



ВИДЕО ИНТЕРНЕШНАЛ

Телереклама в России: текущее положение и основные тенденции

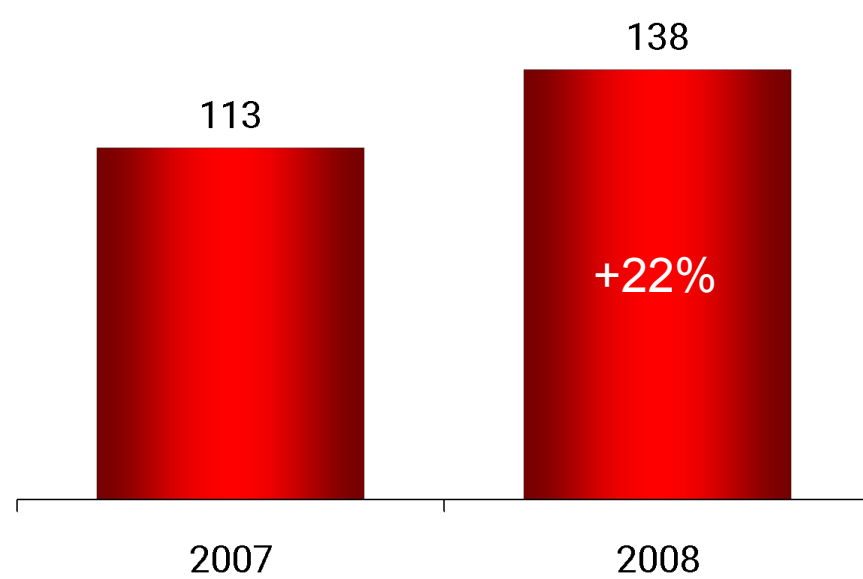
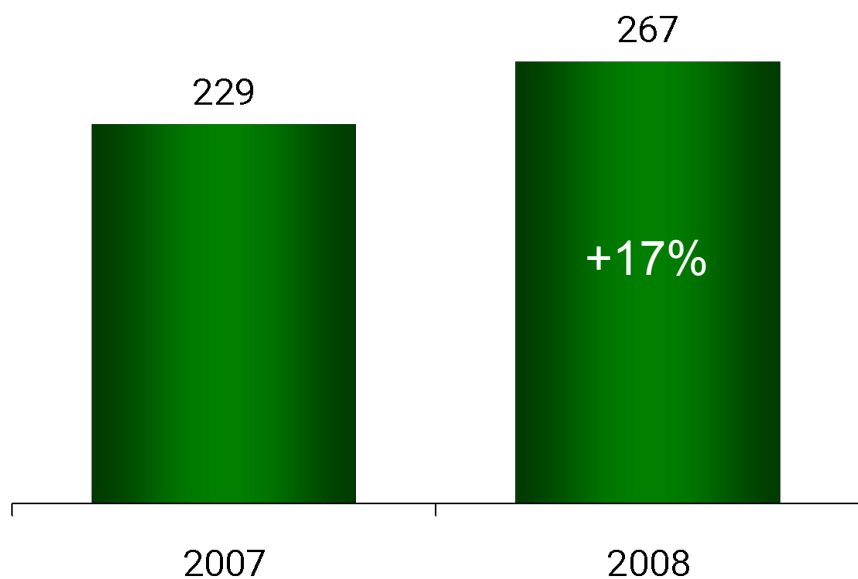
Медиарекламный рынок в 2007-2008 гг., млрд. руб. (вкл. НДС)

