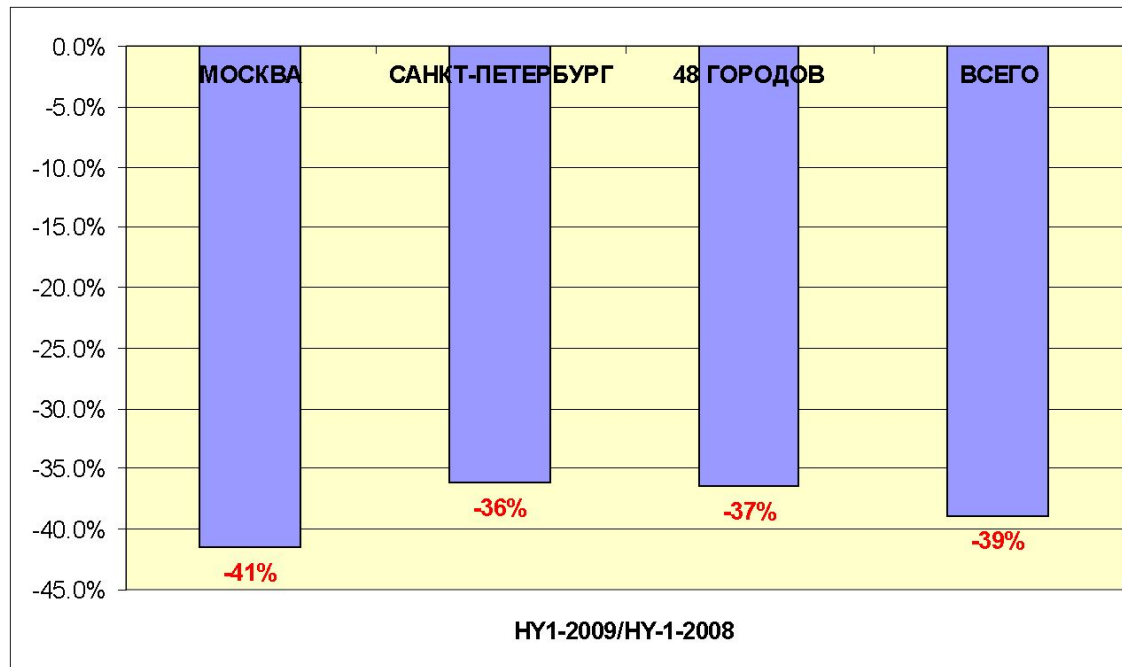
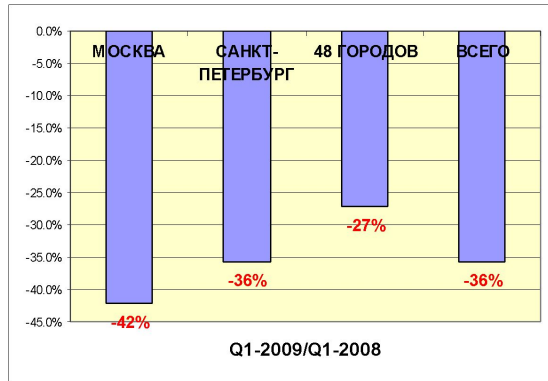
