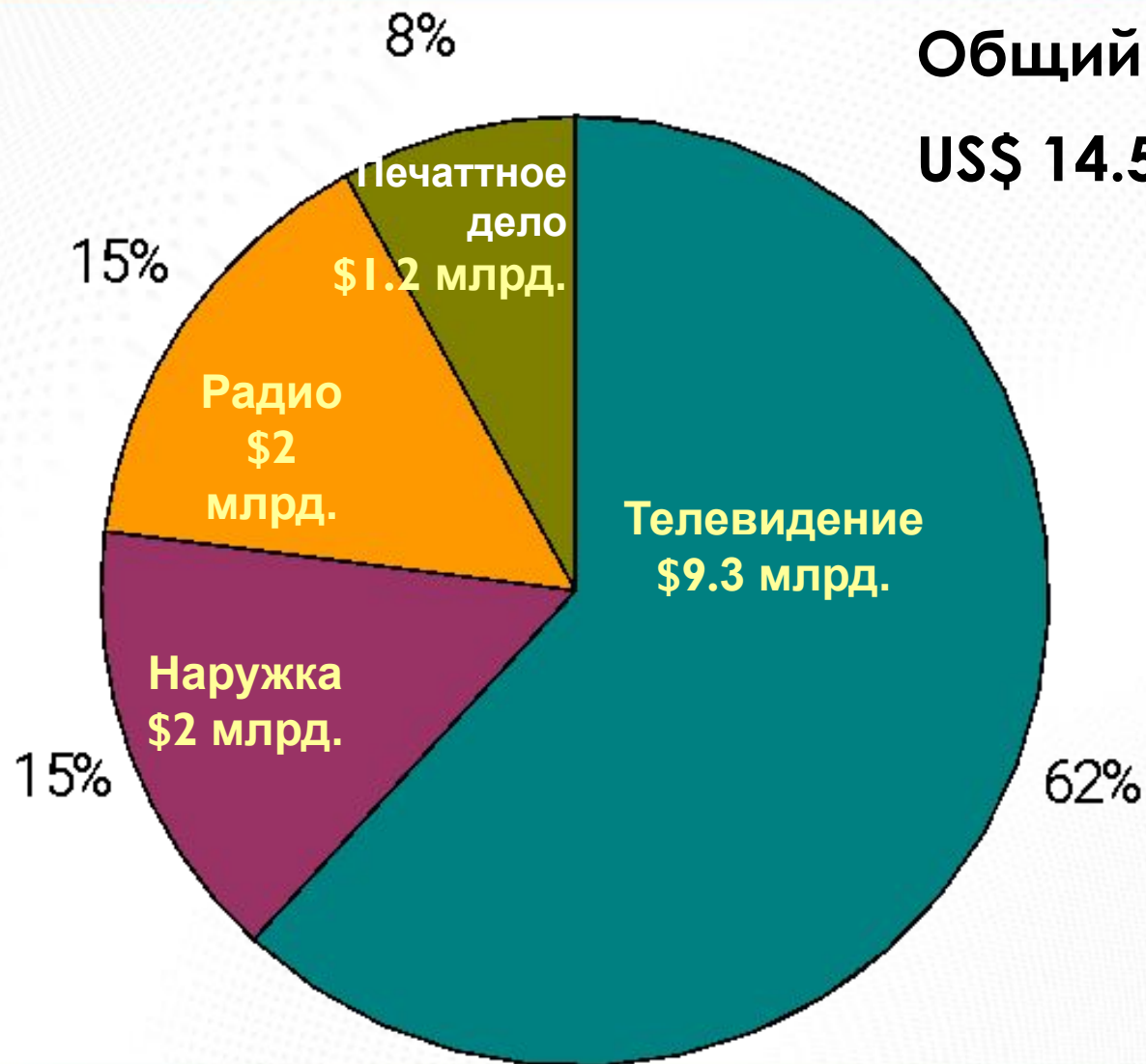


Viacom Outdoor International



Том Годдард
Исполнительный директор
Июнь 2006

Доход корпорации CBS в 2006 году



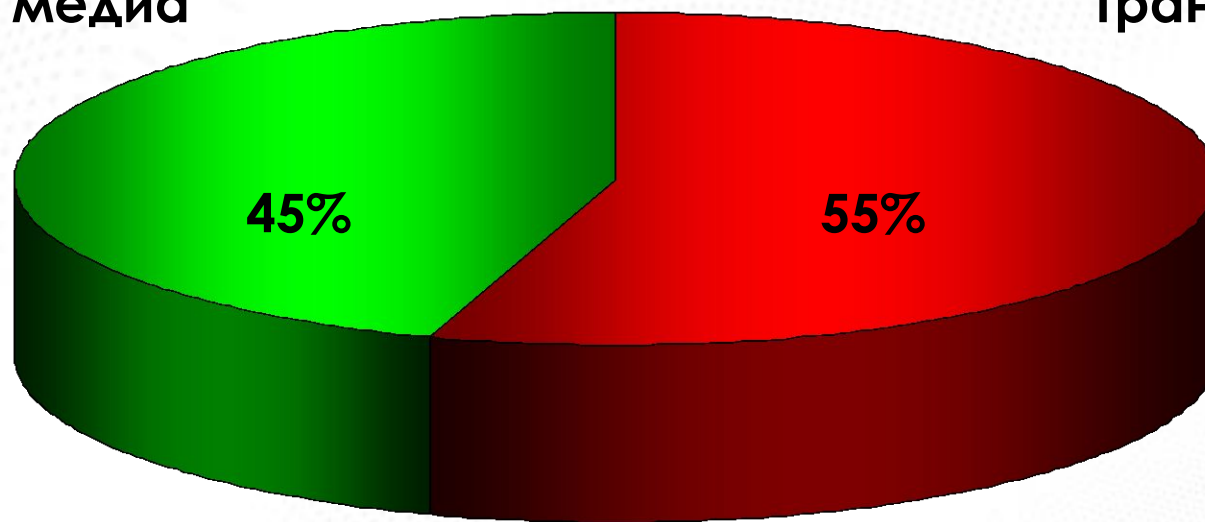
Структура презентации

- **Всевозрастающая важность транспорта**
- **Исследования мобильности**
- **Цифровые медиа**
- **Креативные возможности на транспорте**
- **Отчетность**
- **Регулирование транзитной рекламы**
- **Измерение аудитории рекламы на транспорте**
- **Перспективы развития отрасли транзитной рекламы**

Доходы Viacom Outdoor International: устойчивая позиция на рынке транзитной рекламы

