



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

Москва, 22 октября 2008 года

## Медиаинфляция: перспективы изменения цен на размещение в наружной рекламе

Лариса Щипанова,  
руководитель отдела аналитики и исследований  
Департамента маркетинга News Outdoor



Российское правительство стремится удержать инфляцию в границах 8-10%.

Цены на рекламу в различных сегментах медийного рынка растут быстрее среднего уровня инфляции.

В чем причина и каковы перспективы дальнейшего развития медиаинфляции?





# ТЕМЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

- **Понятие и методология подсчета медиаинфляции в ООН**
- **Причины медиаинфляции в ООН**
- **Факторы влияние на темпы медиаинфляции**
- **Медиаинфляция в наружной рекламе в 2008-2009 годах: основные тенденции**



# ПОНЯТИЕ МЕДИАИНФЛЯЦИИ В НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЕ

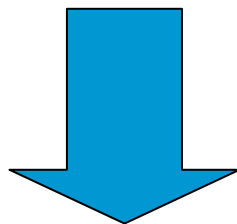
- **Медиаинфляция** – рост цен на рекламные услуги без существенного изменения их общего количества





# РАСЧЕТ МЕДИАИНФЛЯЦИИ

**РОСТ ОБЪЕМА СЕГМЕНТА ООН =  
МЕДИАИНФЛЯЦИЯ + ИЗМЕНЕНИЕ ЧИСЛА  
ПОВЕРХНОСТЕЙ**



**Медиаинфляция рассчитывается  
через темп роста отрасли ООН**



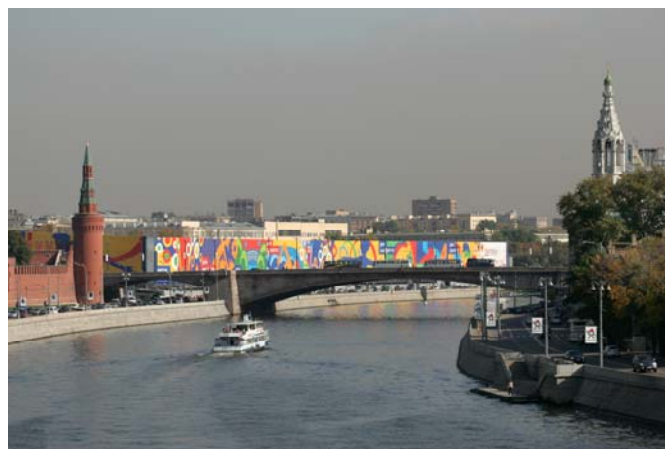
# РАЗРЕЗЫ ОЦЕНКИ МЕДИАИНФЛЯЦИИ

## Группы регионов:

- Москва
- Санкт-Петербург
- Города-миллионники
- Города с населением от 500 тыс. до 1 млн человек
- Города с населением менее 500 тыс. человек

## Группы форматов:

- Щиты 6x3
- Малый формат
- Крупный формат



# ИНСТРУМЕНТЫ РАСЧЕТА МЕДИАИНФЛЯЦИИ

- Мониторинг рынка  
**ESPAR**



- Досье городов



### Екатеринбург (ЕК)

Уральский Федеральный округ  
Свердловская область

Население (ALL)\* 1293.5 тыс. чел  
Страна А  
Федеральный округ по традиции NOR ФО Урал-1

Валовой региональный продукт на душу населения (ВРП)\*\* 109004.9 р.  
Место в России по ВРП 22  
Среднемесячный доход на душу населения\*\*\* 21772 р./мес

Интернет ресурсы

- 1) [Справочник "Википедия"](#)
- 2) [Справочник "Мой город"](#)

на карте России



\* Источник: Росстат, Всероссийская перепись населения, 2002 г.  
\*\* Источник: Росстат, 2005 г.  
\*\*\* Источник: Росстат, декабрь 2007 г.

