

# IV

ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ  
эффективная наружная реклама:  
уроки кризиса

Москва, 4 декабря 2009 года

## ООН ситуация в регионах

Александр Бечин,  
Баинг-директор по наружной рекламе

**MediaNet**  
национальный медиаоператор





ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ  
эффективная наружная реклама:  
уроки кризиса

Москва, 4 декабря 2009 года



## Вопросы к поставщикам от Медиа Сети:





## Разделы:

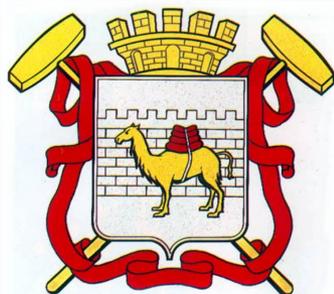
- Заполняемость
- Рентабельность
- Оптимизация расходов
- Льготы, социальная реклама
- Конкуренция, демпинг
- Антикризисные предложения
- Законодательство
- 2010: расходы и реальность



Заполняемость



г.Челябинск



Лубягин Андрей Сергеевич,  
Генеральный директор ГК «Армада»

2009 vs 2008

6x3 ( -20%),  
1,2x1,8 ( -30%),

Челябинская область( -40-50%)

2009 год - год работы в условиях круговой  
обороны и превосходящих  
сил противника



Заполняемость



г.Сальск



Константин Холод,  
Директор ИП «Холод»

После начал кризиса появился  
очень большой спад,  
ушли практически все клиенты.....



Заполняемость

г. Тула



Дьякевич Надежда Анатольевна,  
Руководитель отдела продаж ООО «Афиша»

Форматы: 3x6; 1,2x1,8; 3x1,4;  
настенные панно больших форматов

3x6 – средний коэффициент продаж 80 %.  
Перетяжки - 70%.

Большой формат: коэффициент продаж ~ 0.



Заполняемость



г.Екатеринбург



Хапова Вера Матвеевна,  
директор «Х-ФОРМАТ»

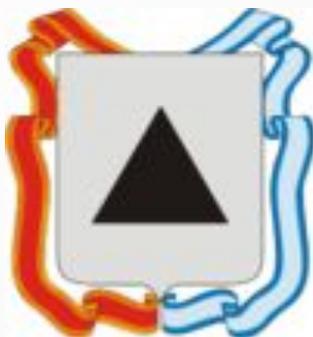
3x6 – 90%, 5x15 – 30/40% (1,2,3 кварталы  
2009 – баланс по фирме отрицательный,  
т.к. приоритет - большие форматы,  
выручка по ним от прайса 2008 года упала  
на 70%



Заполняемость



г.Магнитогорск



Герадотова Екатерина Вячеславовна,  
Коммерческий директор «Город М»

40-60% загрузки поверхностей.  
Уровень рентабельность позволяет  
ТОЛЬКО ВЫЖИВАТЬ



Заполняемость



г.ТОМСК



Анна Пашуто,  
ООО «Формат Сити»

1е полугодие от 47-52% против 2008 г -  
75-80%.

С 3го квартала видим 7-12% рост



Заполняемость

## г.Чебоксары



Бартышева Светлана Леонидовна,  
Советник ООО «Рекламные технологии -Билборд»

загрузка январь-март 2009 г. 35-50%,  
март-декабрь 65-85% от общего объема  
конструкций.

Развитие свернуто -  
только выживание, причем жесткое





г.Белгород



Милокум Борис Алексеевич  
Директор РА «Новый БЕРЕГ»

Работаем только с 3х6м. В I кв. загрузка 30-35% (работа в большой убыток), во II кв. – 40-45% (работа с небольшим убытком), в III и IV кв. - 55-60% (позволяет выживать и немножечко жить).



Заполняемость



г.Ижевск



Герасимова Жанна Михайловна, и.о. генерального директора  
РА «ГОРОД»

Загрузка выросла с июля 2009 г, но при  
минимальной стоимости. Даем цены  
2006-2007 года.

Работаем на грани выживания



Заполняемость

г.Губкинский  
(ЯНАО)



Хадарцевич Игорь Геннадьевич,  
РА «АРТ-Лайн»

Загрузка 100 %, но уровень рентабельности  
крайне низок и позволяет только выживать.