Другие медиа

Транспорт



Автобусная сеть

Дублин



Детройт



Нью-Йорк



Пекин

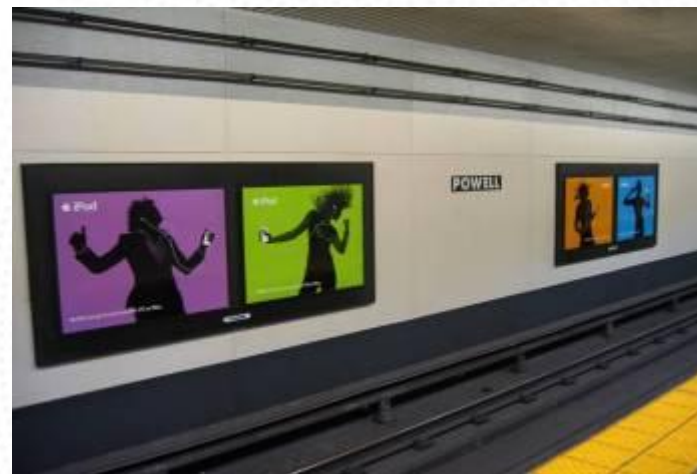


Подземная сеть

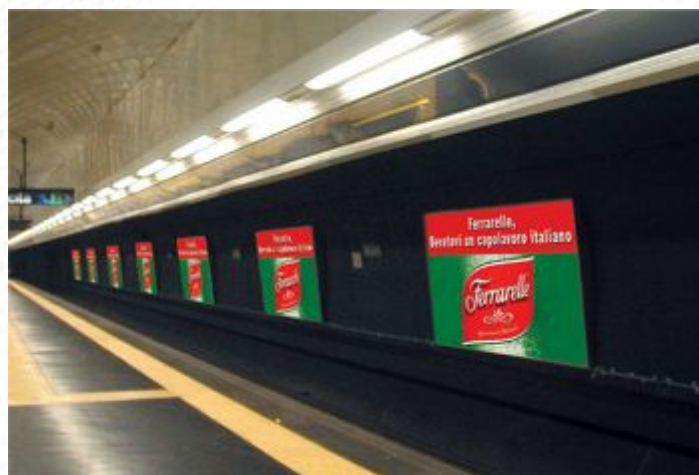
Лондон



Сан-Франциско



Неаполь



Тулуза



Ж/д сеть

Милан



Утрехт



Йорк



Чикаго



Европейский масштаб транспортных медиа

- 250,000 автобусов и трамваев
- 30 подземных систем
- 25 национальных ж/д систем
- 100 аэропортов

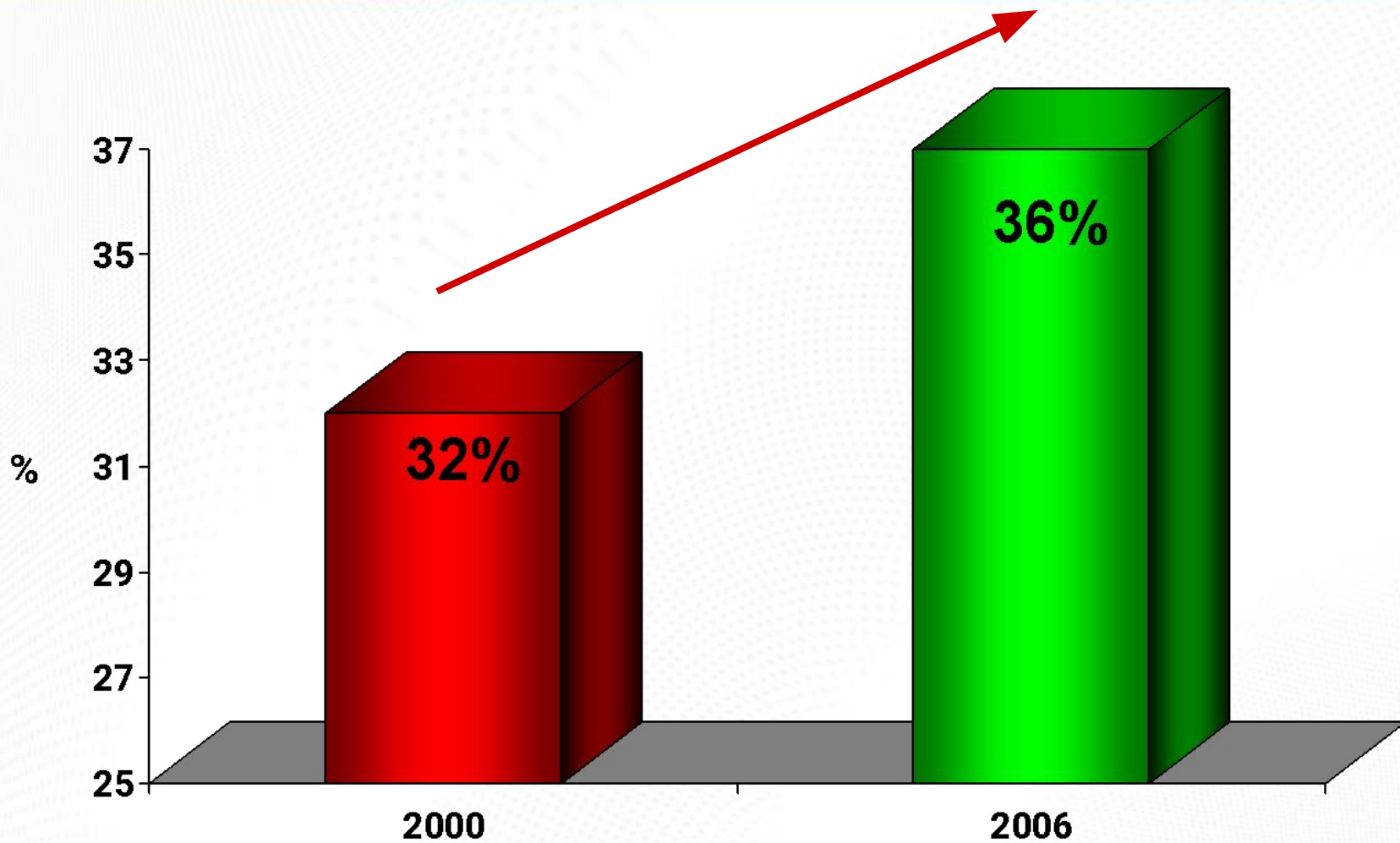


US\$ 2.1 млрд.

