

# Review

## TNS Media Intelligence

Январь-Декабрь 2011 года



Обзор рекламного рынка  
(ТВ, Радио, Пресса, Наружная  
реклама, Интернет)  
Январь-Декабрь 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)

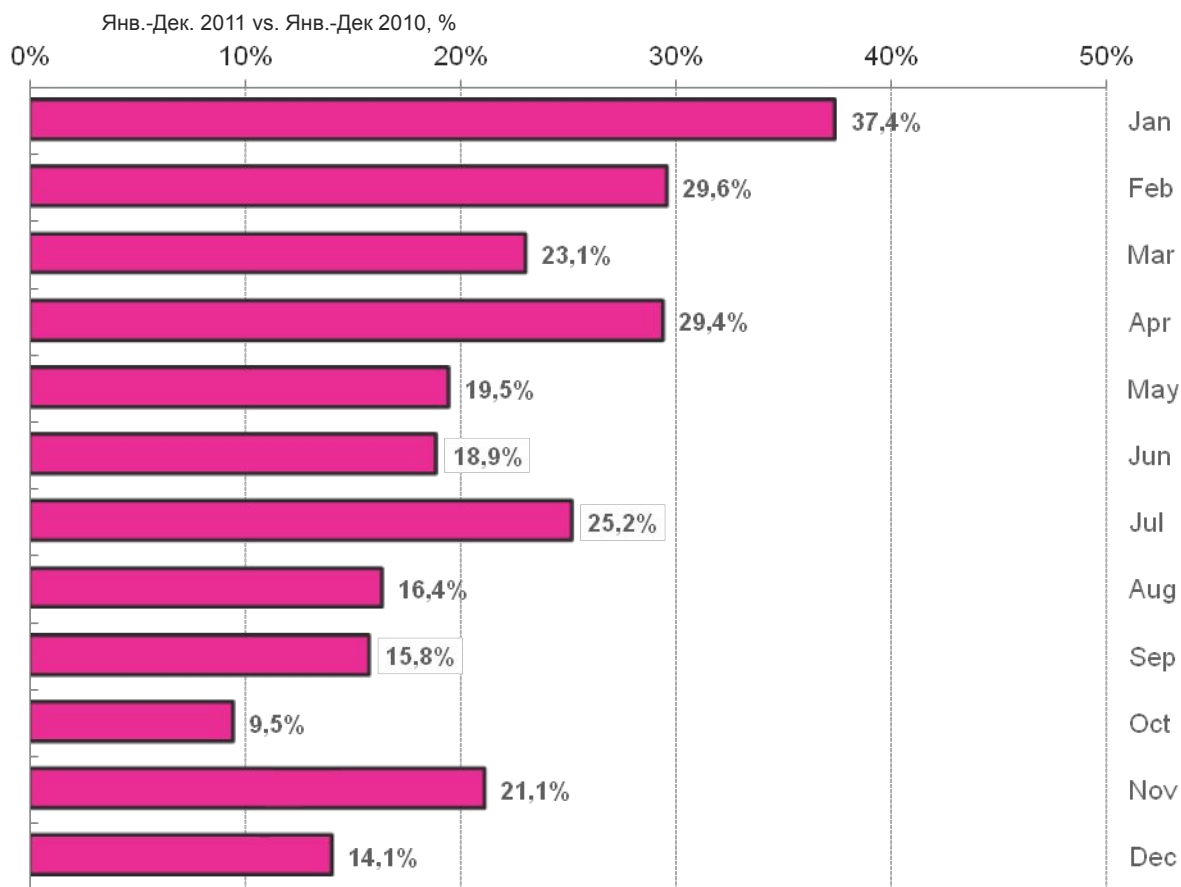
## Оценка бюджетов

- 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.

# Динамика объемов рынка рекламы по месяцам,



Январь-Декабрь 2011 vs. Январь-Декабрь 2010, %



Годовой прирост рынка рекламы за 2011 год по сравнению с 2010 составил: **20,6%**;

-Самые высокие показатели динамики и активного развития приходятся на **1Н 2011** и **1Q 2011**, составляют **20,5%** и **28,7%** соответственно с сравнении с аналогичным периодом 2010 года;

-Во **2Н 2011** темп прироста рынка пошел на спад и показал **13,9%** в сравнении с показателями июль-декабрь 2010 года;

-В **4Q 2011** общий прирост за квартал составил **14,7%**: октябрь - 9,5%, ноябрь – 21,1%, декабрь -14,1%.