Сезонность проявляется летом в виде  
небольшого снижения уровня спроса



## Выводы :

- Загрузка снизилась у всех операторов
- 3x6 продавался заметно успешнее других форматов
- Многие операторы понесли убытки, особенно в 1-2 кварталах
- 3й и 4й кварталы были отмечены ростом заполняемости
- Заполняемость не гарантирует рентабельность



Рентабельность



г.Оренбург



Коновал Александр Яковлевич,  
Заместитель директора ООО «Оренкарт»

В начале 2009 года было очень плохо.  
Выживали. К концу года ситуация  
изменилась на “позволяет жить”



Рентабельность



г.Архангельск,  
Северодвинск



Коширина Вера Владимировна,  
Коммерческий директор ООО «НОРД-медиа»

Загрузка по форматам от 30 до 50%,  
уровень рентабельности минимальный,  
позволяющий надеяться исключительно на  
выживание





г.Ессентуки



Пронь Алексей Владимирович  
Начальник отдела ООН ЗАО «Симпекс»

Загруженность в течение года составила 50-60%, существовать возможно, но с текущей рентабельностью спасают **другие направления бизнеса**



## Выводы :

- Рентабельность подавляющего числа операторов невысока
- Ряд подрядчиков оценивают рентабельность как критичную
- Уровень рентабельности не позволяет думать о развитии



## Оптимизация расходов

## Сокращения затрат добились за счет :

- Сокращения заработной платы сотрудников
- Сокращения штата
- Большой универсальности сотрудников
- Снижения площади офиса
- Сокращения накладных расходов (ГСМ, связь)
- Урезания сети (отказ от мест)



г.Сызрань



Зайченко Михаил Сергеевич,  
Начальник отдела рекламы ООО «Титан»

Издержки снизили за счёт оптимизации периода фотоотчёта и монтажа. Путём применения при монтаже более дешёвых отечественных материалов с теми же свойствами





г.Оренбург



Хашев Алим Асланбиевич,  
ИП «БАГОВА О.И.»

Отказались от услуг одной бригады монтажников, т.е. были уволены два человека и приостановлено сотрудничество с одной автовышкой.



г.Архангельск



Коширина Вера Владимировна,  
Коммерческий директор ООО «НОРД-медиа»

Экономии удалось добиться за счет  
снижение з/п, сокращения штата  
сотрудников, снижения основных затрат,  
накладных расходов, четкоко планирования  
и использования **новых технологий**: IP –  
телефония, безлимитный интернет



Оптимизация расходов



г.Сочи



Представитель компании ООО «Слон»

Провели анализ, порезали развитие сети, сократились затраты на закупку нового оборудования для расширения производства. Потеряли прибавку к з.п.





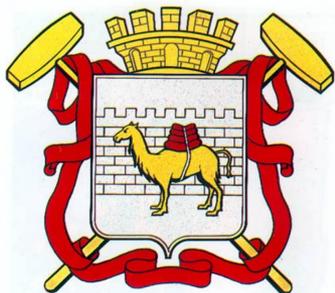
г.Нефтекамск



экономим на монтажах, порой оставляя клиентов на щите, в чьих договорах нет пункта о штрафах, или стыкуем так монтажи, чтобы лишних не было.



г. Челябинск



Лубягин Андрей Сергеевич,  
Генеральный директор ГК «Армада.»

Сделан план сокращения количества конструкций на случай ухудшения экономической ситуации. О росте никто не вспоминает. Последний аукцион по рекламным местам в Челябинске не состоялся - заявок не было.





г.Ставрополь



Александрия Жаклин Теймуразовна,  
Коммерческий директор рекл.группа «Миллениум»

В нашей компании специальной оптимизацией расходов во время кризиса не занимались, т.к. изначально, наша работа строилась на разумном соотношении доходов и расходов. Возможно, именно поэтому, мы обошлись без сокращений сотрудников и уменьшений ЗП



Неназванные, но имеющие место статьи экономии:

-  Экономия на освещении
-  Экономия на тех. объездах
-  Увеличенные сроки восстановления надлежащего качества размещения (свет, поклейка)
-  Экономия на обслуживании технически сложных конструкций (скроллеры, тривижны,)



Льготы, социальная реклама



г.Набережные  
Челны



Хопта Лариса Николаевна,  
Менеджер ООО «Реклама-Центр»

администрация не пошла навстречу рекламным агентствам, никаких льгот, а наоборот, пытаются сократить рынок, размещаем много социальной рекламы, которая нам нигде не учитывается (нет перерасчетов)



Льготы, социальная реклама



## г. Новокузнецк



налоги высокие!, размещение социалки происходит с нарушением закона, изготовление и монтажи рекламной информации идут за счет рекламных агентств, имеет место принудительное размещение социальной рекламы на проданных сторонах конструкций без возмещения потерь и штрафных санкций агентствам.



г.Владимир



Шолохов А.В.,  
Заместитель директора ООО «Анфилада»

Льготы отсутствуют. Если не считать, что ЕНВД во подняли не так сильно, как планировали изначально. Наоборот, в результате пересмотра кадастровой стоимости земли заметно, иногда в разы, выросли платежи за аренду земли. Причем корректирующие коэффициенты на аренду земли на наружную рекламу во всех районах и городах установлены выше всех других видов деятельности



Льготы, социальная реклама



г.Саратов



Аристенко Галина Юрьевна,  
Исполнительный директор ООО “Стратус”

Администрация на второе полугодие  
снизила арендную ставку и к вопросам  
оплаты относится лояльно, т.е. допускается  
рассрочка платежей и т.д.