Местное время: +2 (MSK)





# ПРИЧИНЫ МЕДИАИНФЛЯЦИИ

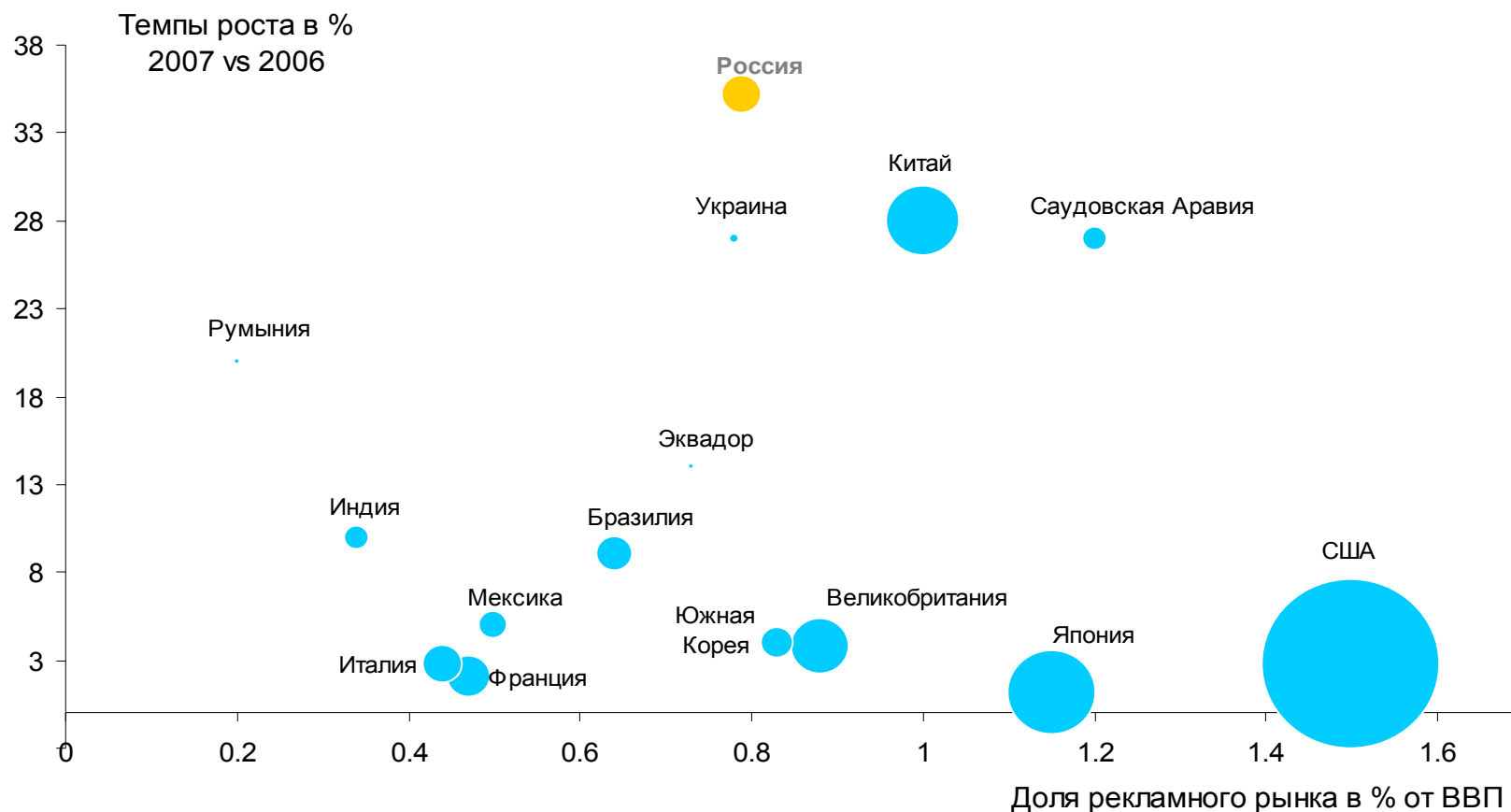
- **Общее количество денег в стране**
- **Активность рекламодателей**
- **Объем инвентаря**
- **Административное регулирование отрасли**
- **Налоговая база отрасли**
- **Себестоимость производства рекламы**







