

ГРАММОФОН



Г Р У П П А К О М П А Н И Й

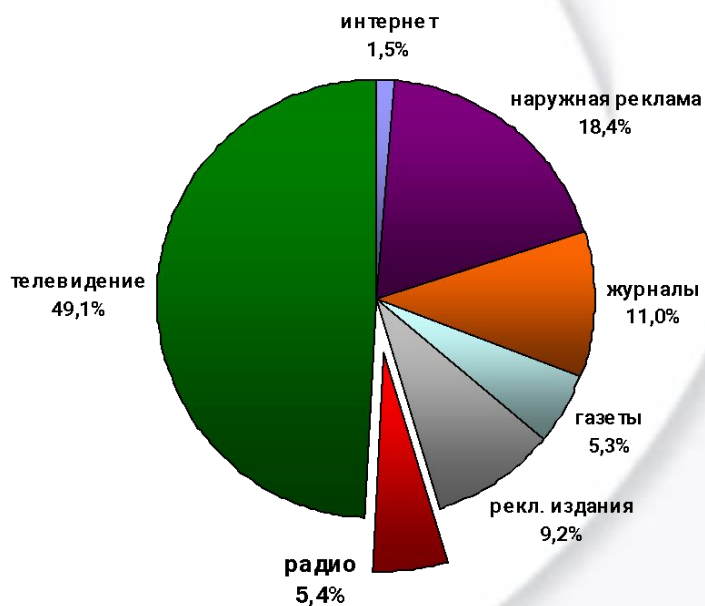
123298, Москва, ул. 3-я Хорошевская, д. 12, тел.: (495) 913-9963, 105-3500, 748-0808, факс: (495) 913-7217
www.grammofon.ru

ОБЪЕМ РЕКЛАМЫ В СРЕДСТВАХ ЕЁ РАСПРОСТРАНЕНИЯ , 2006 г.

В мире в целом



В России



В России из-за большого количества поверхностей, большой процент рекламных «денег» приходится на наружную рекламу

ГРАММ ФОН
ГРУППА КОМПАНИЙ

123298, Москва, ул. 3-я Хорошевская, д. 12, тел.: (495) 913-9963, 105-3500, 748-0808, факс: (495) 913-7217
www.grammofon.ru

Распределение видов СМИ по затраченному времени

США



РОССИЯ



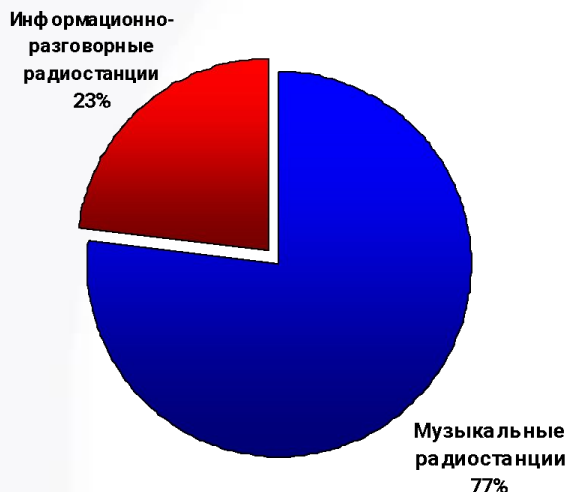
В России на прослушивание радио, население тратит больше свободного времени, чем в США.

ГРАММ ФОН
ГРУППА КОМПАНИЙ

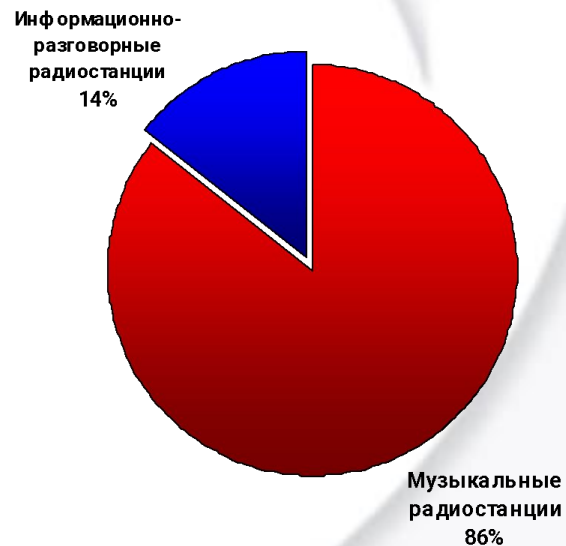
123298, Москва, ул. 3-я Хорошевская, д. 12, тел.: (495) 913-9963, 105-3500, 748-0808, факс: (495) 913-7217
www.grammofon.ru

