



ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
эффективная наружная реклама:
общие тенденции и особенности
развития российских городов

Москва, 22 октября 2008 года

Ситуация с развитием локальных брендов. Смогут ли локальные производители потеснить национальные бренды?

Людмила Скибина,
заместитель директора по продажам News Outdoor

 **News Outdoor**



Содержание


- Национальные и локальные клиенты
- Доля национальных и локальных клиентов в поверхностях
- Доли форматов в бюджетах клиентов
- Региональное размещение локального клиента (множество форматов, городов)
- Крупные локальные клиенты
- Клиентские группы в регионах
- Динамика доли локальных продаж



Национальные бренды –
клиенты с федеральными бюджетами
и с географией размещения по всем
городам в России

Локальные бренды –
местные региональные клиенты





Доля национальных и локальных клиентов в поверхностях

Год	Доли национальных клиентов в поверхностях	Доли локальных клиентов в поверхностях
2002	39%	61%
2003	39%	61%
2004	41%	59%
2005	51%	49%
2006	45%	55%
2007	44%	56%

* Источники: «Эспар-Аналитик», Аналитический центр News Outdoor



ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
эффективная наружная реклама:
общие тенденции и особенности
развития российских городов

Ситуация с развитием локальных брендов.
Смогут ли локальные производители
потеснить национальные бренды?



Региональные рынки демонстрируют устойчивый рост

	2006	2007	Изменение доли 2007 vs 2006
Москва	52,5%	50,0%	-2,5%
Санкт-Петербург	11,2%	11,7%	0,5%
Города с населением более 1 млн. чел.	19,6%	20,6%	1,0%
Города с населением 500 тыс. – 1 млн. чел.	10,8%	11,5%	0,7%
Города с населением менее 500 тыс. чел.	5,9%	6,2%	0,3%

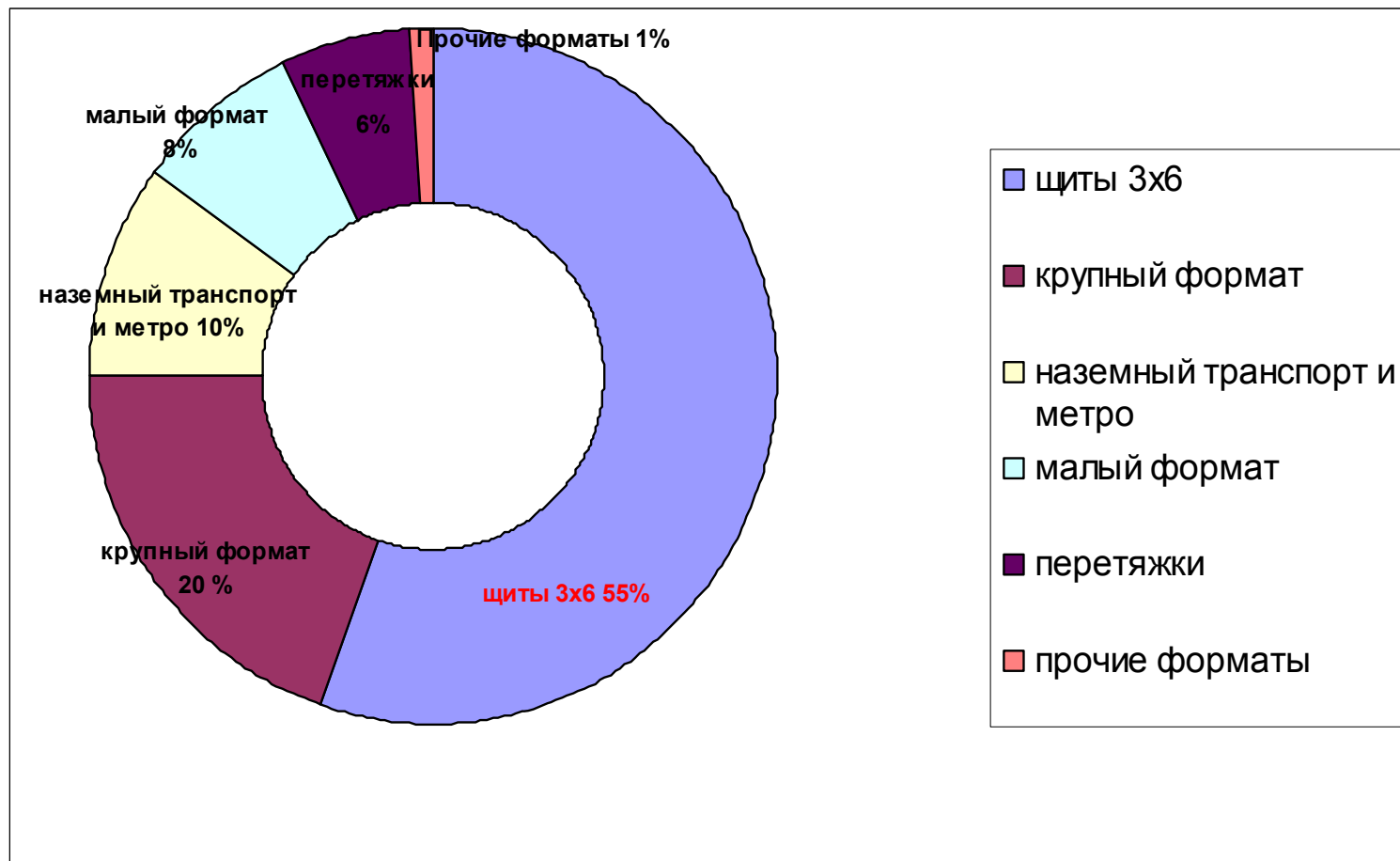
Источник: Аналитический центр News Outdoor



ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
эффективная наружная реклама:
общие тенденции и особенности
развития российских городов

Ситуация с развитием локальных брендов.
Смогут ли локальные производители
потеснить национальные бренды?

Доли форматов в бюджетах на наружную рекламу, 2007



Доли форматов в бюджетах локальных клиентов



Щиты 3x6 – 69 %



Уличная мебель – 12 %



Прочие форматы – 6 %



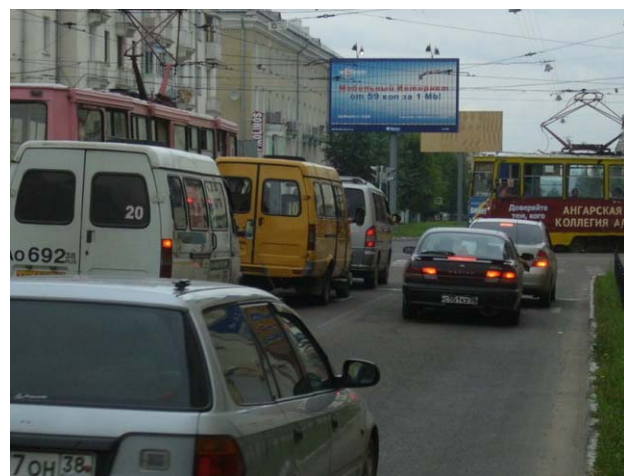
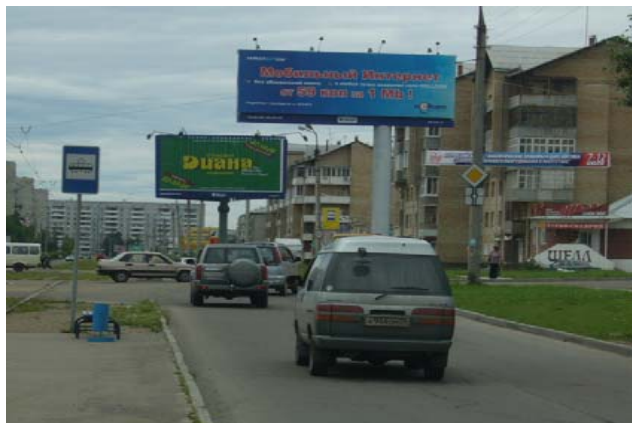
Крупные форматы – 13 %



ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
эффективная наружная реклама:
общие тенденции и особенности
развития российских городов

Ситуация с развитием локальных брендов.
Смогут ли локальные производители
потеснить национальные бренды?

Региональное размещение локального клиента – 5 форматов



Оператор мобильной связи – ЗАО «Байкалвестком», бренды: Байкалвестком, Wellcome, Wellstar

География размещения: (3 города) Иркутск, Ангарск, Братск.
Форматы: 3x6, 4x12, HoReCa, пиляры, брендмауэр

Период кампании – 2006, 2007, 2008 г.г.



ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
эффективная наружная реклама:
общие тенденции и особенности
развития российских городов

Ситуация с развитием локальных брендов.
Смогут ли локальные производители
потеснить национальные бренды?

Региональное размещение локального клиента – 10 городов



Группа компаний «Форус» (продажа лицензионного программного обеспечения, бренды: Лаборатория Касперского, 1-С, Майкрософт).

География размещения: (10 городов) Иркутск, Улан-Удэ, Чита, Владивосток, Благовещенск, Томск, Новокузнецк, Омск, Красноярск, Абакан.