Рынок

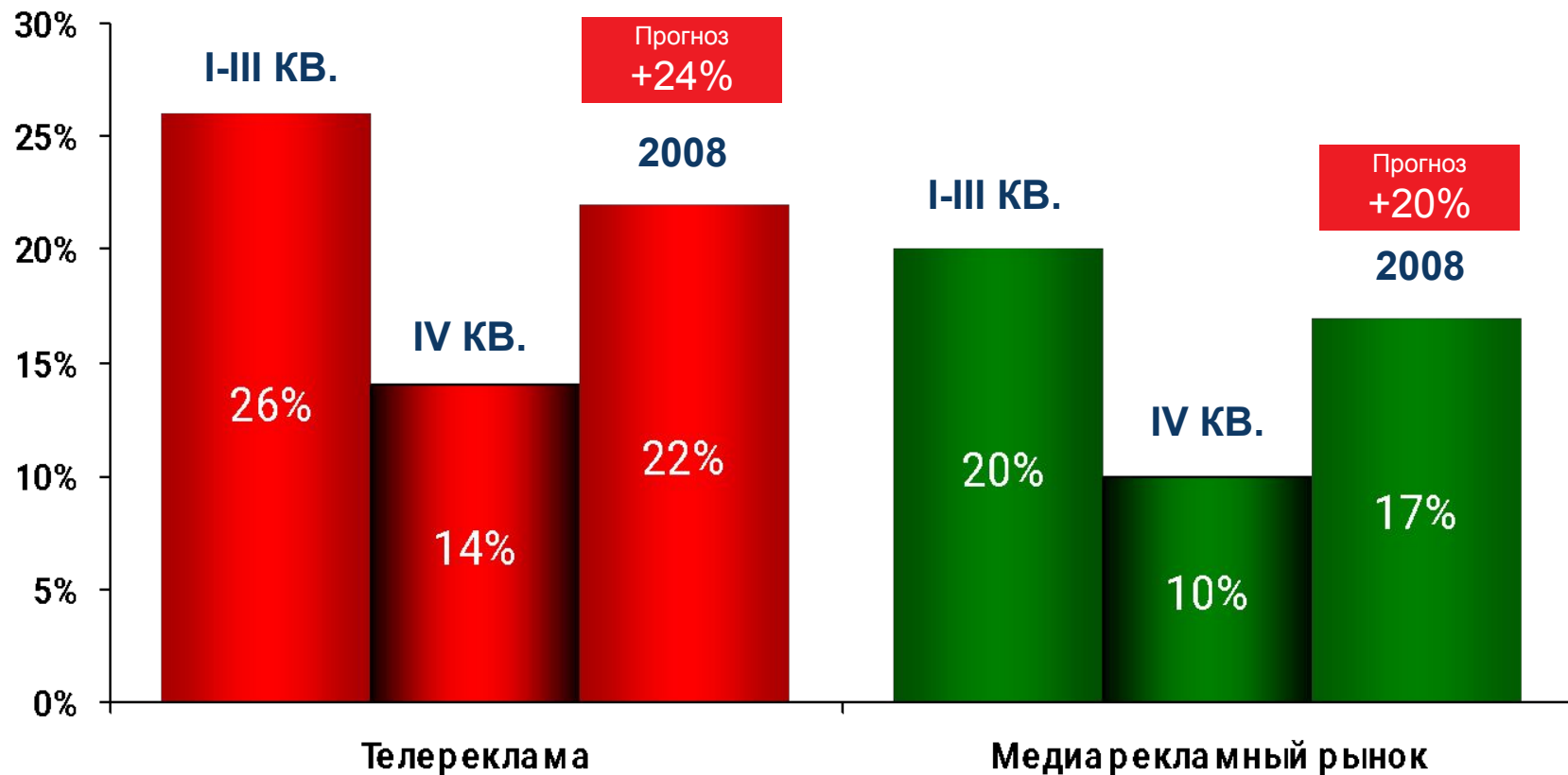
Телереклама

Прогноз
+20%

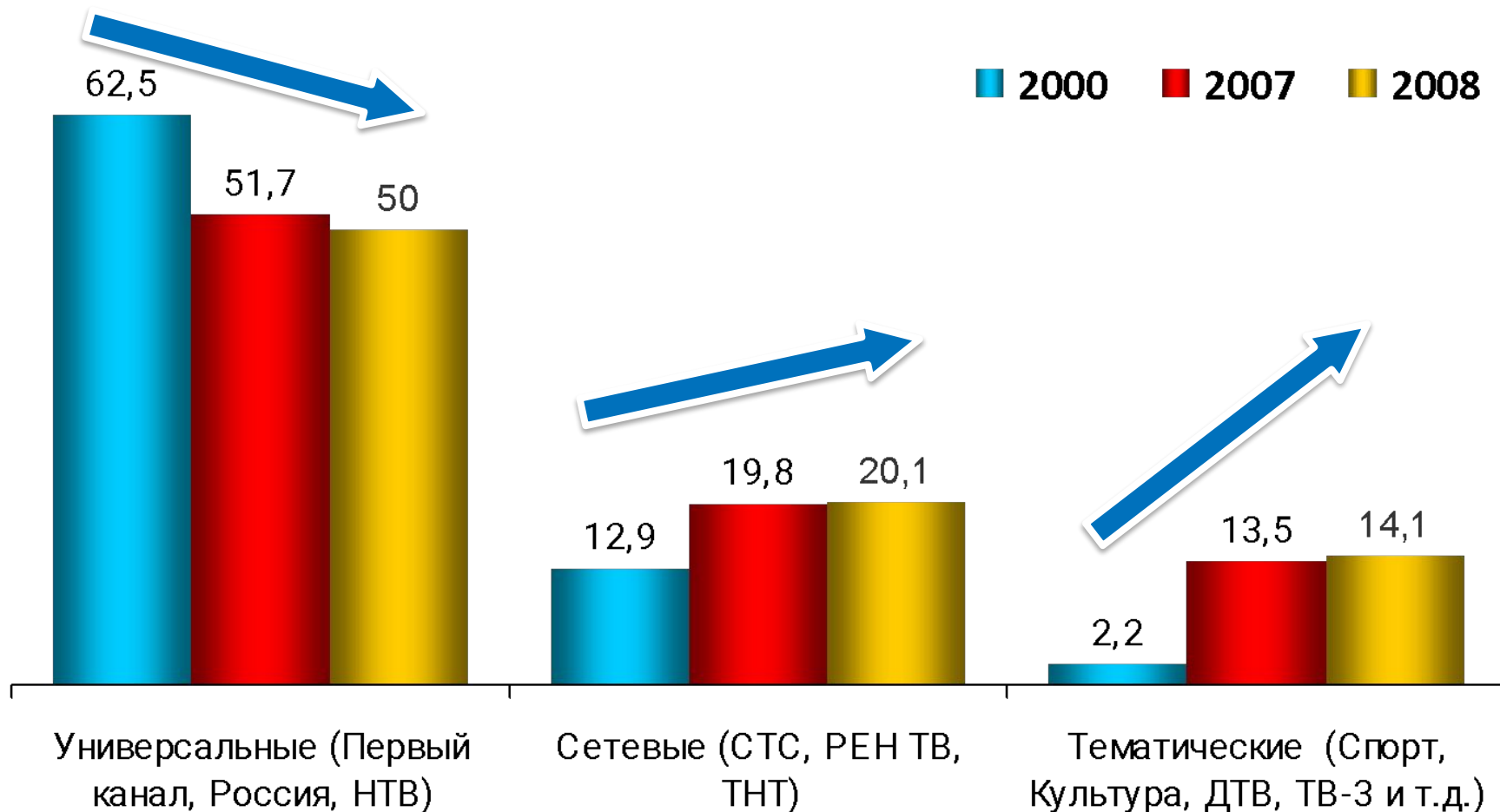
Прогноз
+24%



Темпы роста медиарекламного рынка России 2008/2007, %