(28% от общего дохода)

Источник: Viacom Outdoor

Доля транспорта в Англии увеличивается



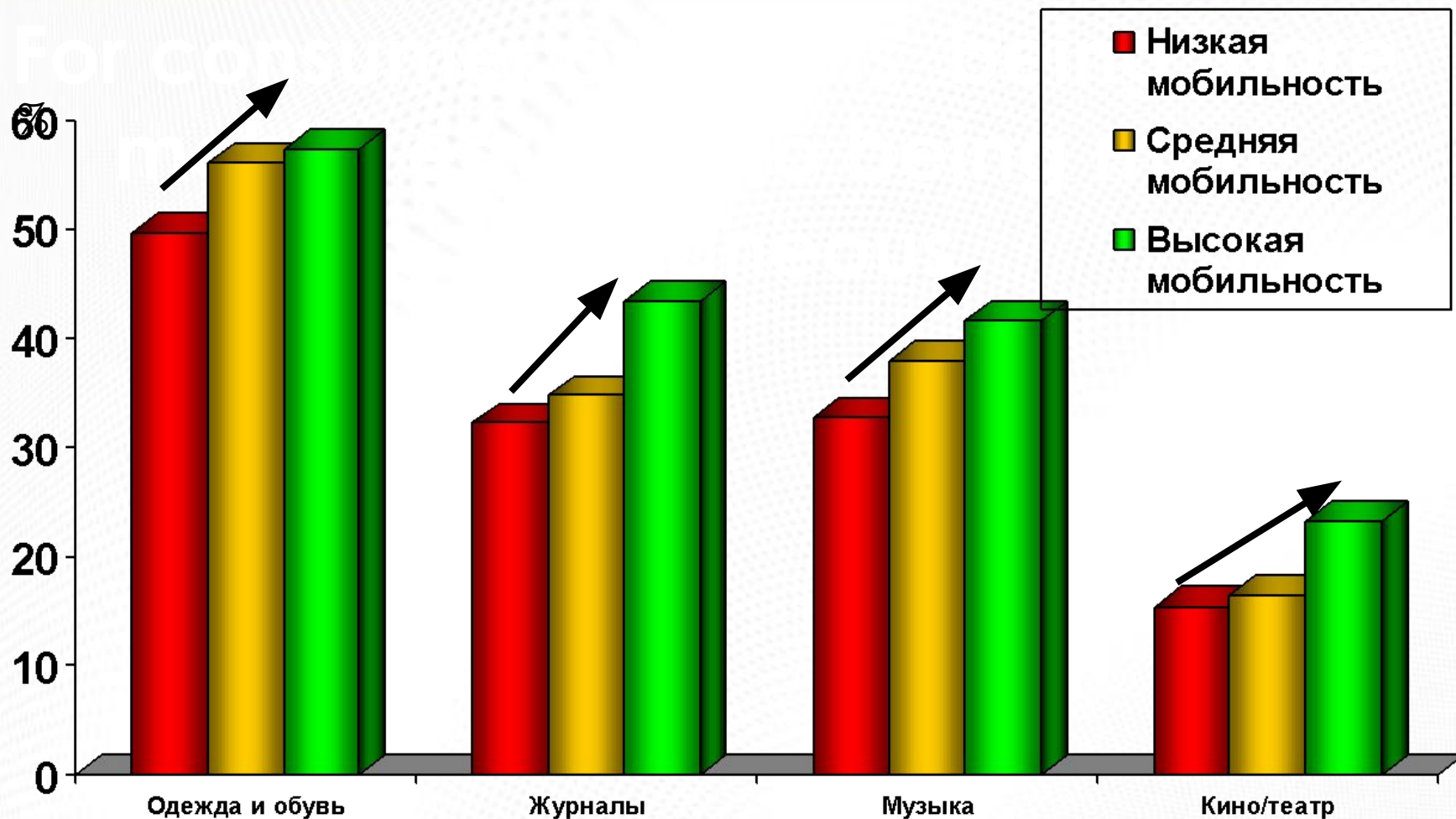
Источник: Рекламная Ассоциация 2006

Миссия Viacom Outdoor

“Привлечение и завоевание «мобильных» потребителей”