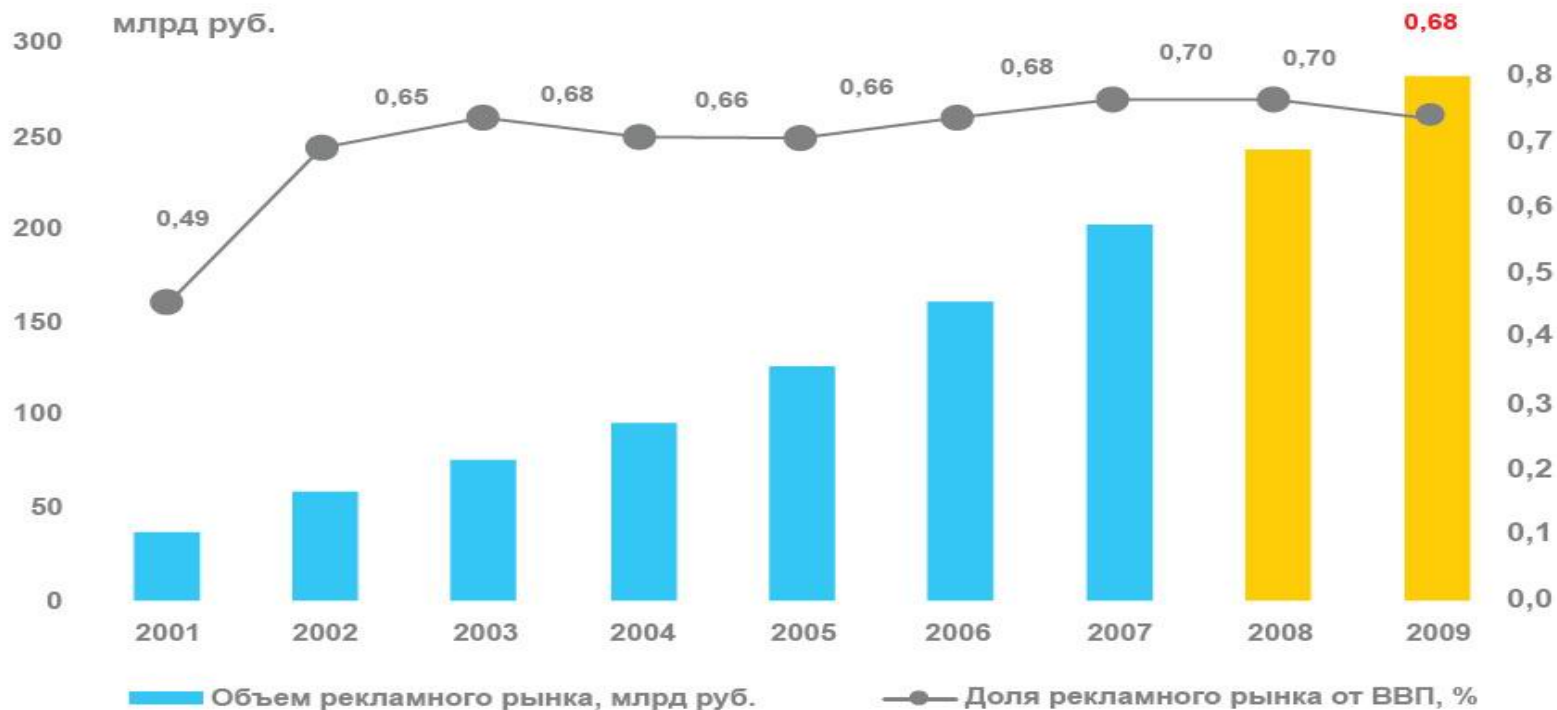
# БОЛЬШЕ ДЕНЕГ – БОЛЬШЕ РЕКЛАМЫ



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

Медиаинфляция: перспективы изменения цен  
на размещение в наружной рекламе