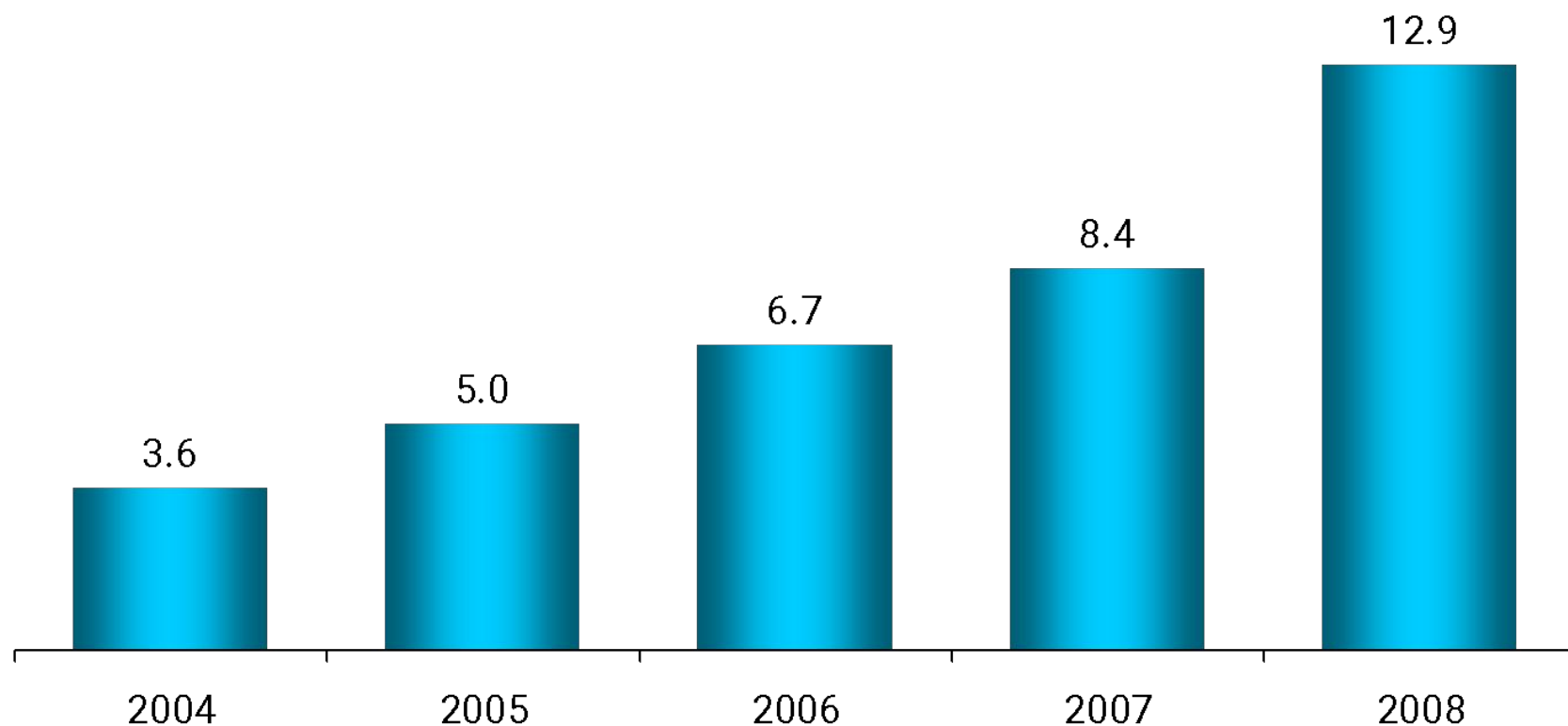


Динамика доли аудитории групп каналов в 2000-2008 гг., Россия 4+ (TNS Russia)



Внутри телевизионной аудитории происходит расслоение
формируется аудитория тематических