увеличившая свои показатели **на 34%** по сравнению аналогичным периодом 2010 года.

На третьем – категория «**Бытовые услуги**», ее показатели в 1 полугодии 2011 года увеличились **на 20%** по сравнению с соответствующим периодом 2010 года.

Всего на **ТОП-10** категорий приходится около **84%** рекламного рынка.

В сектор «**Остальные**» входят различные категории рынка, среди которых «СМИ» (3,3%), «Бытовая техника» (2,2%), «Одежда и обувь» (2,3%), «Недвижимость» (1,5%) и многие другие.

Источник: TNS Media Intelligence, При расчете бюджета использованы официальные расценки телекомпаний и медиа-селлеров, издательских домов и радиостанций без учета налогов, объемных скидок и надбавок за позиционирование в блоке для ТВ, но с учетом надбавок за позиционирование и цветность в Прессе. При оценке на ТВ учитывается сезонный коэффициент. При оценке Наружной рекламы учитывается единый налог на вмененный доход (ЕНВД) и зона размещения конструкции

Обзор носителей на рынке рекламы в 1Н 2011

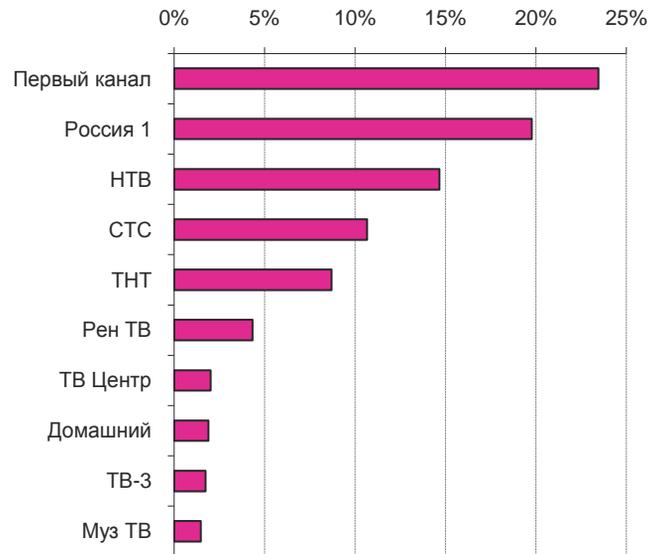


В первой тройке **ТОП-10 по ТВ** (расчет по национальным и локальным размещениям рекламы) находятся телеканалы Первый канал, Россия 1 и НТВ.

Лидирующие позиции по привлеченному бюджету в **Прессе** занимают еженедельная газета Комсомольская правда (w), на втором месте – еженедельный журнал Антенна-телесемь, на третьем – ежедневная газета Аргументы и Факты.

В тройке лидеров на **Радио** – Европа Плюс, Авторadio и Ретро FM. Отметим, что в ТОП-10 радиостанций входят 3 станции Европейской Медиа Группы, 3 станции – Вещательной Корпорации Проф-Медиа, и по одной радиостанции Русской Медиа группы и Объединенных Медиа.