Распределение слушателей и рекламных бюджетов между музыкальными и информационно-разговорными радиостанциями

Доля радиостанций среди всех слушателей радио, AQH Share



Распределение рекламных бюджетов между информационно-разговорными и музыкальными радиостанциями, %

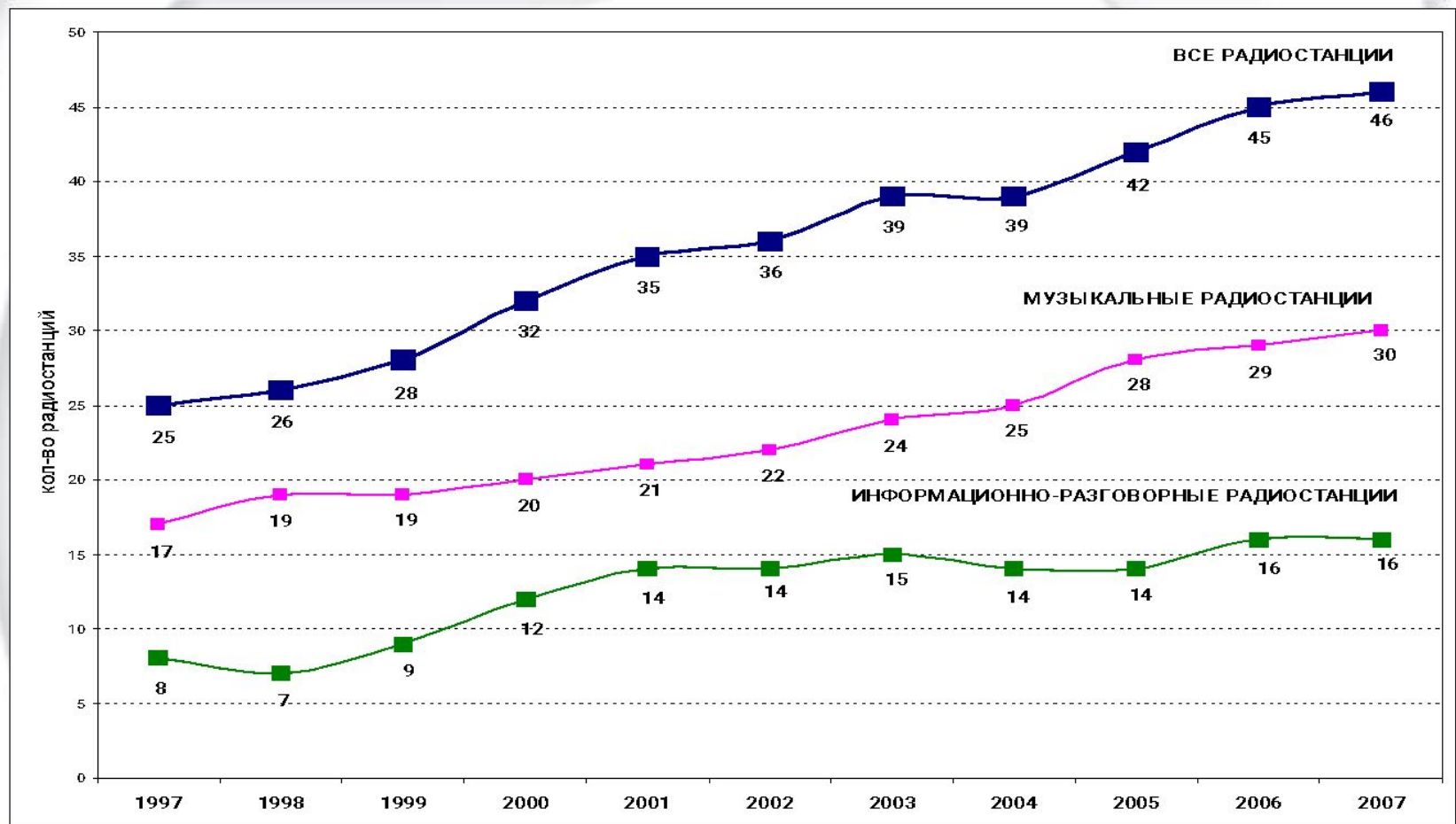