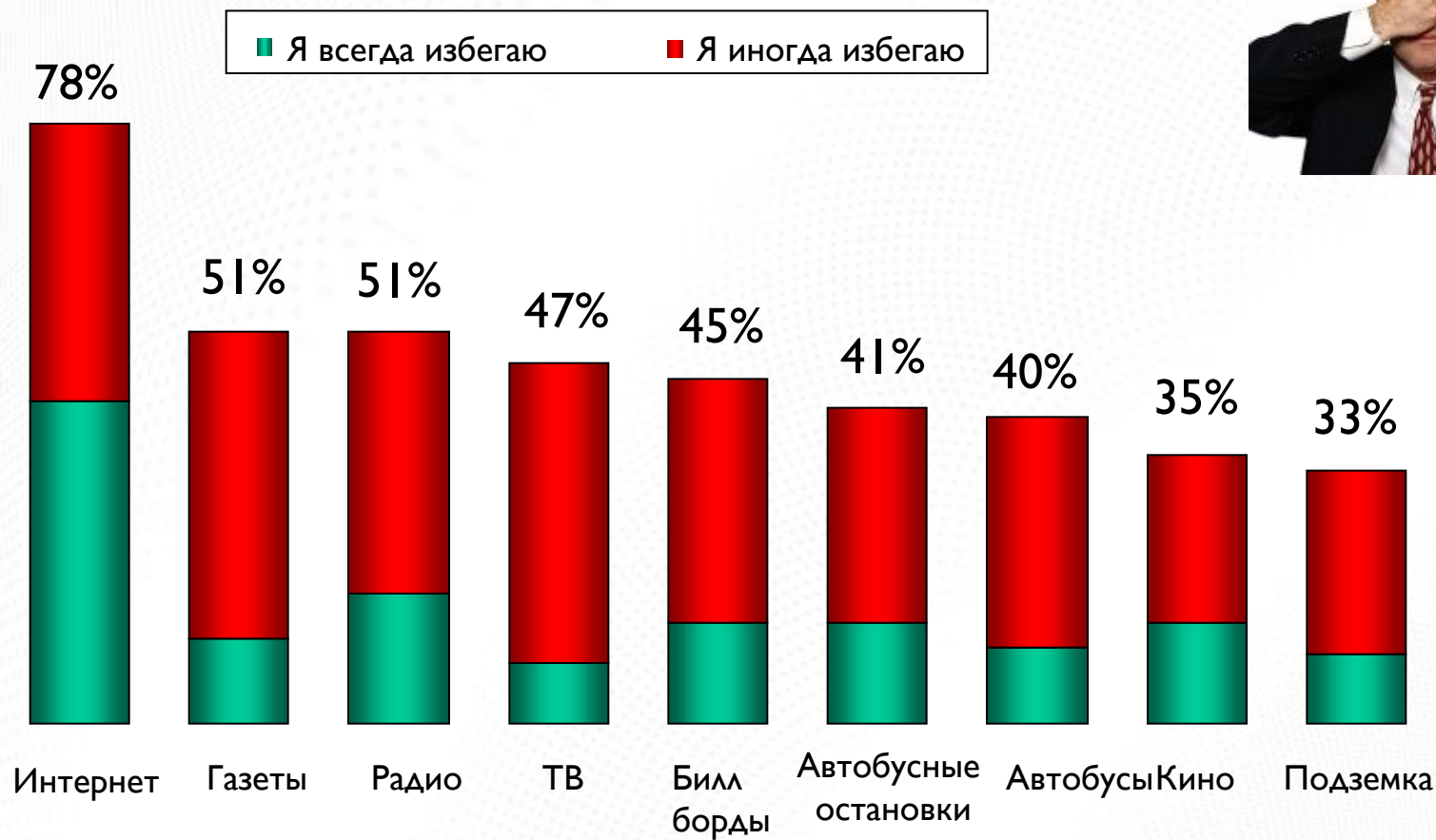
Более мобильные люди чаще совершают покупки спонтанно