каналов универсальные каналы теряют аудиторию

Доля тематических каналов в национальных телерекламных бюджетах, %

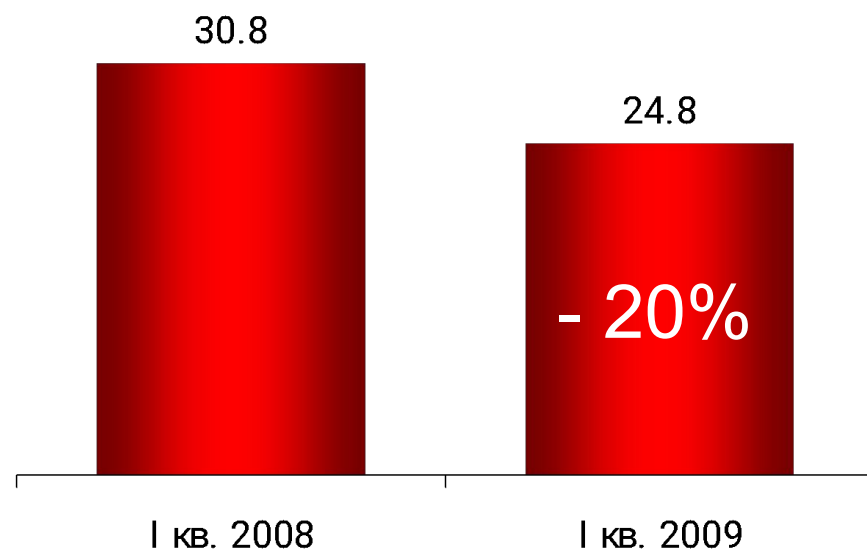
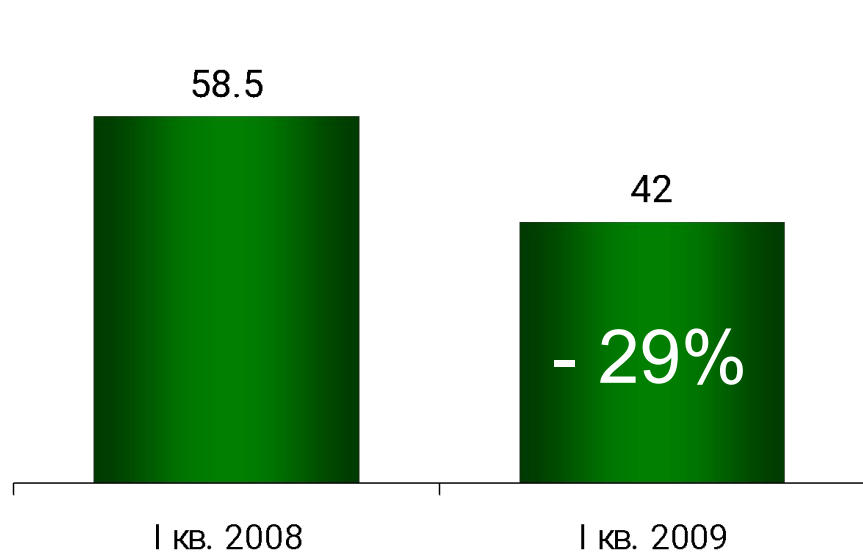