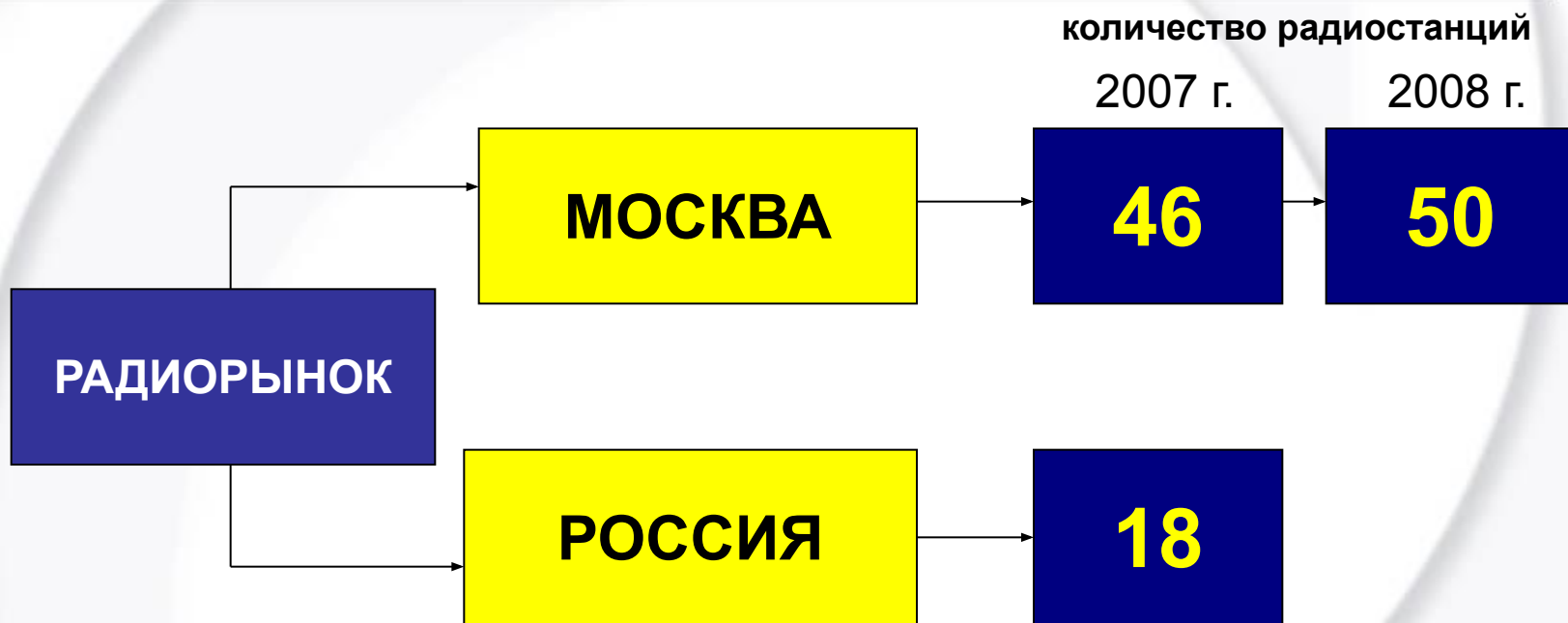
Основная доля слушателей радио, приходится на музыкальные станции и большая часть рекламных бюджетов, также распределяется среди этих станций

ГРАММ ФОН
ГРУППА КОМПАНИЙ

123298, Москва, ул. 3-я Хорошевская, д. 12, тел.: (495) 913-9963, 105-3500, 748-0808, факс: (495) 913-7217
www.grammofon.ru

