



ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО
ПО ПЕЧАТИ И МАССОВЫМ КОММУНИКАЦИЯМ

Российский рынок периодической печати.
*Состояние, тенденции и перспективы
развития, 2010 год.*

- **Управление периодической печати,
книгоиздания и полиграфии**
г. Москва, 2010 год

Сравнительные данные АКАР о состоянии рекламного рынка России за 9 мес. 2009 и 2010 годов

Сегмент рынка	2009 г.	2010 г.	Прирост/падение, %
Телевидение	74.5-75.5	83.1-84.1	+ 11,0
Радио	6.4-6.5	6.9-7.0	+ 8,0
Печатные СМИ	22.6-22.8	24.1-24.3	+ 7,0
в т.ч. газеты	6.4-6.5	7.7-7.8	+ 20,0
журналы	11.0-11.2	11.6-11.8	+ 5,0
рекламные изд.	4.9-5.0	4.7-4.8	- 5,0
Наружная реклама	19.6-19.8	23.1-23.3	+ 18,0
Интернет	13.4-13.6	18.4-18.6	+ 37,0
в т.ч. медийная реклама	5.2-5.3	6.5-6.6	+ 24,0
контекстная реклама	8.2-8.3	11.9-12.1	+ 45,0
Прочие	1.8	2.2	+ 22,0
Итого:	139.0-140.0	158.0-159.0	+ 14,0

Источник:
АКАР

Топ-10 издательских ниш по доходам от рекламы в 1-м пол. 2010 года

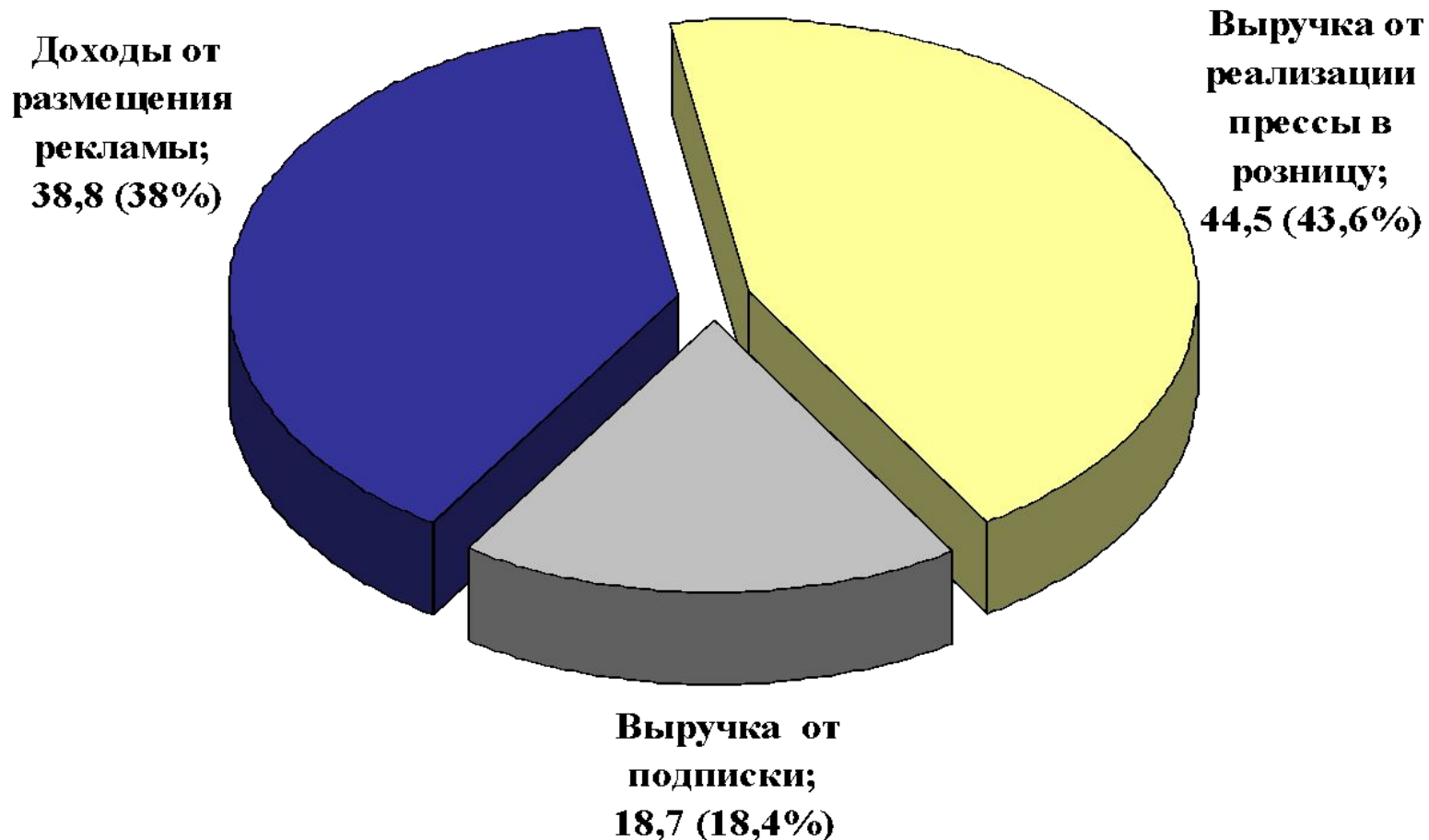
ТОП-10 ИЗДАТЕЛЬСКИХ НИШ ПО ДОХОДАМ ОТ РЕКЛАМЫ В I ПОЛУГОДИИ 2010 ГОДА