# ДОЛЯ РОССИЙСКОГО РЕКЛАМНОГО РЫНКА В ВВП СТРАНЫ

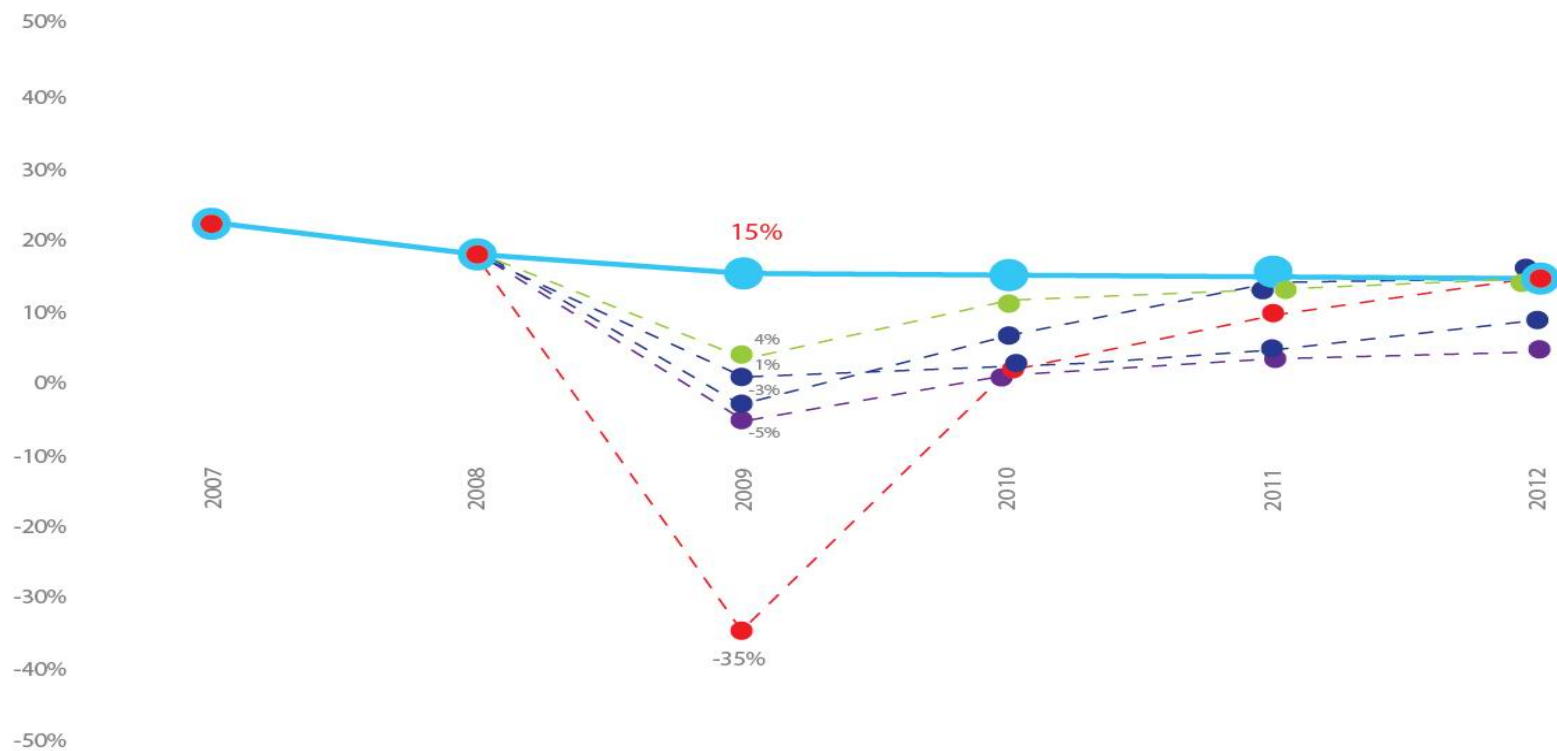


ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ  
эффективная наружная реклама:  
общие тенденции и особенности  
развития российских городов

