

Некоторые экономические аспекты ограничения объема ТВ рекламы в России

Российский экономический и финансовый форум в Швейцарии
Шестая сессия
Цюрих 18-19 марта, 2007 г.

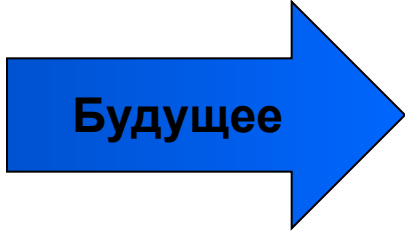
НЕСТЛЕ - 10 ЛЕТ ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ В РОССИИ



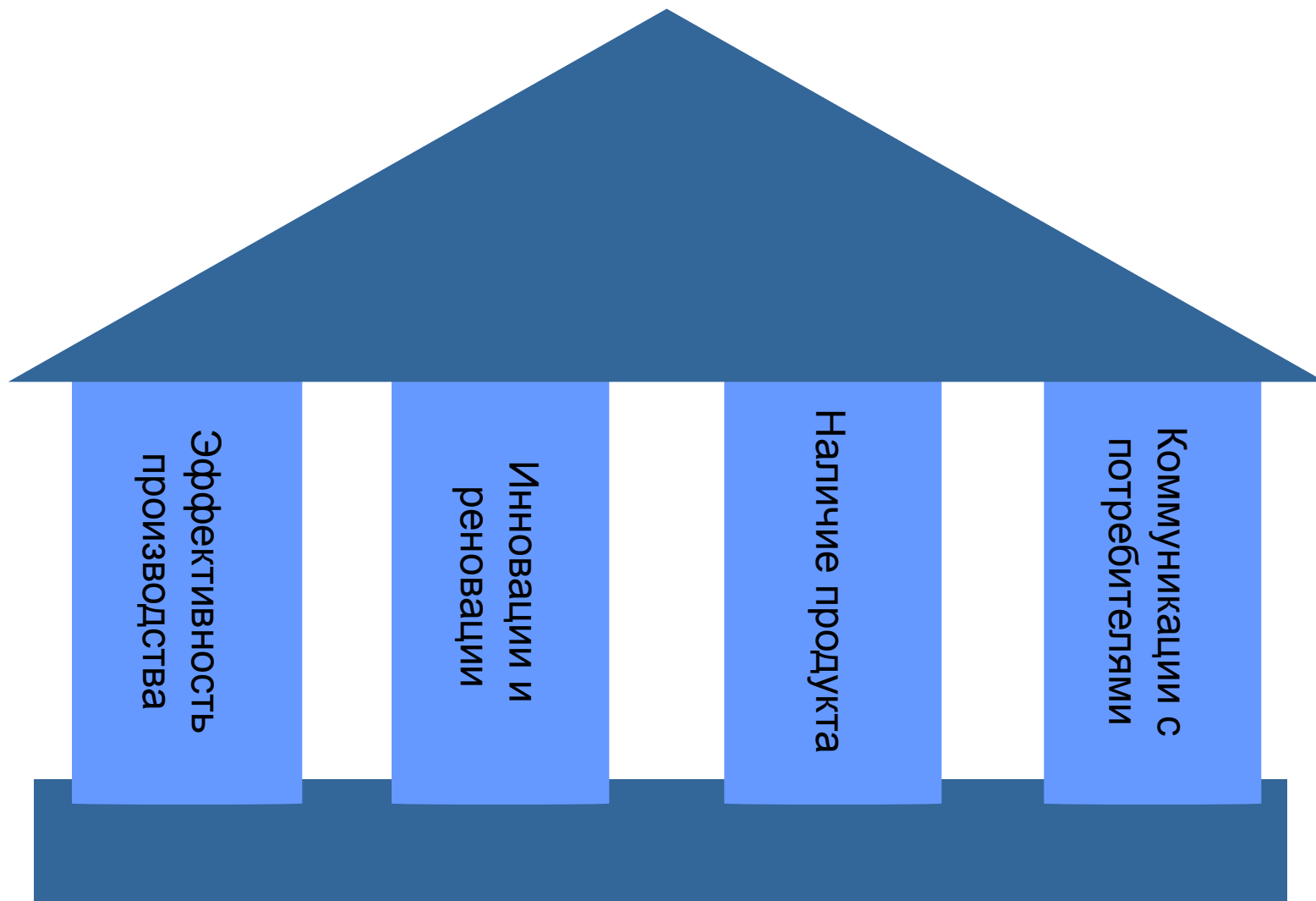
Создание Nestlé Food LLC

Продажи CHF 1.65 млрд.

Инвестиции USD 600 млрд.