Источник: TNS Media Intelligence,

ТВ, Радио, Пресса, Наружная реклама (все города мониторинга)

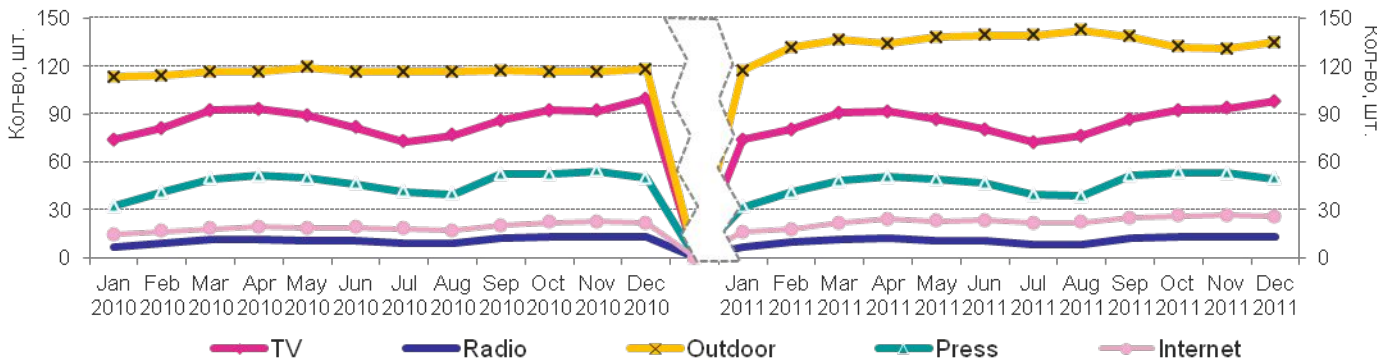
При расчете бюджета использованы официальные расценки телекомпаний и медиа-селлеров, издательских домов и радиостанций без учета налогов, объемных скидок и надбавок за позиционирование в блоке для ТВ, но с учетом надбавок за позиционирование и цветность в Прессе. При оценке на ТВ учитывается сезонный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

# Количество рекламодателей,



Январь-Декабрь 2011 vs. Январь-Декабрь 2010, шт.

Количество рекламодателей по типам СМИ, Янв.-Дек. 2011 vs. Янв.-Дек. 2010

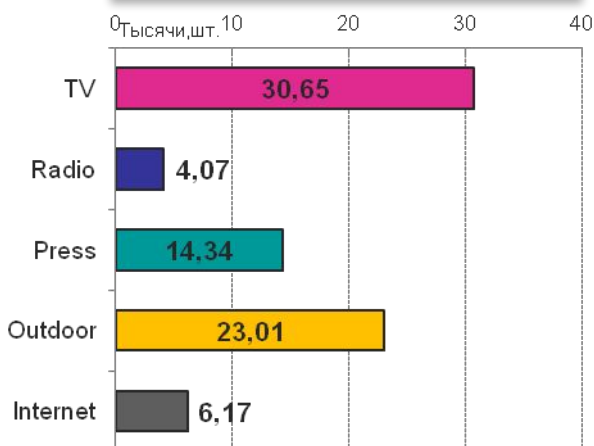


Общее число рекламодателей во всех СМИ в 2011 году составило **68121 компании**, что на **7%** больше показателя аналогичного периода прошлого года, когда в СМИ разместилось **63627 компании**.

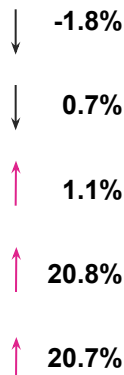
В Прессе, Радио, Наружной рекламе и Интернете зафиксирована положительная динамика, так на **Радио** количество рекламодателей увеличилось на **0,7%**, в Прессе на **1,1%**; в **Наружной рекламе** на **20,8%**; в **Интернете** количество выросло на **20,7%**, по сравнению с аналогичным периодом 2010 года.

Незначительный спад в количестве рекламодателей зафиксирован на **ТВ (-1,8%)**.