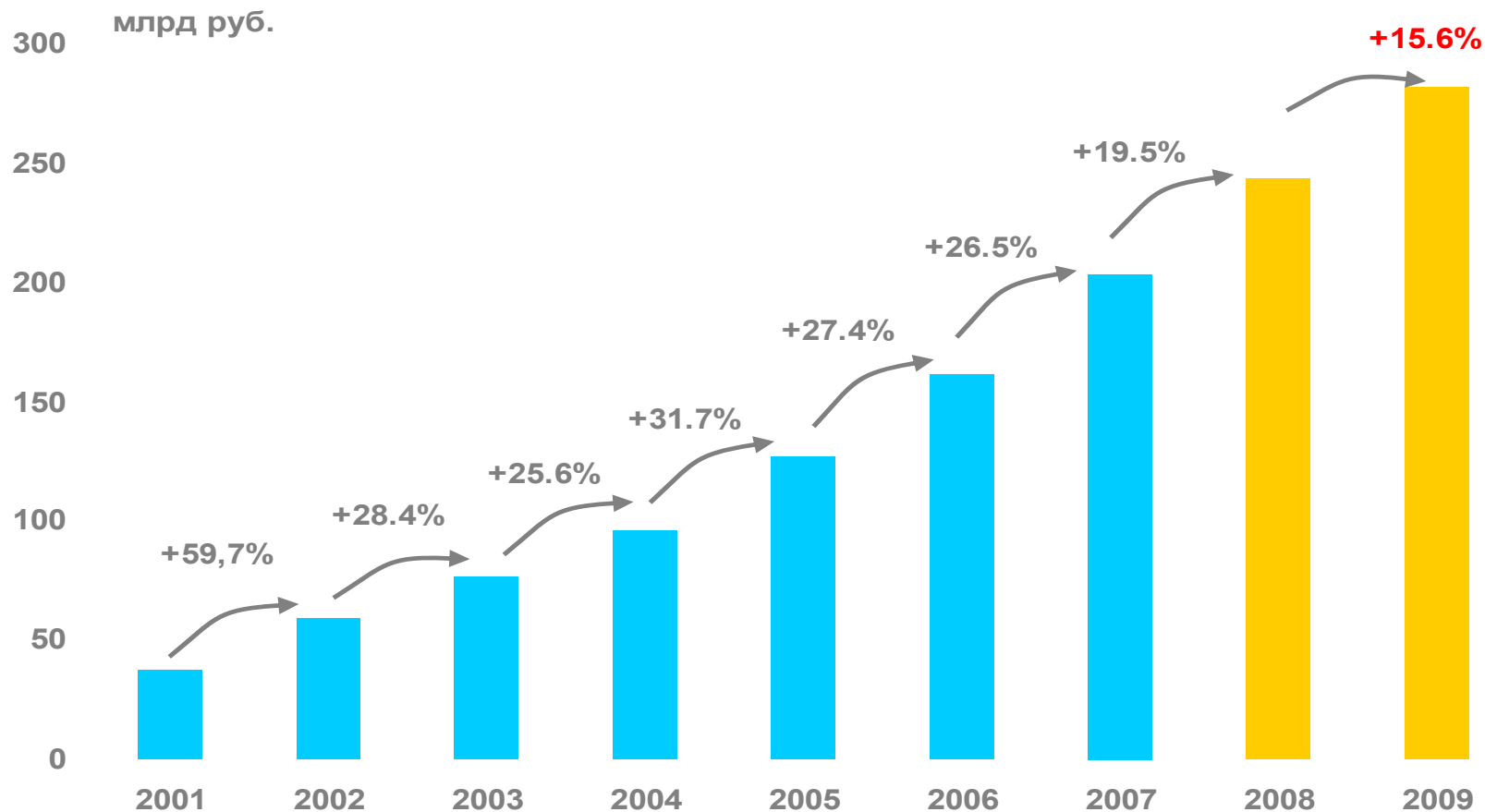
Медиаинфляция: перспективы изменения цен  
на размещение в наружной рекламе