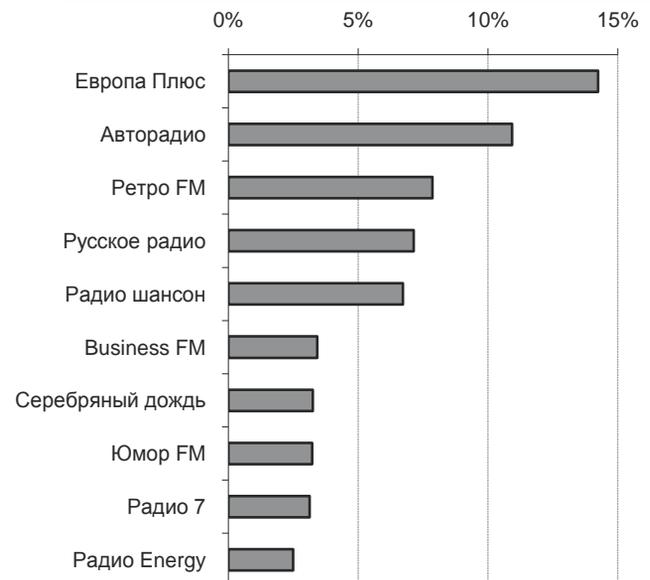
Доля ТОП-10 телеканалов



Доля ТОП-10 изданий



Доля ТОП-10 радиостанций

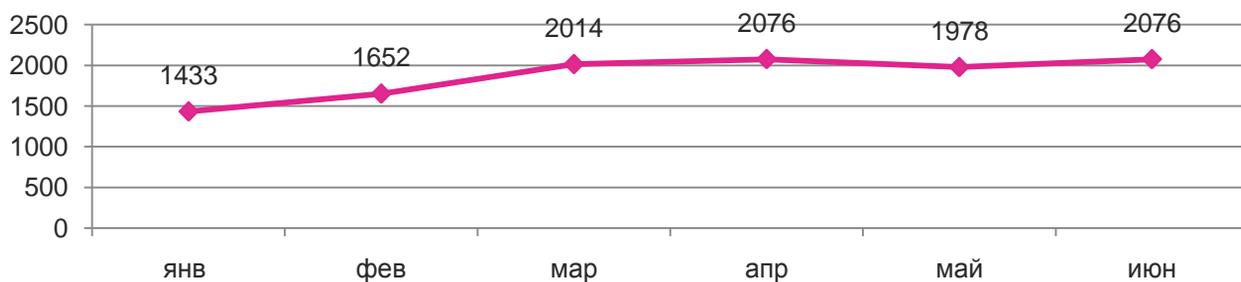


Источник: TNS Media Intelligence, При расчете бюджета использованы официальные расценки телекомпаний и медиа-селлеров, издательских домов и радиостанций без учета налогов, объемных скидок и надбавок за позиционирование в блоке для ТВ, но с учетом надбавок за позиционирование и цветность в Прессе. При оценке на ТВ учитывается сезонный коэффициент. При оценке Наружной рекламы учитывается единый налог на вмененный доход (ЕНВД) и зона размещения конструкции

Данные по рекламному рынку в сети Интернет, 1Н 2011



Количество рекламодателей в Интернете, 1Н 2011



Общее количество рекламодателей в сети Интернет за весь исследуемый период составило 4181 компания, так:

- в январе 2011 было зафиксировано 1434 рекламодателя;
- в феврале данный показатель составил 1656 рекламодателей;
- в марте данный показатель увеличился на 584 рекламодателя и составил 2018 компаний.
- в апреле 2011 в интернете разместили рекламу 2076 рекламодателей;
- в мае – 1978;
- в июне – 2076 рекламодателей.

В 1 полугодии 2011 года порядка **2072** уникальных рекламодателя не размещали рекламу в других СМИ.

ТОП-10 интернет-холдингов по количеству рекламодателей (шт.) на рынке рекламы, 1Н 2011

Интернет-холдинг	Кол-во рекламодателей
Mail.ru	992
Rbc	912
Одноклассники.ru	501
Ид комсомольская правда	461
Sanoma independent media	458
Sup media	428
Яндекс	360
Rambler	291
Авто.ру	289
Фонтанка	280

Количество рекламодателей на рынке рекламы в 1 полугодии 2011 года по Интернет-холдингам распределилось следующим образом:

992 рекламодателя отдали свое предпочтение сайтам холдингам **Mail.ru**;

912 рекламодателей разместили свою рекламу на сайтах **RBC**;

501 рекламодатель - на **Одноклассники.ru**

НОВОЕ

В проект **по мониторингу рекламы в Интернете** более 30 сайтов переведены на новый алгоритм сбора рекламы, с расширением геотаргетинга.



С Января 2011 года стартовал новый проект по мониторингу локальной рекламы на Радио в 12 городах России.



WEB-версия ПО для работы с данными мониторинга – **AdExpress**: онлайн сервис с модулями отчетов с готовыми решениями для типовых задач, полный обзор рекламной кампании: от размещения до просмотра креативов.



Контактная информация:

TNS Russia
Сектор Media Intelligence
+7 (495) 737-06-05
121248, г. Москва
Кутузовский проспект, д.12, стр.2
innovations@tns-global.ru



По вопросам публикации обращаться в PR-отдел: Анна Лачко, +7 (495) 935-87-18