КОЛИЧЕСТВО РАДИОСТАНЦИЙ НА РЫНКЕ



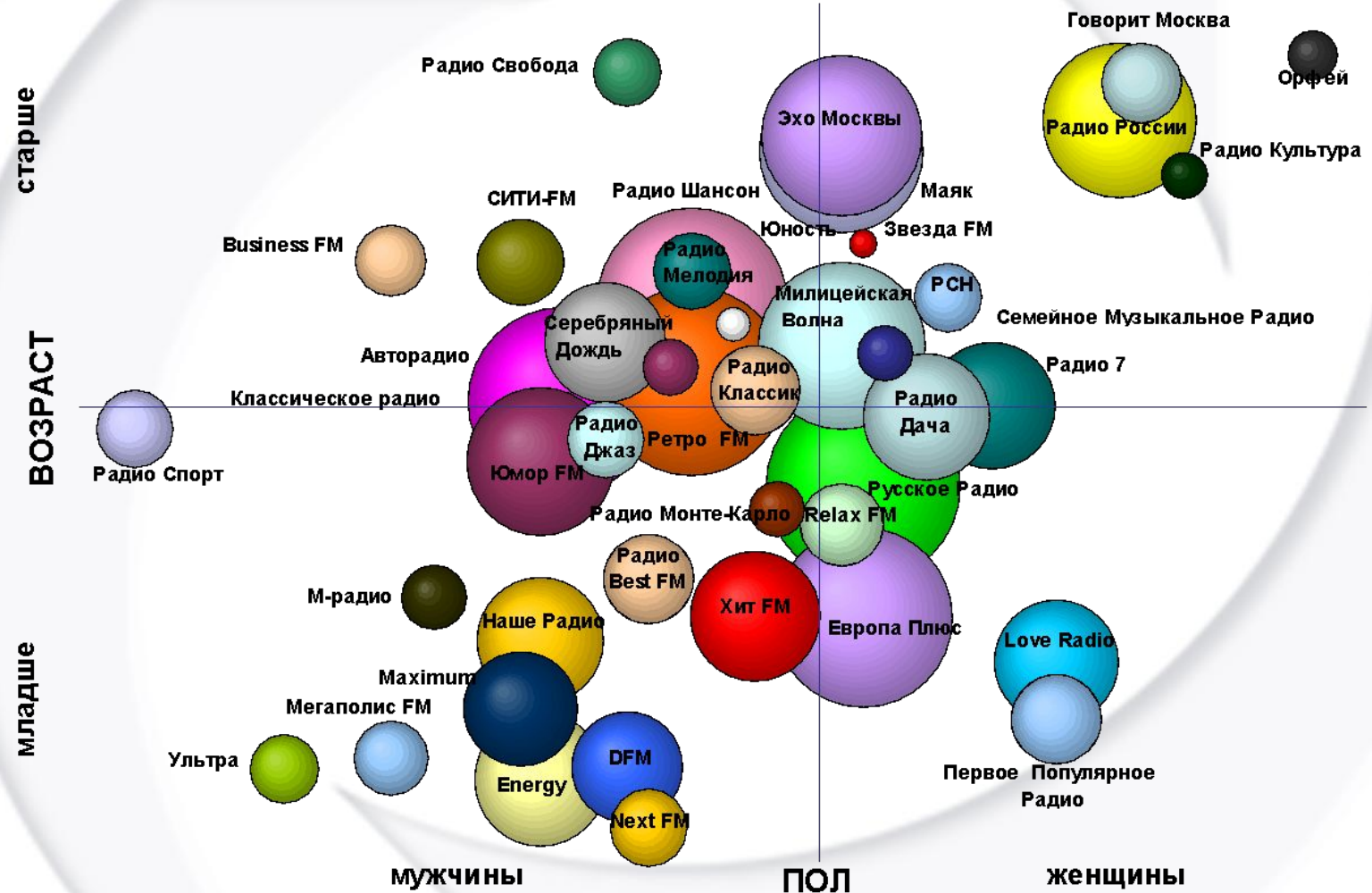


За период с 2000 – 2007 г. на рынке Москвы количество радиостанций увеличилось, с 32 до 46.