Спрос на аудиторию тематических каналов растет

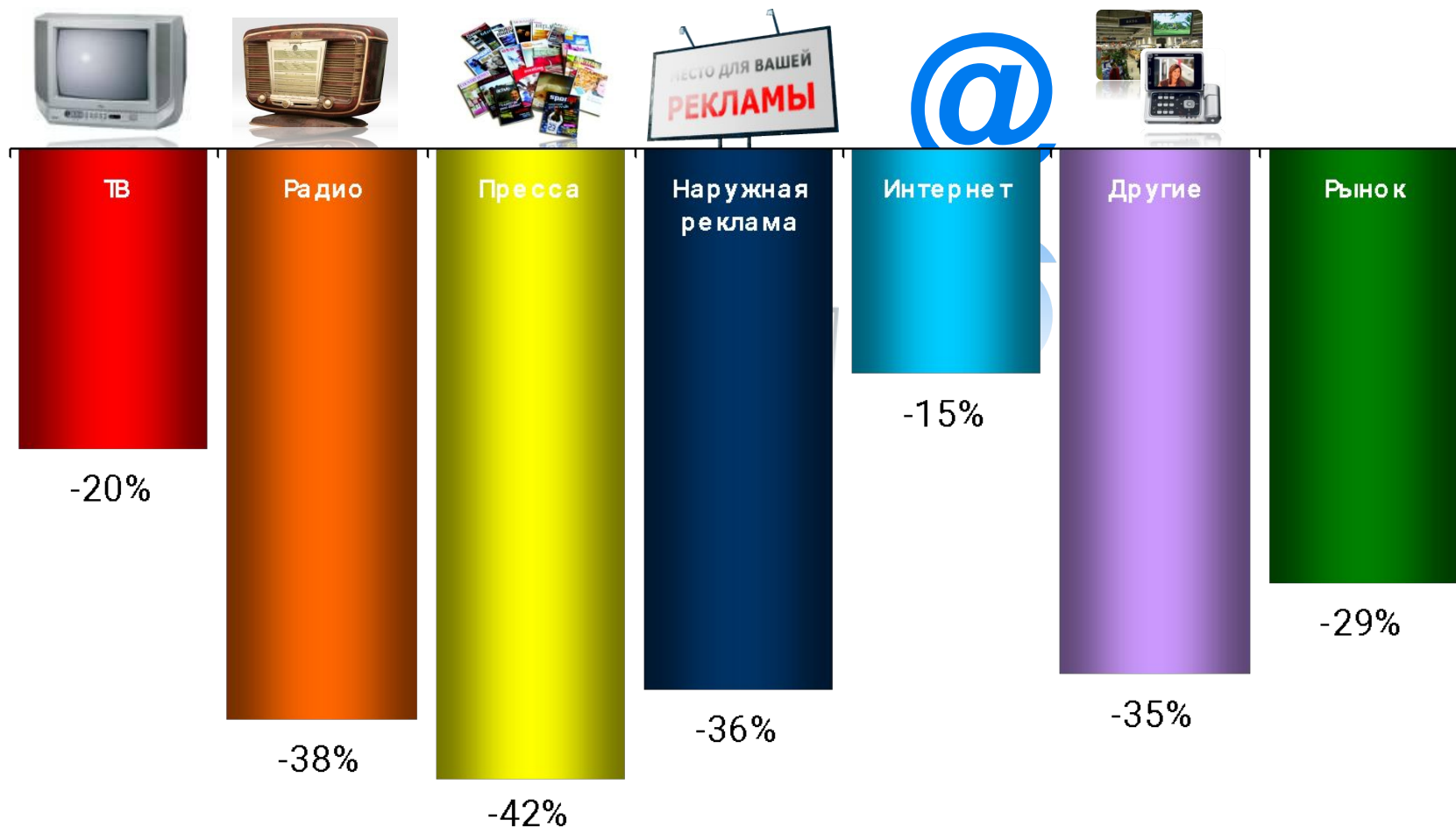
Медиа рекламный рынок, I кв. 2009 / I кв. 2008, млрд. руб. (вкл. НДС), %

Рынок

Телереклама



Падение рекламных доходов по сегментам, I кв. 2009 / I кв. 2008, % (руб.)



Распределение медиарекламных бюджетов по сегментам, 2008 - I кв. 2009 г.