# СЦЕНАРИИ РАЗВИТИЯ



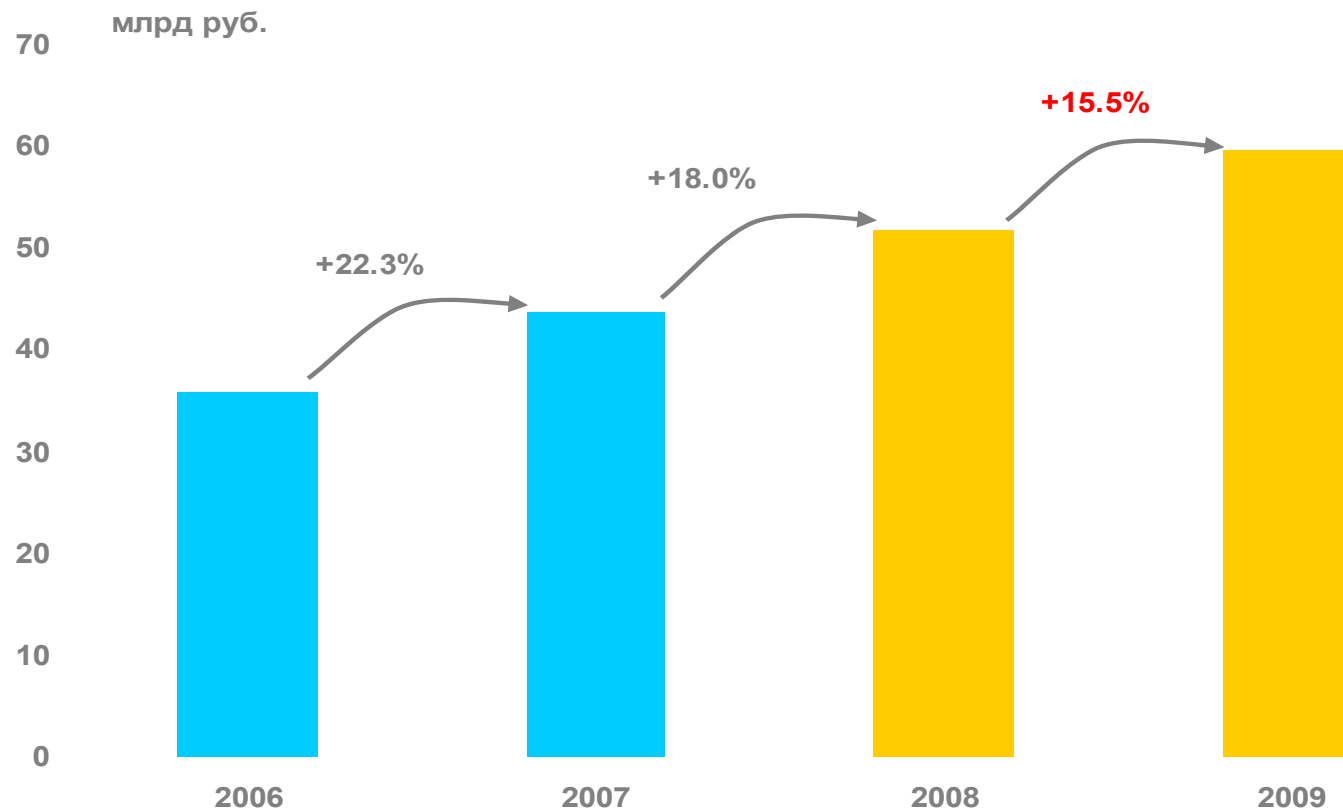
# РОССИЙСКИЙ РЕКЛАМНЫЙ РЫНОК ЗАМЕДЛЯЕТ ТЕМПЫ РАЗВИТИЯ