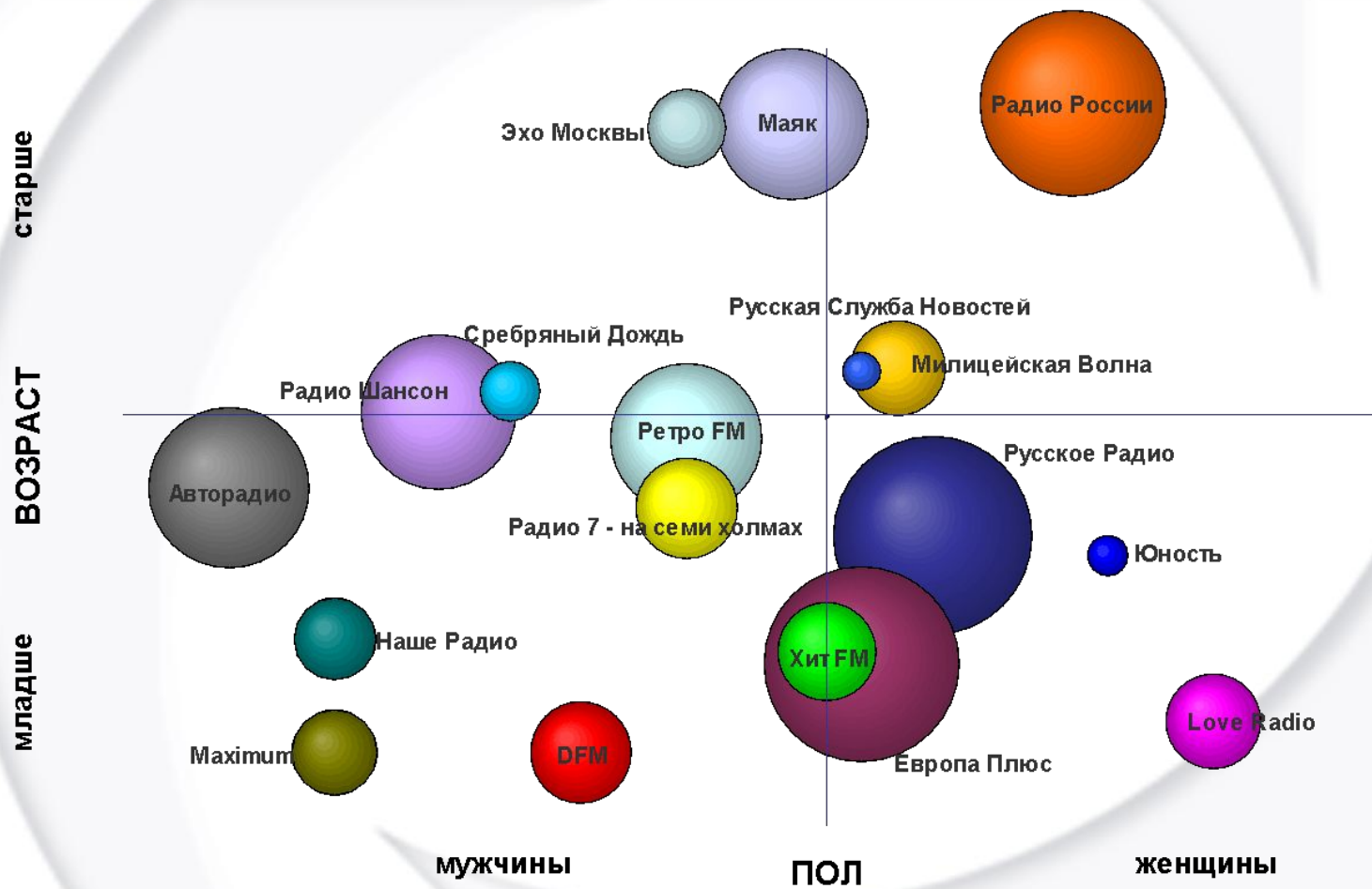
ГРАММ  ФОН
ГРУППА КОМПАНИЙ

123298, Москва, ул. 3-я Хорошевская, д. 12, тел.: (495) 913-9963, 105-3500, 748-0808, факс: (495) 913-7217
www.grammofon.ru

АУДИТОРИИ РАДИОСТАНЦИЙ В МОСКВЕ



АУДИТОРИИ РАДИОСТАНЦИЙ В РОССИИ



СЕГМЕНТАЦИЯ РАДИОРЫНКА МОСКВЫ



Крупнейшие холдинги

11 ХОЛДИНГОВ



41 %

доля холдингов
от всех
слушателей
радио

ГРАММ ФОН
ГРУППА КОМПАНИЙ

TOP 20 рекламодателей на радио, 2000-2006 гг.

2000	2007
МТС	Сотовые операторы
Би Лайн	
Московская сотовая связь	
LG Electronics	Банки, финансовые структуры
Дон-Строй	
2005 г. Изменение в «Законе о рекламе»	Телевизионные каналы
	Медицинские центры Лекарственные препараты
	Коммерсант
Три кита	Строительные компании
Мастердент	
Стройтекс	
Москва-ТУР	Торговые центры
Кларус-Трейдинг	
DR& Alex	Авто (автомобильные центры, представительства авто компаний)
Маранд Ае	
Interoptika	

Рекламодателями на радио стали крупные западные компании

Coca-Cola
Mars
Wrigley's
Heineken
Procter & Gamble

РАЗВИТИЕ РЕКЛАМНОГО РЫНКА РАДИО В РЕГИОНАХ

2001 год

РА «NAME»

2006 год

РА
«Граммофон»
+
MPR
+
РА «NAME»