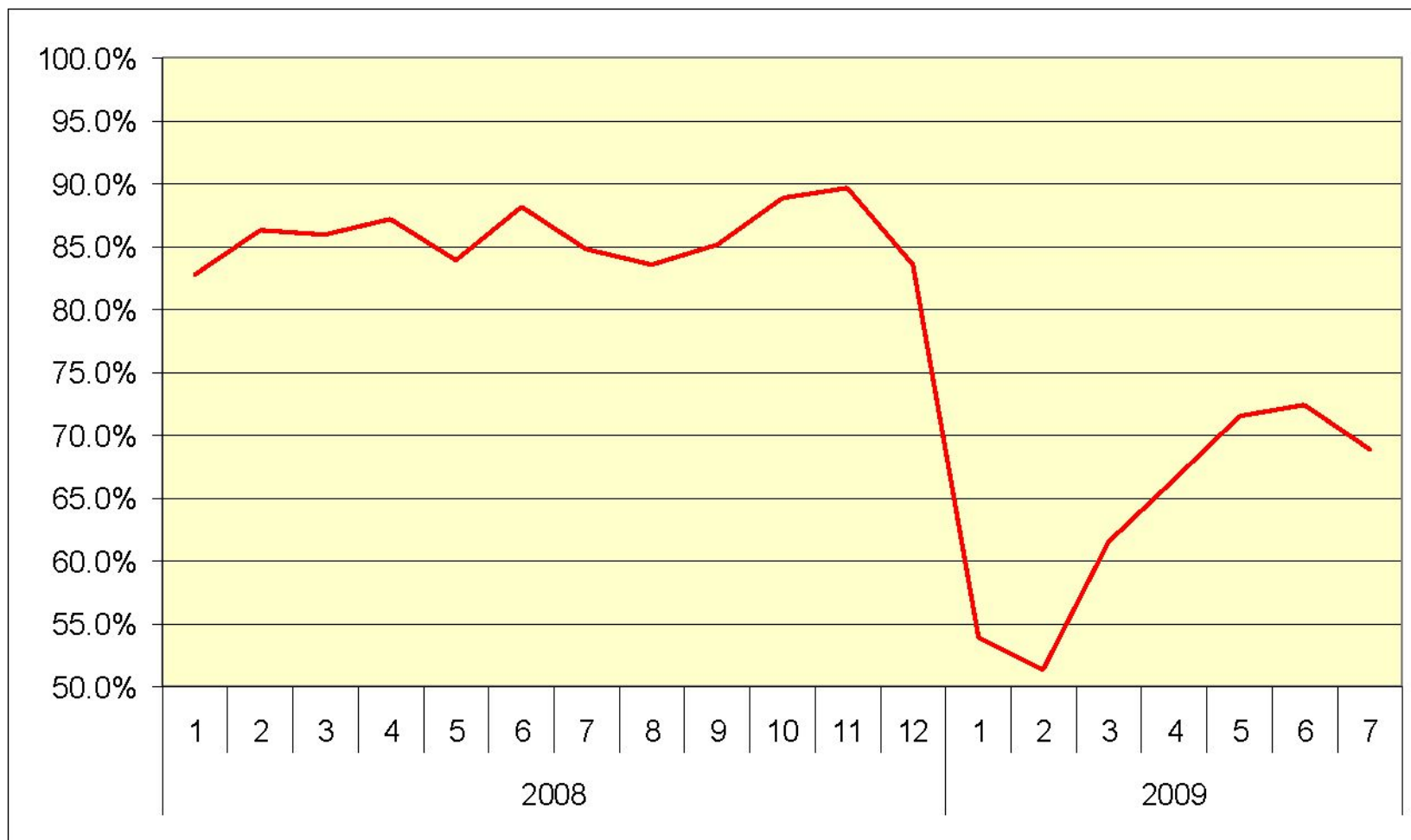