Формат 3x6

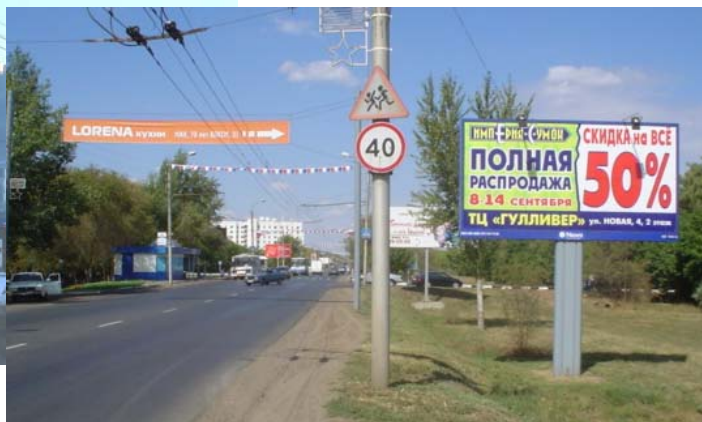
Период кампании – 2007-2008 г.г.



ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
эффективная наружная реклама:
общие тенденции и особенности
развития российских городов

Ситуация с развитием локальных брендов.
Смогут ли локальные производители
потеснить национальные бренды?

Сезонное размещение регионального локального клиента



Бренд – Империя Сумок

География размещения: (5 городов) г.г. Екатеринбург, Оренбург, Саратов, Тольятти, Уфа

Формат – 3х6

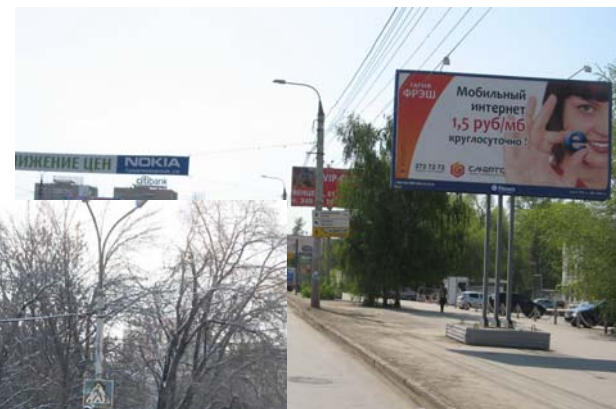
Период размещения – зима, лето 2008 г.



ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
эффективная наружная реклама:
общие тенденции и особенности
развития российских городов

Ситуация с развитием локальных брендов.
Смогут ли локальные производители
потеснить национальные бренды?

Крупные локальные клиенты



Бренд «СМАРТС» - оператор сотовой связи, 13 лет на рынке

Период размещения – 1995 – 2008 г.г.

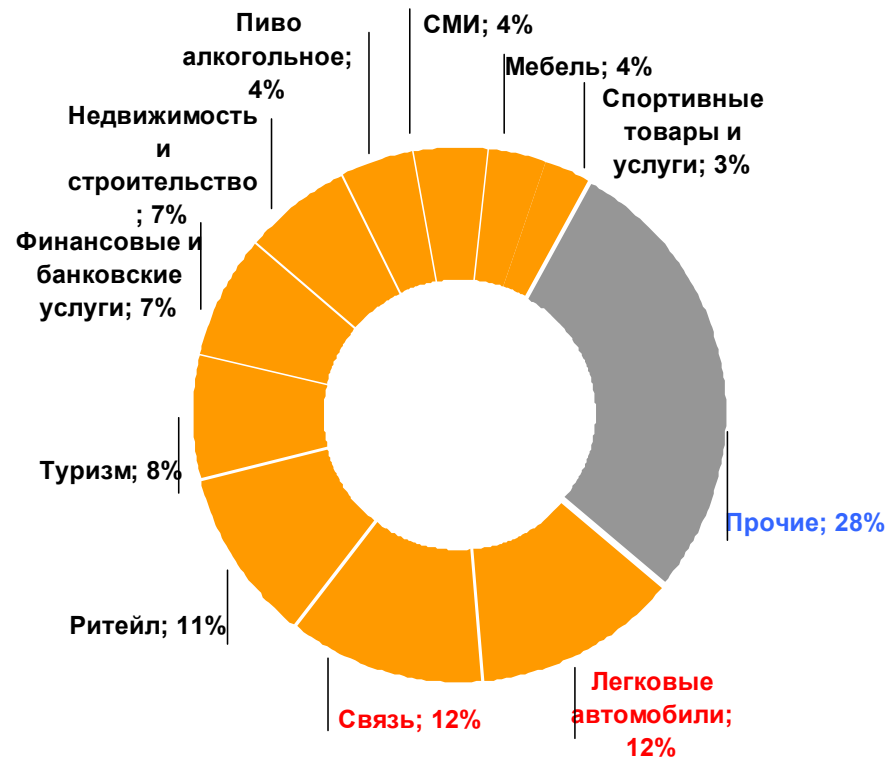
Форматы: 3x6, 4x12, остановки общественного транспорта



ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
эффективная наружная реклама:
общие тенденции и особенности
развития российских городов

Ситуация с развитием локальных брендов.
Смогут ли локальные производители
потеснить национальные бренды?

Доля отраслей рекламодателей в наружной рекламе, регионы, 2008



Динамика доли локальных продаж NOR (все форматы, регионы)