70%

региональных
бюджетов

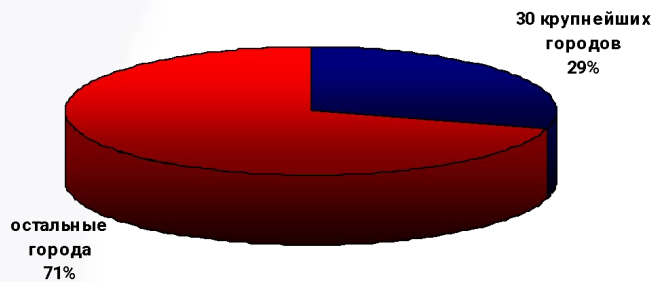
2001 год – рекламная активность «московских» клиентов в регионах

ГРАММОФОН
ГРУППА КОМПАНИЙ

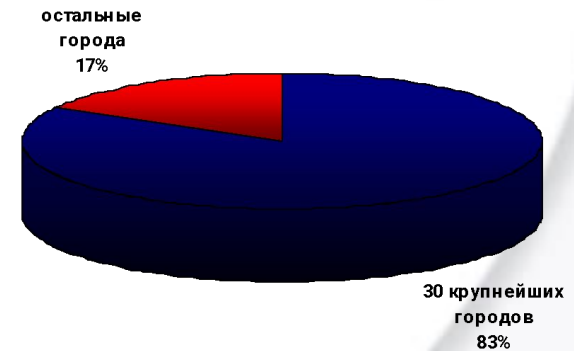
123298, Москва, ул. 3-я Хорошевская, д. 12, тел.: (495) 913-9963, 105-3500, 748-0808, факс: (495) 913-7217
www.grammofon.ru

30 КРУПНЕЙШИХ РЕГИОНАЛЬНЫХ ГОРОДОВ, 2006 г.

Численность населения , 2006 г.



Рекламные бюджеты на радио , 2006 г.



*данные рассчитаны без учёта г.Москвы

ГРАММ ФОН
ГРУППА КОМПАНИЙ

123298, Москва, ул. 3-я Хорошевская, д. 12, тел.: (495) 913-9963, 105-3500, 748-0808, факс: (495) 913-7217
www.grammofon.ru

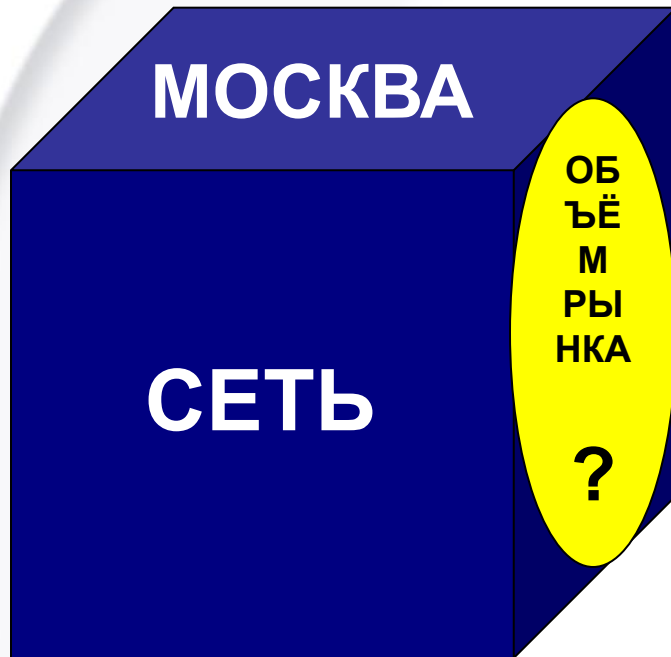
РАСПРЕДЕЛЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ БЮДЖЕТОВ В РЕГИОНАХ, % ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ГОРОДОВ

РЕГИОН	ВЕС
Санкт Петербург	16,35%
Екатеринбург	5,32%
Н.Новгород	5,00%
Самара	4,66%
Краснодар	4,58%
Уфа	4,10%
Тюмень	3,25%
Пермь	3,24%
Ставрополь	3,22%
Красноярск	3,07%
Ростов на Дону	2,76%
Казань	2,52%
Омск	2,34%
Новосибирск	2,31%
Волгоград	2,29%
Иркутск	1,95%

РЕГИОН	ВЕС
Челябинск	1,90%
Воронеж	1,82%
Кемерово	1,79%
Владивосток	1,59%
Саратов	1,47%
Тула	1,19%
Архангельск	1,18%
Барнаул	1,03%
Хабаровск	0,89%
Калининград	0,81%
Тольятти	0,71%
Мурманск	0,66%
Ульяновск	0,64%
Ижевск	0,60%
Чебоксары	0,50%
Другие	16,26%