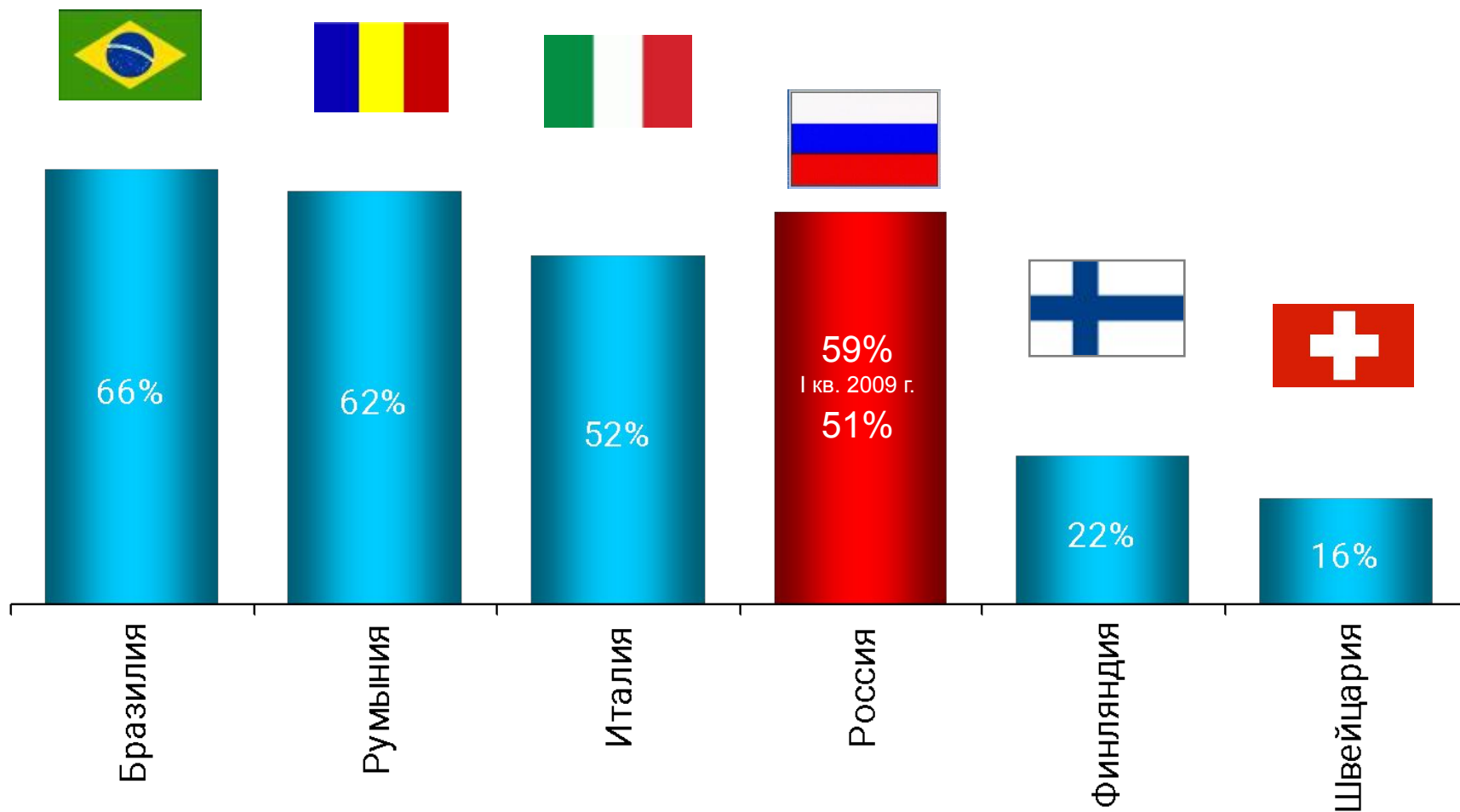
2008



I кв. 2009

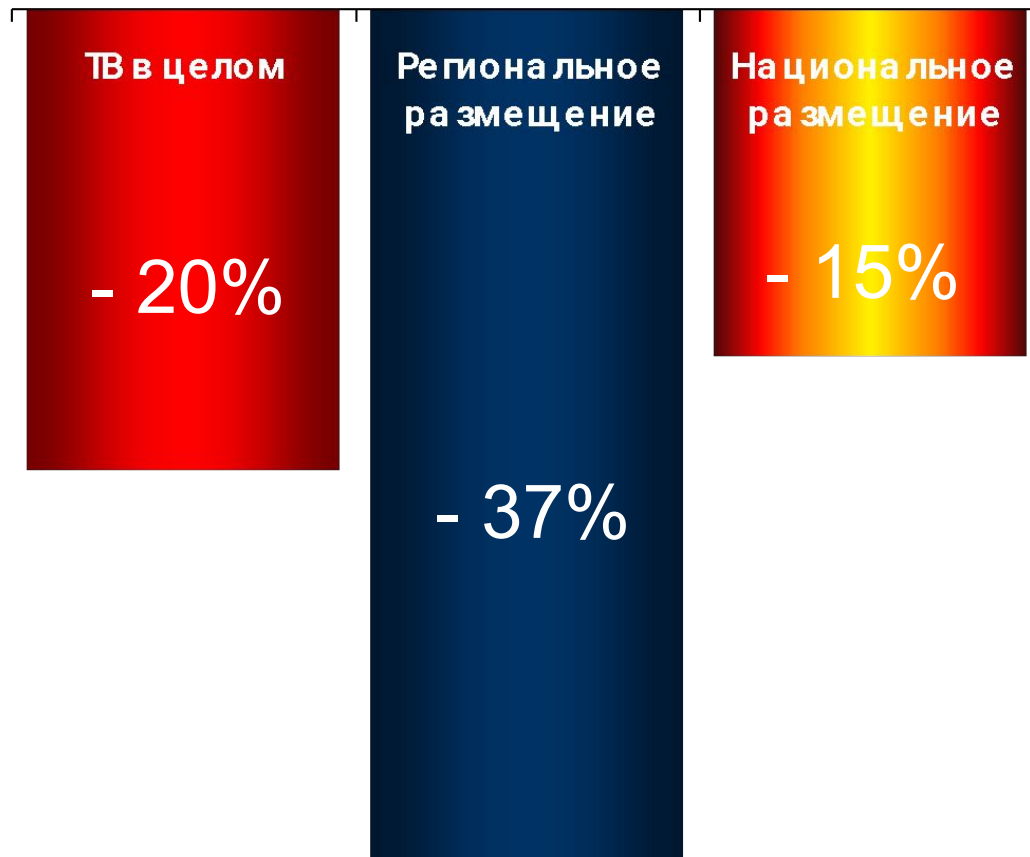


Доля телерекламы в общем объеме медиарекламного рынка разных стран в 2008 г., %



Источник: АКАР (рынок России), GroupM, АЦВИ (оценка рынков других стран в 2008 г.)

Сокращение телерекламных бюджетов, I кв. 2009 / I кв. 2008, % (руб.)



Сокращение объемов телерекламы, I кв. 2009 / I кв. 2008, % (GRP 18+, очищено от «бесплатного» размещения)

ТВ в целом

Московское размещение

- 11%

- 12%

Изменение телерекламных бюджетов по группам рекламодателей, I кв. 2009 / I кв. 2008, %