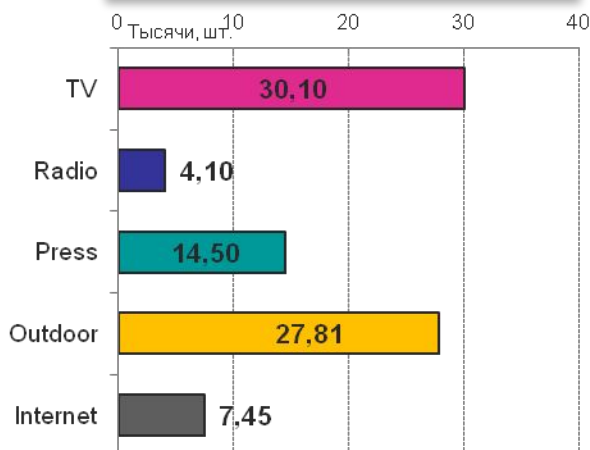
Январь-Декабрь 2010



2011 vs. 2010, %



Январь-Декабрь 2011



Источник: TNS Media Intelligence,

ТВ, Радио, Пресса, Наружная реклама, Интернет (все города мониторинга)

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,



Январь-Декабрь 2011, %

Место в Янв-Дек. 2010	Рекламодатель	% от Total
1	Procter & Gamble	5.20%
4	Mars-Russia	2.94%
2	L'oreal	2.61%
5	Henkel group	2.09%
3	Nestle	2.01%
6	Unilever	1.83%
7	Reckitt Benckiser	1.78%
12	Danone	1.71%
8	Wimm-bill-dann	1.51%
13	Kraft foods	1.40%
10	MTC	1.39%
11	Мегафон	1.24%
17	Novartis	1.22%
15	Ferrero	1.17%
16	Coca-Cola	1.02%
19	Калина (концерн)	1.00%
9	Билайн	0.88%
20	Балтика пивоваренная компания	0.86%
22	Эвалар	0.86%
39	Сбербанк России	0.85%
26	М.Видео	0.80%
21	Volkswagen	0.70%
24	Фармстандарт	0.68%
14	Pepsi CLC	0.66%
23	Colgate-palmolive	0.64%
31	Johnson & Johnson	0.64%
18	Эльдорадо (сеть магазинов)	0.62%
25	Berlin-chemie menarini group	0.57%
45	Nissan	0.54%
28	Sun Inbev	0.52%
29	Louis vuitton moet hennessy sa	0.51%
34	Sanofi aventis	0.51%
32	Beiersdorf AG (BDF)	0.51%
27	Samsung Electronics	0.49%
35	Central partnership	0.47%
47	X5 Retail group	0.46%
37	Orimi trade	0.45%
75	Почта России	0.45%
36	McDonald's	0.44%
91	Mitsubishi motors	0.44%
41	General motors corp	0.44%
50	Peugeot citroen rus	0.44%
40	Metro group	0.42%
30	Алькорик	0.41%
48	Bayer ag	0.37%
49	S.C.Johnson	0.37%
65	Walt disney studios sony pictures releasing	0.36%
66	Hyundai	0.35%
52	Газпром	0.35%
43	Mercury	0.33%

**49% бюджета рекламного рынка** приходится на **ТОП-50** рекламодателей в СМИ в **Январе-Декабре 2011** года.

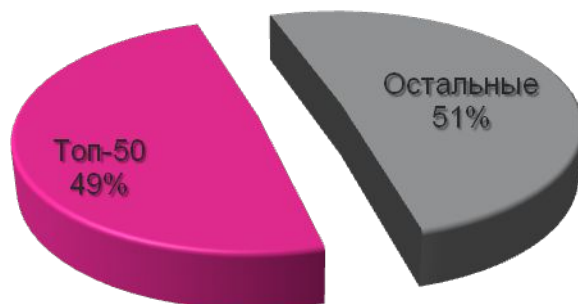
На первом месте торгово-производственная корпорация **Procter & Gamble**, увеличившая свои показатели по сравнению с предыдущим годом на **29%**.

На втором месте производитель продуктов питания **Mars-Russia**, который за период Января-Декабрь 2011 года увеличил рекламные бюджеты на **9%**.

И на третьем месте - производитель парфюмерии и косметики **L'oreal**, с увеличением рекламного бюджета на **19%**.

ТОП-50 в Январе-Декабре 2011 года **пополнили** рекламодатели *Avon beauty products company, Glaxosmithkline, LG Electronics, Toyota, Dirol cadbury llc*