«ПРОБЕЛЫ» радиорынка

Объём рекламы на радио

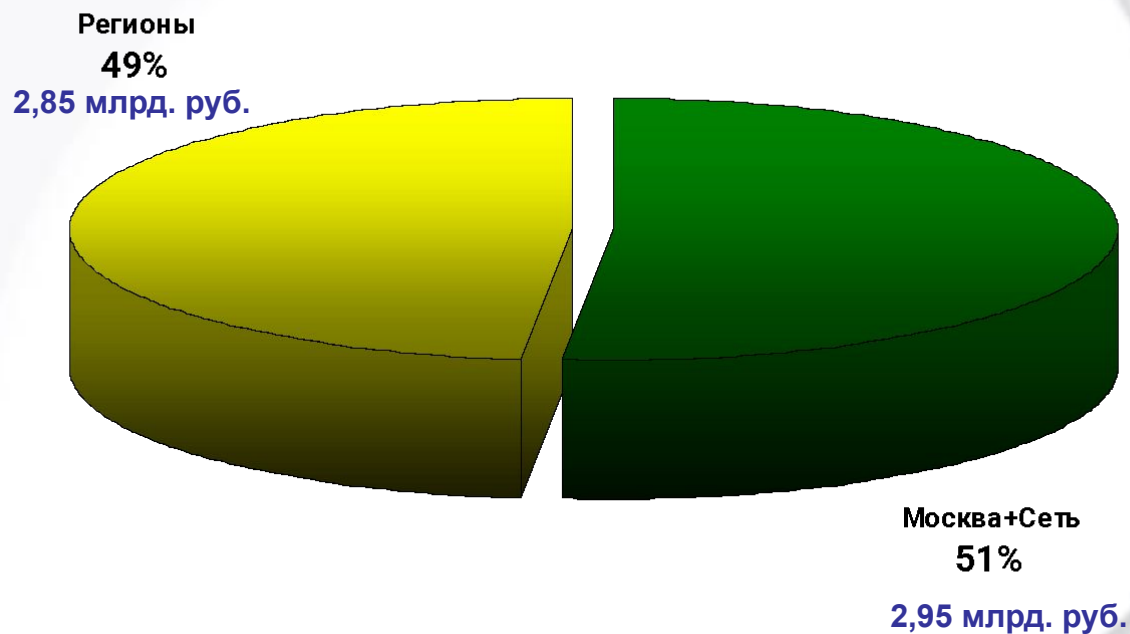


Данные АКАР по региональному рынку рекламы недооценены

Мониторинг рекламы (москва + сеть) Ad Fact, тоже не позволяют оценить объём рынка радио

«ПРОБЕЛЫ» радиорынка

ДОЛЯ ОБЪЕМОВ БЮДЖЕТОВ НА
РЕКЛАМНОМ РЫНКЕ РАДИО, 2007 г. (январь-июнь)



ГРАММ  ФОН
ГРУППА КОМПАНИЙ

123298, Москва, ул. 3-я Хорошевская, д. 12, тел.: (495) 913-9963, 105-3500, 748-0808, факс: (495) 913-7217
www.grammofon.ru

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РАДИОРЫНКА

Исследования

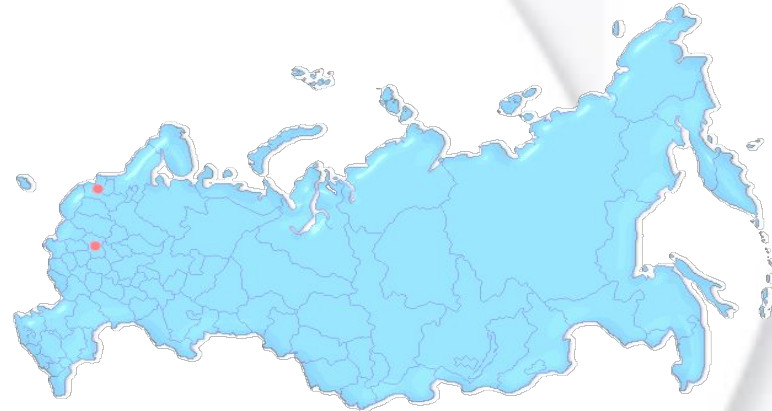
1. Увеличение выборки городов, в которых проводятся исследования аудитории
2. Улучшение качества исследований в регионах