Основные стратегии роста компании «Нестле»



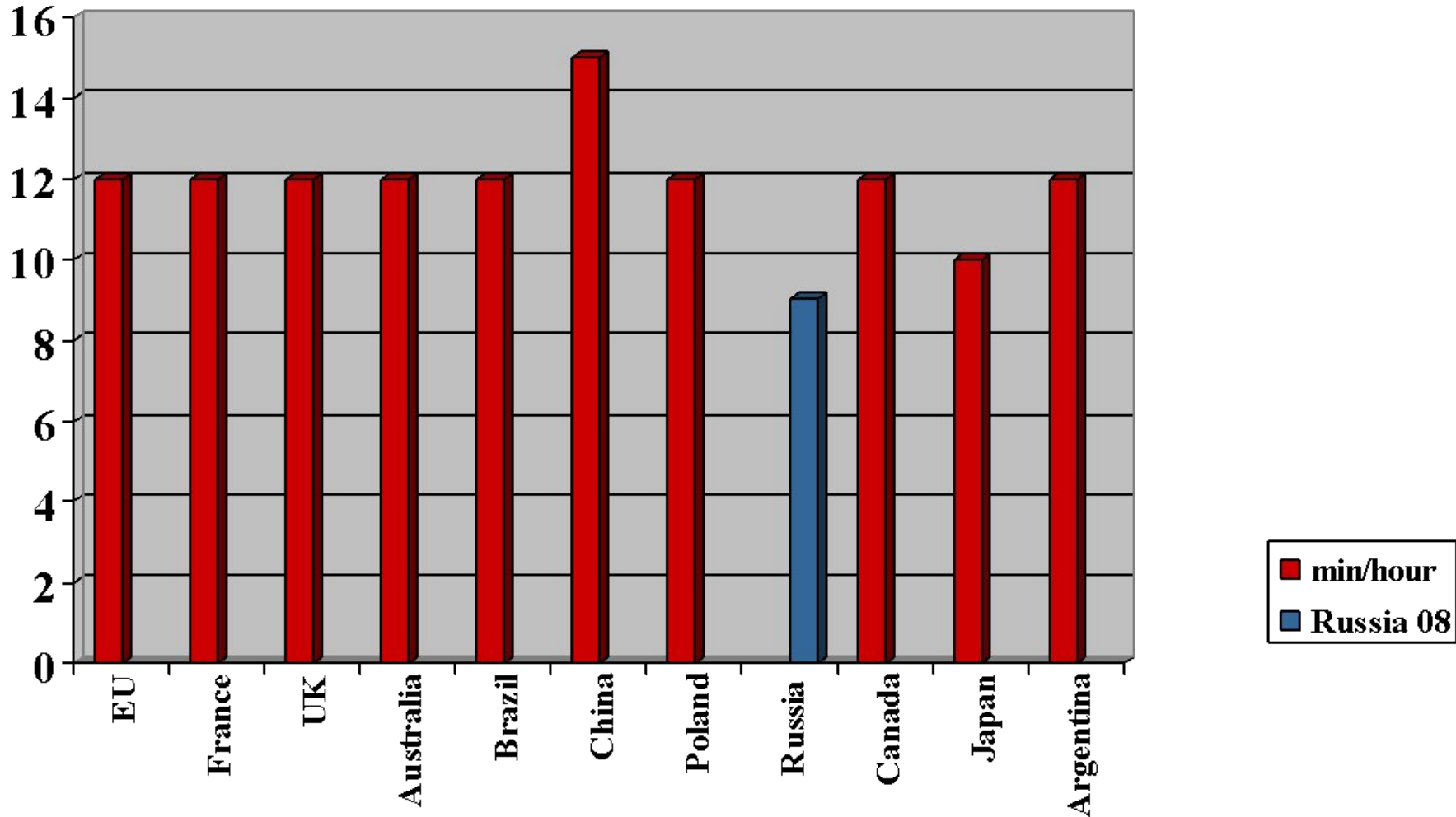
Изменения в законе «О рекламе»

- С 1 июля 2006 г. вступили в силу новые ограничения по ТВ рекламе – 15% в сутки и 20% в час
- С 1 января 2008 г. – 15% ТВ рекламы в час

Динамика рекламного рынка России

	2002	2003	2004	2005	2006	2007*	2008*
Рекламный рынок, млрд. руб.	69,3	88,7	111,1	141,6	175,0	205,9	235
Рост к предыдущему году %		28,0	25,2	27,5	23,6	17,6	14,1
ТВ рекламный рынок, млрд. руб.	28,8	38,1	49,0	65,1	85,3	105,0	126
Рост к предыдущему году %		31,9	28,7	32,9	31,0	23,1	20
Доля ТВ рекламы в общем объеме %	41,6	43,0	44,2	46,0	48,7	51,0	53,6
Прочие виды рекламы, млрд. руб.	40,4	50,6	62,1	76,5	89,7	100,9	109
Рост к предыдущему году %		24,6	22,7	23,2	17,3	12,5	8,0

Ограничения на ТВ рекламу в других странах



- **Дополнительная финансовая нагрузка на производителей торговых марок**
- **Повышение рекламных расходов отразится на увеличении розничных цен**
- **Расходы по выводу на рынок нового бренда или услуги вырастут со 120-180 млн. руб в 2005 г. до 400-450 млн. руб в 2008 г.**
- **По оценке ВШЭ, дополнительный рост индекса розничных цен может составить около 1% в 2008 г.**

Рекомендация бизнес сообщества

**Отложить введение ограничений по
объему ТВ рекламы до 2010 года или
отменить эти ограничения**