Источник: Dipsticks 2006

n = 1,100

Люди избегают рекламу



Источник: TNS 2005

n= 1,200

Лондонская подземка



Первые в мире цифровые панели на эскалаторах



Первые в мире LED-панели в лондонских автобусах



Сильное воздействие транзитной рекламы



Европейское регулирование транзитной рекламы

- Реклама на транспорте должна быть легальной, честной, приличной и правдивой
- Запрет на политическую рекламу
- Запрет на рекламу алкоголя (Испания, Голландия, Ирландия)
- Запрет на рекламу табачной продукции
- Запрет на рекламу консультационных юридических фирм
- Ограничения оклеивания окон пленкой
- Запрет на мигающие огни и цифровые панели на задней части транспортного средства

Голландское 'искусство на автобусе'



Приватизация общественного транспорта

First 

Stagecoach 
UK BUS

 **ARRIVA**

 **connex**

Системы измерения аудиторий транзитной рекламы

- ✓ Финляндия (в процессе разработки)
- ✓ Норвегия (в процессе разработки)
- ✓ Швеция (в процессе разработки)
- ✓ Голландия (в процессе разработки)
- ✓ Англия (готово)
- ✓ Ирландия (готово)



JNOR исследование Ирландия

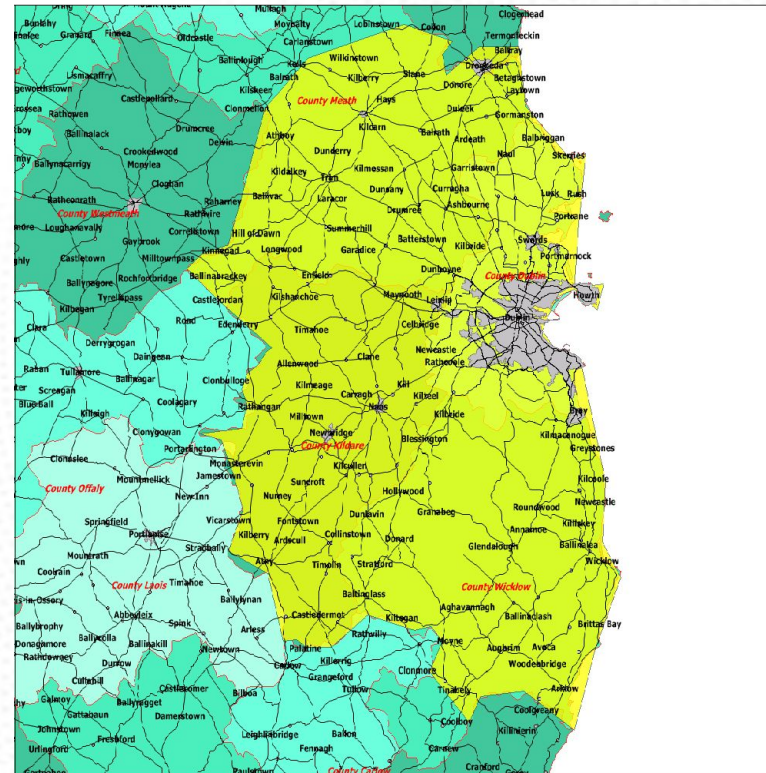
Опросы
пассажиров

Подсчет ед.
транспорта

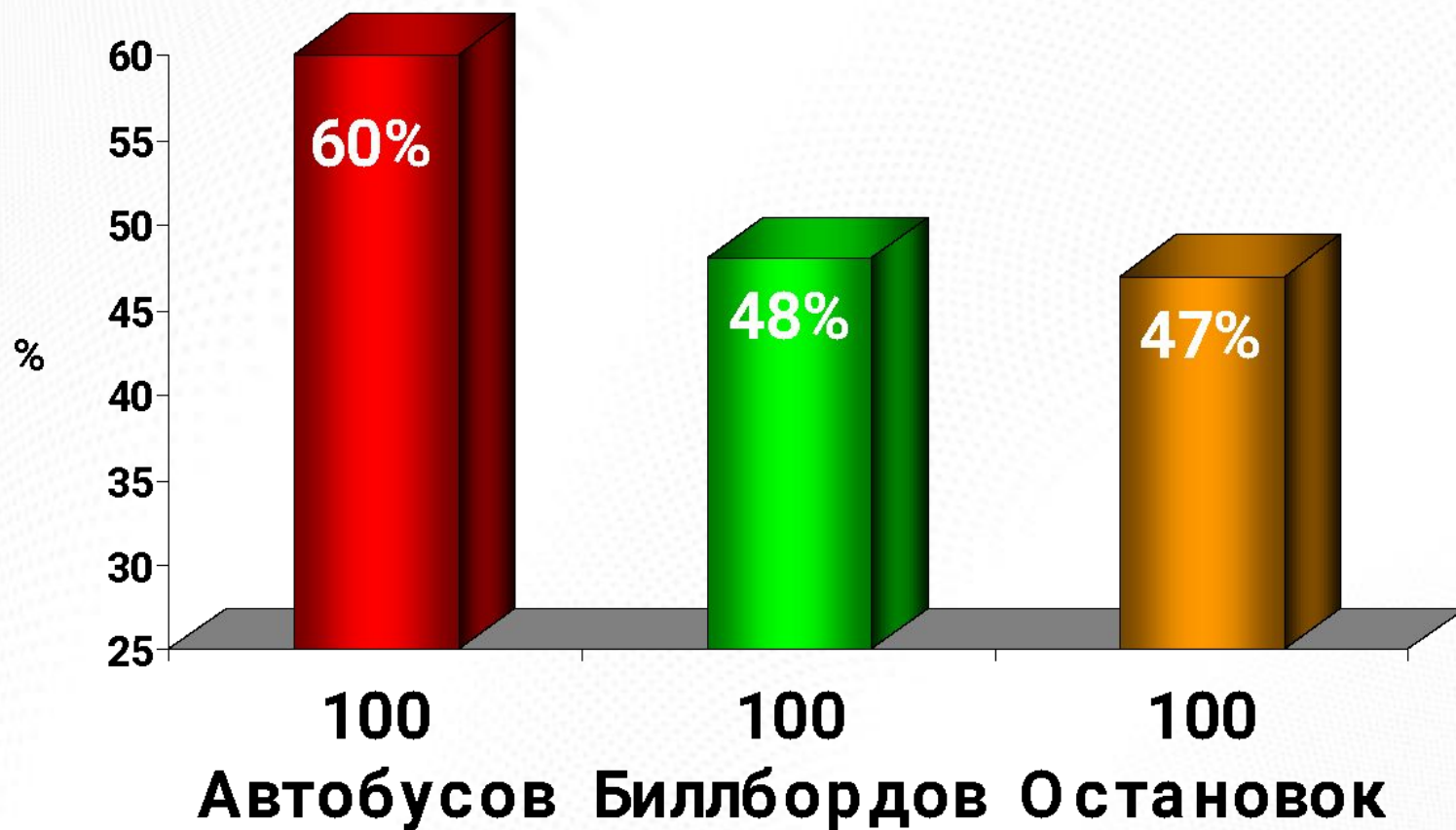
Тест на видимость
рекламных
изображений

Технические хар-ки
рекламоносителей

n = 2,400



Дублин – реклама на автобусах достигает больше людей



Источник: JNOR 2005

Технология «eye tracking»

- 100 часов видео в транспорте
- Фиксация движения глаз
- Ежесекундный анализ видео



Условия успеха

- **отдельный медиа-дом для каждого вида медиа**
- **грамотная программа под автобусное размещение**
- **исследования аудитории и ее охвата**
- **оценка эффективности и затрат**
- **методы отчетности**
- **креативная поддержка**

Перспективы развития транспортной инфраструктуры

- **Инвестиции**
- **Консолидация**
- **Использование передовых технологий**
- **Контракты с важными рекламными группами**
- **Доказательство ценности предложений**
- **Борьба за каждый рубль**