Мониторинг

3. Мониторинг радиорекламы в регионах, позволит не только осуществлять контроль, но просчитывать объёмы регионального рынка

Ценообразование

4. Изменение системы ценообразования, возможность планирования медиаинфляции



ПОЗРАЧНОСТЬ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА

ГРАММ  ФОН
ГРУППА КОМПАНИЙ

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РАДИОРЫНКА

ШАГИ ДЛЯ ОБЪЕКТИВНОЙ ОЦЕНКИ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА

Мониторинг

С 1 января «Русская Медиа Группа», начинает ежедневный мониторинг в регионах собственных радиостанций

Капитализация радиостанций

Покупка радиостанций в регионах крупными холдингами способствует появлению «прозрачного» рекламного рынка

Стремление крупных игроков к публичности

Открытая информация об объёмах рекламного рынка

ГРАММ  ФОН
ГРУППА КОМПАНИЙ

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РАДИОРЫНКА



**КОМПЛЕКСНЫЕ
РЕКЛАМНЫЕ КАМПАНИИ**

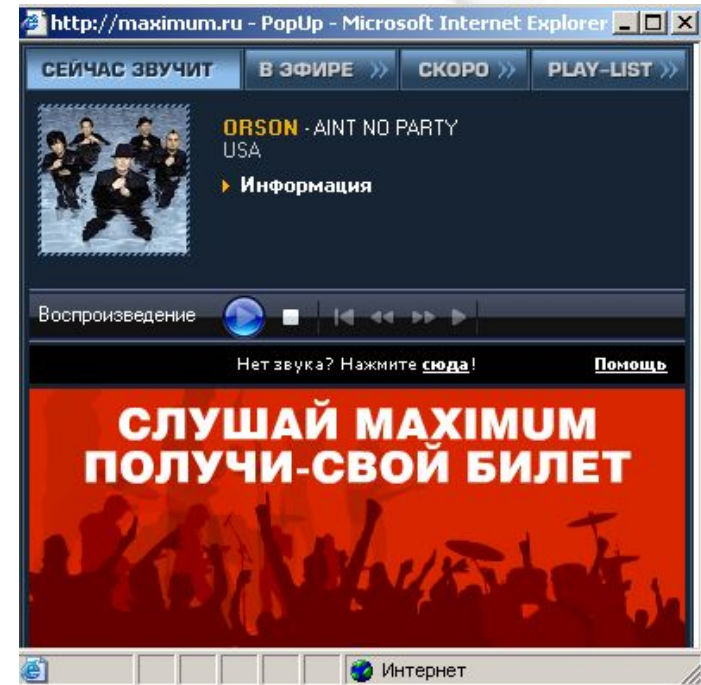
ГРАММ ФОН
ГРУППА КОМПАНИЙ

123298, Москва, ул. 3-я Хорошевская, д. 12, тел.: (495) 913-9963, 105-3500, 748-0808, факс: (495) 913-7217
www.grammofon.ru

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РАДИОРЫНКА



ИНТЕРНЕТ



Рост пользователей Интернета , будет способствовать увеличению активности прослушивания радио – on -line

ГРАММ  ФОН
ГРУППА КОМПАНИЙ

123298, Москва, ул. 3-я Хорошевская, д. 12, тел.: (495) 913-9963, 105-3500, 748-0808, факс: (495) 913-7217
www.grammofon.ru

ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ РАДИОРЫНКА

1. МОНИТОРИНГ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА, увеличение количества городов
2. ИССЛЕДОВАНИЯ, увеличение выборки и городов измерения радиостанций
3. КАПИТАЛИЗАЦИЯ РАДИОСТАНЦИЙ, объективная оценка объемов регионального рынка
4. РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ ПОДСЧЁТА СПОНСОРСТВА TNS AD FACT
5. ВЕЩАНИЕ РАДИОСТАНЦИЙ В ИНТЕРНЕТЕ, увеличение количества слушателей
6. СТРЕМЛЕНИЕ КРУПНЫХ ИГРОКОВ К ПУБЛИЧНОСТИ, открытая информация об объёмах рекламного рынка
7. АКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РАДИО В КОМПЛЕКСНЫХ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЯХ
8. СЕГМЕНТИРОВАНИЕ РАДИОСТАНЦИЙ, сегментирование рекламодателей

ГРАММ  ФОН
Г Р У П П А К О М П А Н И Й

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!