Доля ТОП-50 рекламодателей на рынке рекламы, %



Источник: TNS Media Intelligence,

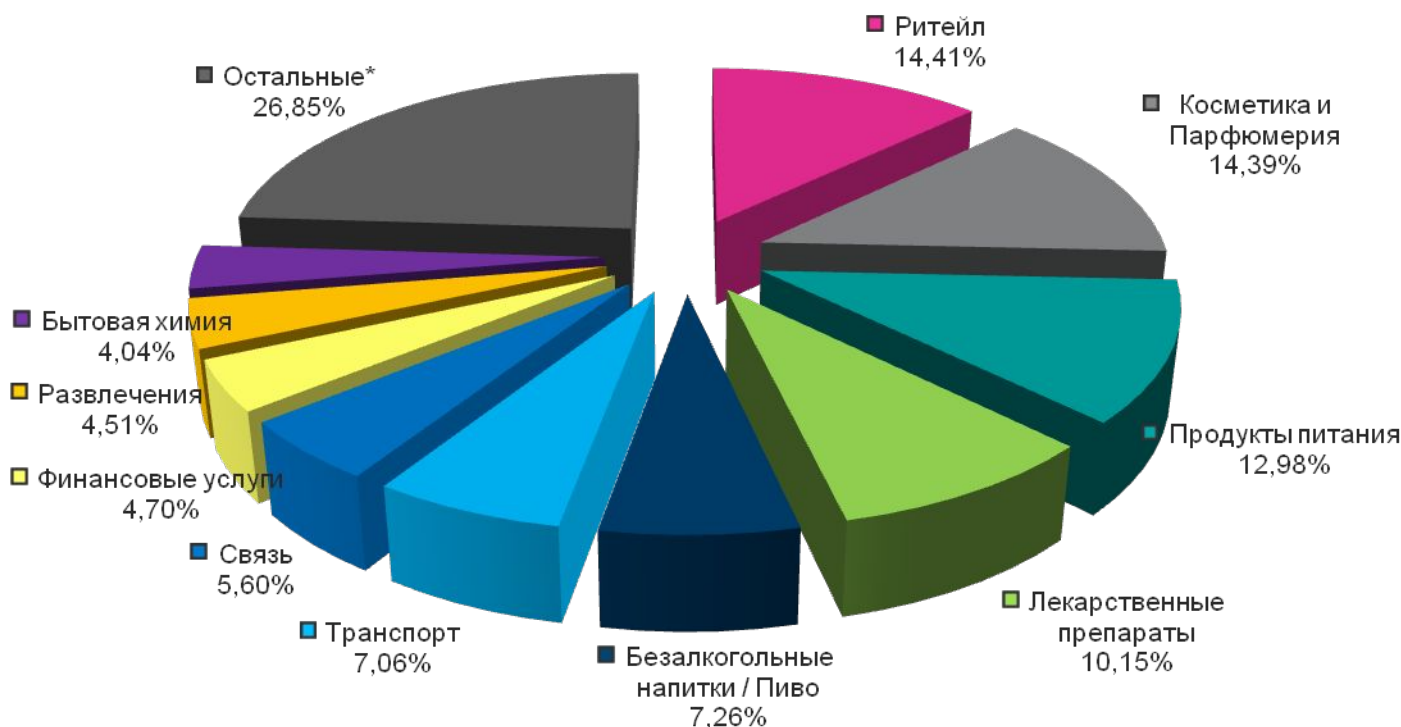
ТВ, Радио, Пресса, Наружная реклама (все города мониторинга)

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,



Январь-Декабрь 2011, %



Лидирующую тройку в Январе-Декабре 2011 года занимают следующие категории:

Первое место в списке категорий занимает «**Ритейл**», по сравнению с Январем-Декабром 2010 года рекламный бюджет данной категории вырос на **18,6%**;

На втором – категория «**Косметика и Парфюмерия**», увеличившая свои показатели на **15,6%** по сравнению аналогичным периодом 2010 года.

На третьем месте – «**Продукты питания**», ее показатели в Январе-Декабре 2011 года увеличились на **20,7%** по сравнению с соответствующим периодом 2010 года.

Всего на ТОП-10 категорий приходится около **85,1%** рекламного рынка.

В сектор «*Остальные*»\* входят «СМИ» (3,42%), «Бытовая техника» (2,31%), «Одежда и обувь» (1,76%), «Недвижимость» (1,75%) и многие другие.

Источник: TNS Media Intelligence,

ТВ, Радио, Пресса, Наружная реклама (все города мониторинга)