Состояние рынка наружной рекламы в первом полугодии 2009 г.

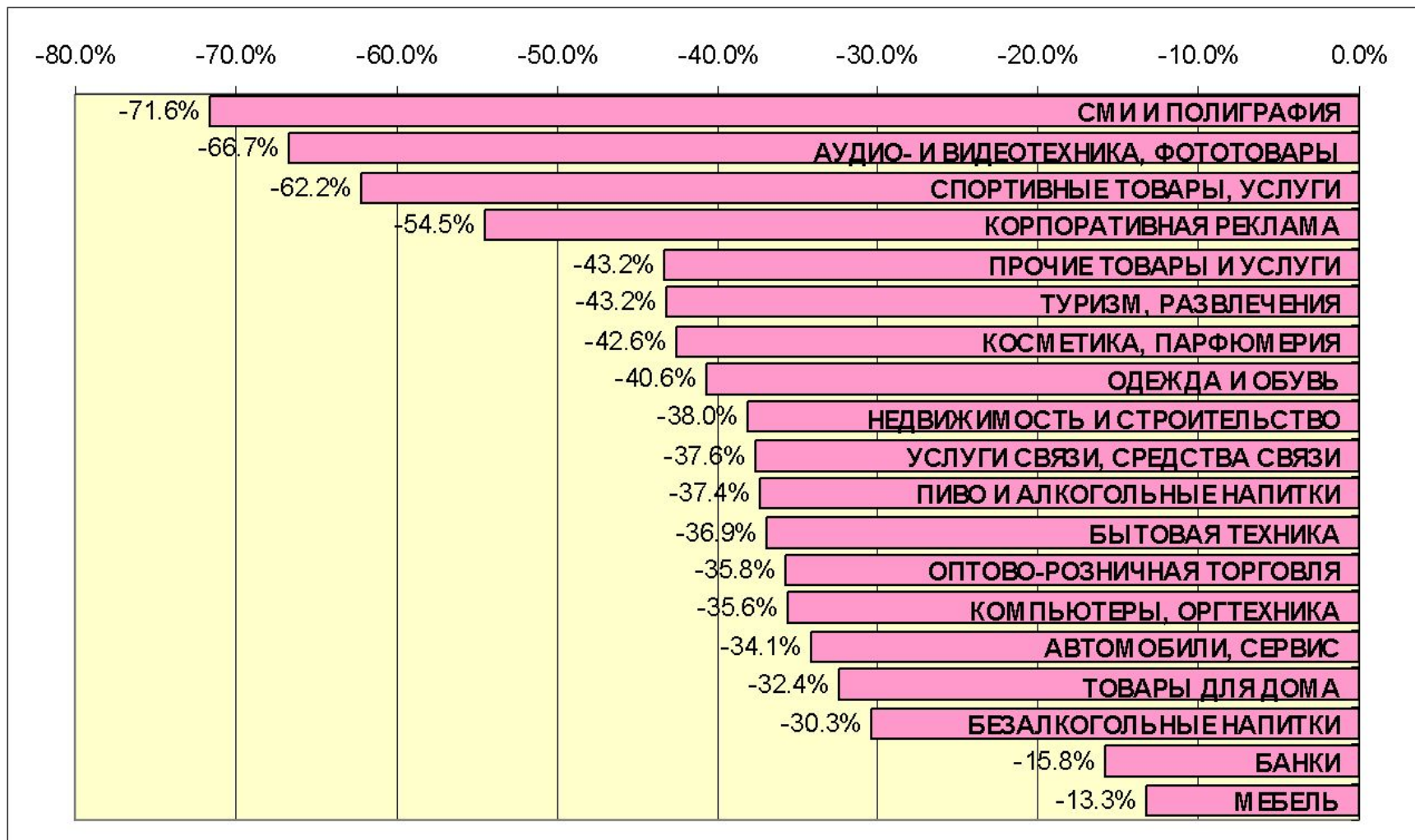
Динамика объемов рынка наружной рекламы в первом полугодии 2009 г.



Динамика коммерческой загрузки рекламоносителей в 2008-2009 г. (щиты формата 3 x 6 м, Москва)



Динамика затрат на наружную рекламу по товарным категориям (январь-июнь 2009 г. к январь-июню 2008 г., 50 городов России)



Тактика рекламодателей

СОКРАЩЕНИЕ	РОСТ
<i>Услуги связи</i>	
ВЫМПЕЛКОМ, МЕГАФОН	МОБИЛЬНЫЕ ТЕЛЕСИСТЕМЫ
<i>Автомобили</i>	
VOLVO, HYUNDAI, GENERAL MOTORS, PEUGEOT	BMW, VOLKSWAGEN, HONDA
<i>Торговые сети</i>	
ИКЕА, ЭЛЬДОРАДО, ТЕХНОСИЛА	METRO, MEDIA MARKT
<i>Бытовая электроника</i>	
SAMSUNG ELECTRONICS, SONY	LG ELECTRONICS
<i>Банки</i>	
CITIBANK, СБЕРБАНК	АЛЬФА-БАНК, АБСОЛЮТ БАНК

Перспективы «развития» рынка наружной рекламы

- Текущая экономическая ситуация в отрасли: стагнация (умеренно-пессимистический сценарий развития)
- Развитие ситуации до конца года (слабовыраженные признаки улучшения)
- Меры государственной поддержки (Москва)
- Главная опасность: правовое регулирование (техрегламент)