Льготы, социальная реклама



г.Екатеринбург



Хапова Вера Матвеевна,  
Директор ООО «Х-ФОРМАТ»

Власти приняли решение о снижении на 30% арендной платы на большие форматы и технологические установки (призмы) с 01.06.09 до окончания договора



Льготы, социальная реклама



г.Ижевск



Герасимова Анна Михайловна, и.о. генерального директора  
РА «ГОРОД»

Снизили коэффициент К2 в два раза.  
Единственный момент, что изменение  
коэффициента приняли с июля 2009 года, хотя  
заявка на снижение была отправлено в самом  
начале года.

На 2010 год выступили с просьбой о продлении  
сниженного коэффициента, но скорее всего  
базовую ставку на будущий год все-таки повысят



Льготы, социальная реклама

## Выводы :

- Не во всех городах подрядчики требовали снижения ставок аренды
- Региональные власти неохотно идут навстречу операторам
- Даже полученные льготы зачастую очень долго идут до получателей
- Незаконные поборы с операторов продолжаются
- Скорее всего, стоимость аренды в городах на 2010г. повысится



Конкуренция, демпинг



г.Санкт-  
Петербург



Малаканчиков Дмитрий Николаевич,  
Директор по продажам «Реклама-Центр»

Да, некоторые игроки пытались снижать цены до неприемлемого уровня, но вовремя остановились, понимая, что обрушивая рынок, сами загоняют себя в угол, так как процесс выхода на уровень приближенный к прежним ценам будет для них невыполнимой задачей. Безусловно, мы остаёмся на данном рынке, так как обладаем многолетним опытом и командой профессионалов.



Конкуренция, демпинг



г.Нефтекамск



Скребкова Наталья Владимировна, рук-ль отдела продаж  
«Триал»

Демпинг страшнейший, конкуренты снижают  
цены очень низко, действительно, проще  
закраться



Конкуренция, демпинг



г.ОМСК



Анна Безлук, директор по продажам  
“СТА”

Считаем, что операторам Омска удалось удержать рынок от его обрушения. Мы, как лидеры, взяли на себя этот процесс.

Конечно, мы не смогли удержать цену на фоне глобального изменения рынка. Однако удалось избежать "ценового беспредела"





г. Ижевск



Герасимова Жанна Михайловна, и.о. генерального директора  
РА «ГОРОД»

Демпинг был всегда, но до 2009 года он был несколько регулируемым и контролируемым, т.к. существовали некоторые договоренности...

Рынок 2009 года можно охарактеризовать как <дикий>



г. Брянск



Васильцов Г.Л.  
«Глобал медиа»

Те, кто круто демпинговал – либо на стадии банкротства, либо кусают локти.



Резко обострилась конкуренция среди подрядчиков

Каждый сам за себя, «дикий рынок»

Отмечены случаи предоставления нереально низких цен подрядчиками, ниже стоимости отчислений городу

Рекламные аг-ва выдумывают несуществующие цены

Отмечено наличие ценовых сговоров среди подрядчиков, по типу картельных

Год отмечен уходом спекулянтов, которые что-то перепродавали на волне высокого спроса

Демпинг распространяется большей частью на не самые качественные поверхности, поэтому подрядчикам с лучшим качеством программы он сильно не грозит, хотя и снижает рентабельность

Демпинг отдельных операторов наносит вред не столько его конкурентам, сколько отрасли в целом, опуская цену уровня нецелесообразности ведения деятельности

Консолидированность и отчасти монополизм отдельных подрядчиков в городах, как ни странно, позволил сохранить рыночные механизмы ценообразования и не привел к упадку рынка



## Антикризисные предложения



Законодательство

г.Екатеринбург



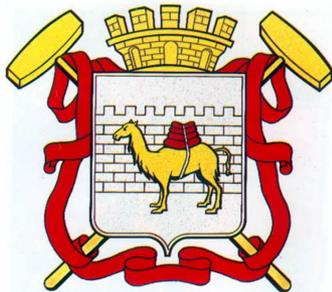
Пашева Марина Владимировна, РА “Центр Рекламных Услуг”

Сейчас проблем нет, но они начнутся когда придет время перезаключения договоров - вот тогда уже никто не вспомнит, что изменения к ГОСТУ носили рекомендательный характер.





г. Челябинск



Лубягин Андрей Сергеевич,  
Генеральный директор ГК «Армада»

Техрегламент может забить последний  
гвоздь в крышку гроба для наружки





г.Каменск-  
Шахтенский



РА "Статус"  
Генеральный директор ГК «Армада»

У нас демонтируют щиты по требованию прокуратуры (ГОСТ)

В маленьких городах, выдержать расстояние 5м - нереально, любой перекресток за 60м это почти половина до другого перекрестка, а ведь малые города еще отличаются большим количеством зеленых насаждений.....

Будет ли существовать наш бизнес - огромный вопрос





2010: надежды и реальность





Успехов Вам в 2010 !





## Контакты :

Москва, ул. Пресненский Вал, д.14,

Тел.: +7 (495) 645-645-0

Сайт: [www.medianet.ru](http://www.medianet.ru)