Национальное размещение

Все телеканалы

Телеканалы, обслуживаемые ВИ

- 15%

Все рекламодатели

+15%

TOP-50



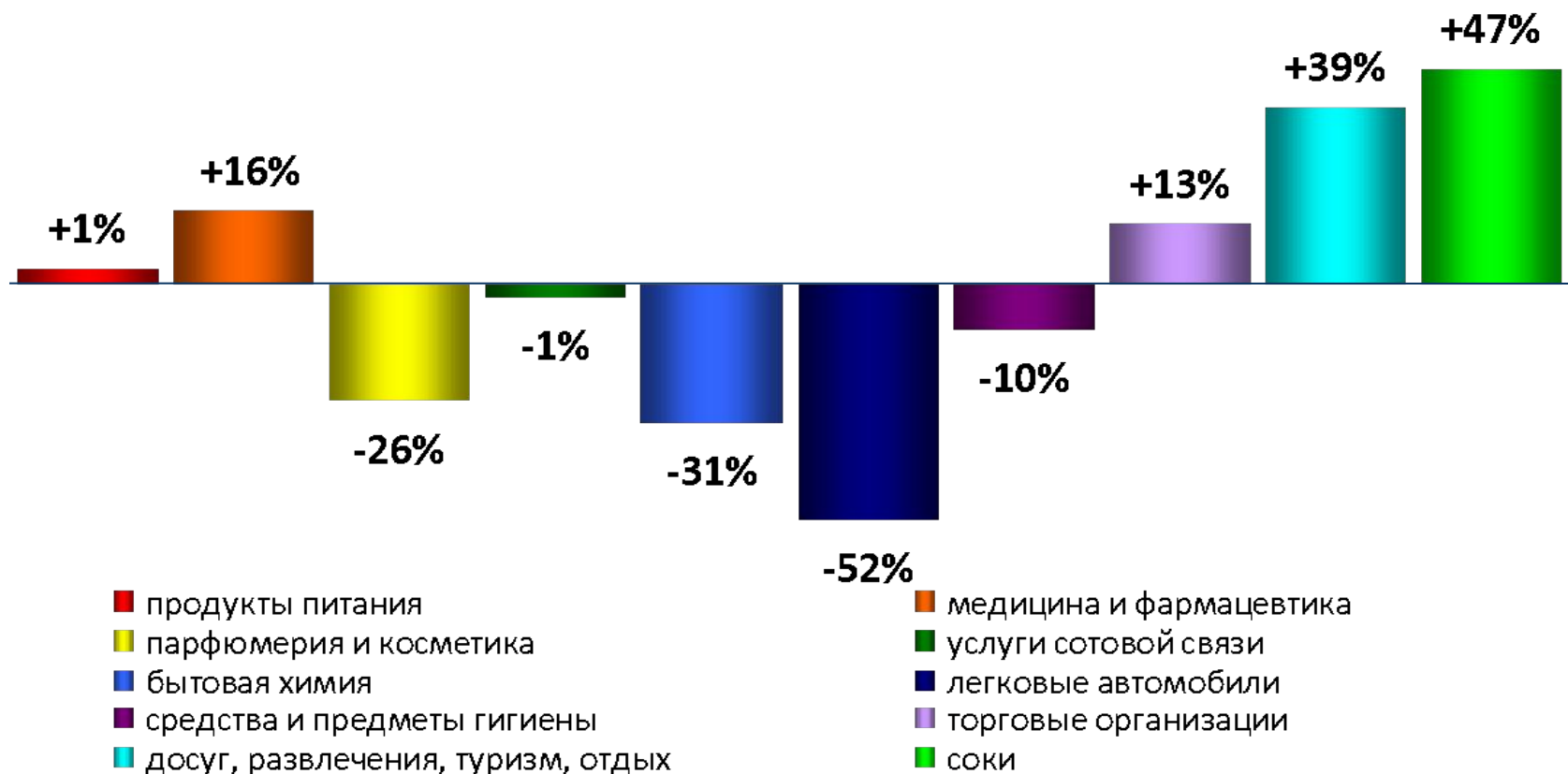
- 52%

Остальные

На обслуживаемых ВИ телеканалах рекламодатели из TOP-50 не только не сократили свои рекламные бюджеты, но даже увеличили их. Остальные уменьшили свое присутствие и затраты на ТВ рекламу крайне резко, что и сказалось на существенном сокращении всего сегмента

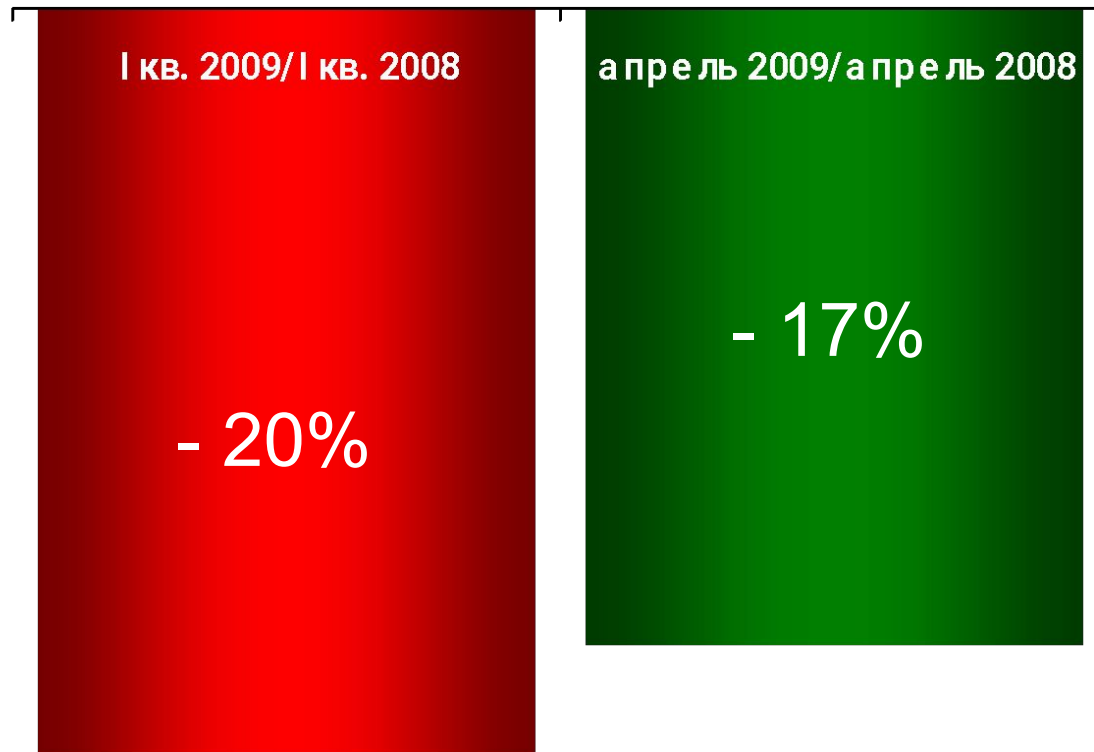
Изменение телерекламных бюджетов TOP-10 товарных категорий, I кв. 2009/ I кв. 2008 г., % (руб.).

Национальное размещение



Изменение телерекламных бюджетов в апреле 2009 г.

Предварительная оценка АЦВИ



В апреле 2009 г. ситуация в телерекламе оказалась более оптимистичной, чем в предыдущие три месяца



ВИДЕО ИНТЕРНЕШНА

Спасибо за внимание!

121359 Москва, ул. Академика Павлова , 25

Тел.: +7 (495) 234-4400, факс: +7 (495) 737-5006, электронная почта: pr@vi.ru