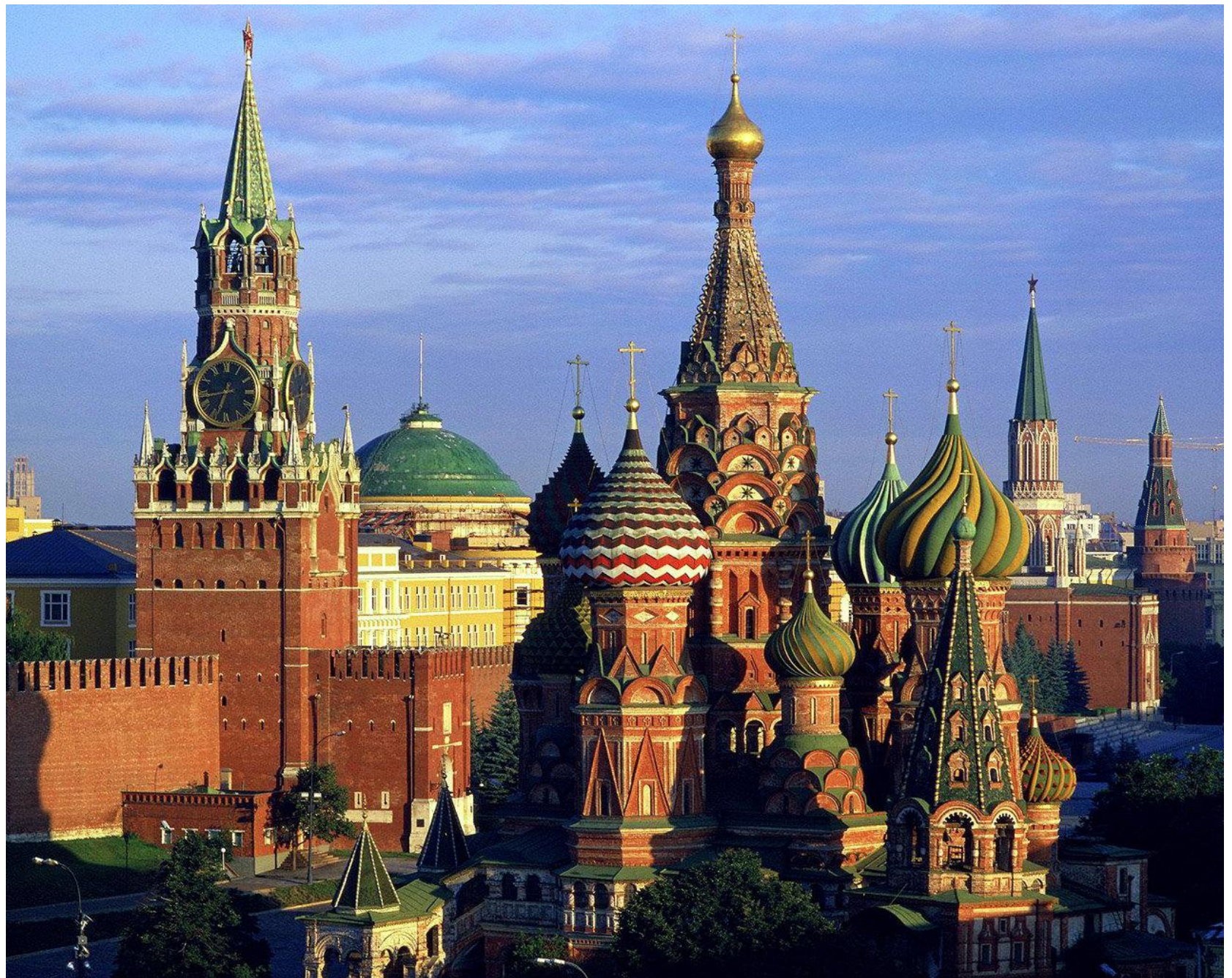


Источник: Аналитический центр «Видео интернешнл» (АЦВИ)

Источники: АЦВИ

Основные финансовые параметры рынка прессы России, 2010 год, в млрд. руб.







ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО
ПО ПЕЧАТИ И МАССОВЫМ КОММУНИКАЦИЯМ

**Российский рынок периодической печати.
*Состояние, тенденции и перспективы
развития, 2009 год.***

- **Управление периодической печати,
книгоиздания и полиграфии
г. Москва, 2009 год**