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,



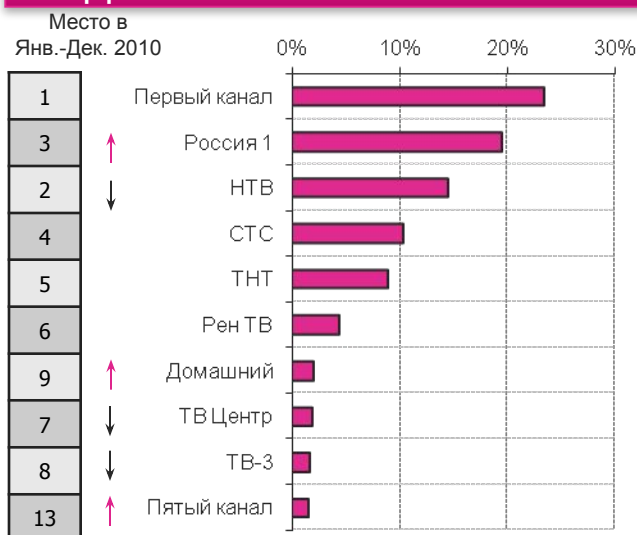
Январь-Декабрь 2011 vs. Январь-Декабрь 2010, %

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

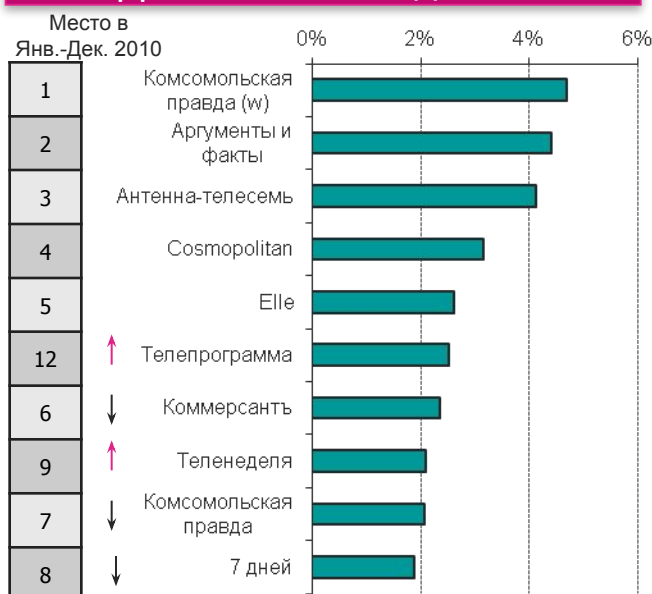
Лидирующие позиции по привлеченному бюджету в **Прессе** занимают еженедельная газета Комсомольская правда (w), на втором месте – еженедельная газета Аргументы и Факты, на третьем – еженедельный журнал Антенна-телесемь.

В тройке лидеров на **Радио** – Европа Плюс, Авторadio и Ретро FM.

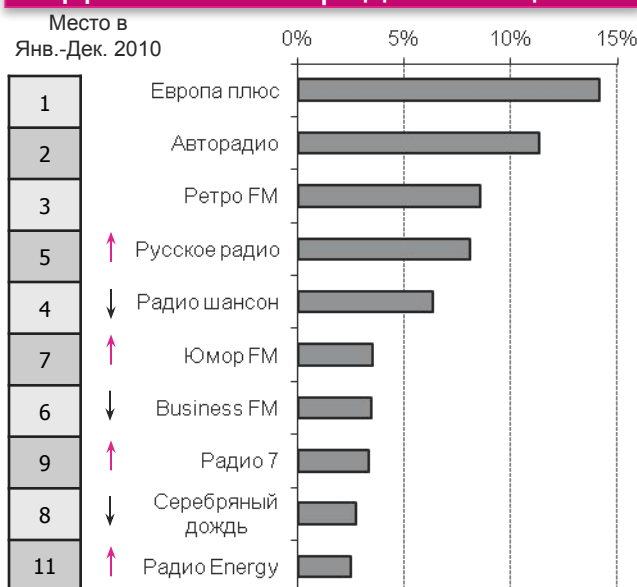
## Доля ТОП-10 телеканалов



## Доля ТОП-10 изданий



## Доля ТОП-10 радиостанций



Источник: TNS Media Intelligence, ТВ, Радио, Пресса, (все города мониторинга)

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.



## НОВОЕ

В конце 2011 года стартовали три новых проекта:

**«Мониторинг спецпроектов в Интернете»**, в рамках которого осуществляется регистрация баннеров специальных форматов, графические элементы интерфейса сайта с переходом на страницы сайта, где зафиксирован креатив (или с переходом на другую площадку того же холдинга).



**«Мониторинг спортивных трансляций»** - регистрация логотипов спонсоров на стадионах во время трансляции матчей Континентальной хоккейной лиги и матчей Российской футбольной Премьер-Лиги.



**«Мониторинг Знаменитостей»** - мониторинг присутствия известных персон (**Celebrities**) в российских СМИ и в рекламе.



# 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](mailto:innovations@tns-global.ru)



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