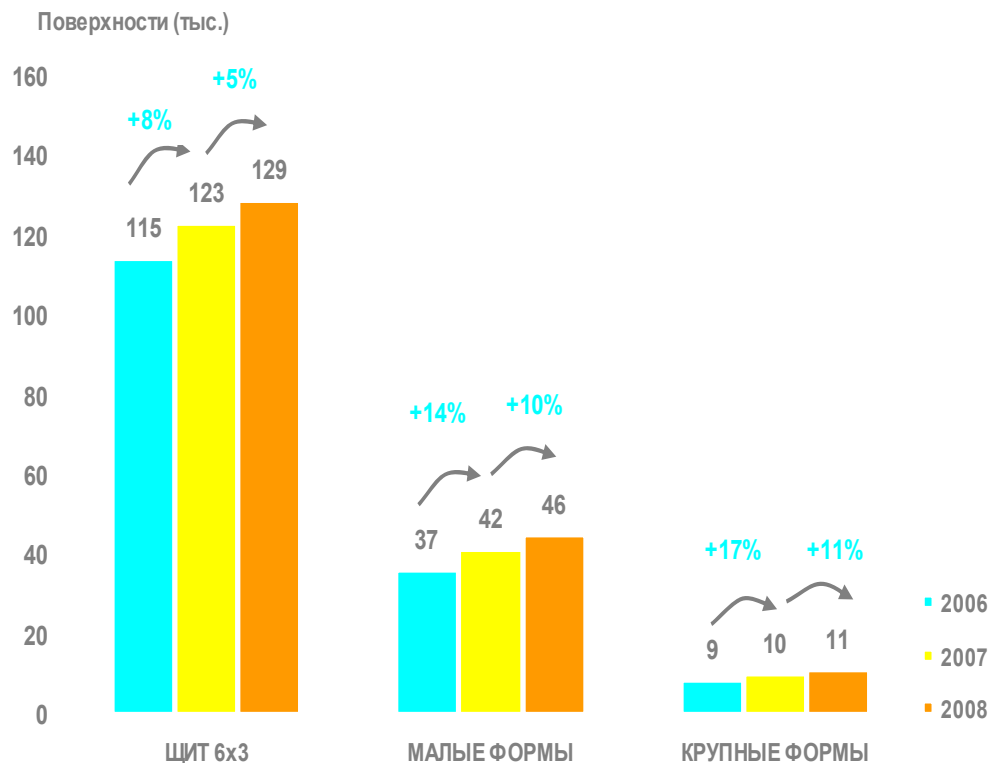
ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ  
эффективная наружная реклама:  
общие тенденции и особенности  
развития российских городов

Медиаинфляция: перспективы изменения цен  
на размещение в наружной рекламе

# СЕГМЕНТ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ ДЕМОНСТРИРУЕТ НЕБОЛЬШОЕ ЗАМЕДЛЕНИЕ ТЕМПОВ РОСТА



# ОБЪЕМ ИНВЕНТАРЯ



ФОРМАТ

09 VS 08

ЩИТ 6x3

3%

МАЛЫЕ  
ФОРМЫ

4%

КРУПНЫЕ  
ФОРМЫ

6%


ИТОГО:

4%



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

Медиаинфляция: перспективы изменения цен  
на размещение в наружной рекламе



# ПЕРЕХОД НА НДС – РАЗДЕЛЕНИЕ РЫНКА

- Москва – около 60% объемов  
Gallery, Вера-Олимп, Расвэро, Big Board, Террапроект, Саймон
- Санкт-Петербург – около 60% объемов  
Clear Channel, Poster
- Нижний Новгород – около 90% объемов
- Новосибирск – около 50% объемов  
Дизайн Мастер
- Другие города – 10-30% объемов





# ОБЩИЙ ПРОГНОЗ МЕДИАИНФЛЯЦИИ

Регион	Год		
	2007	2008	2009
Россия	<b>14%</b>	<b>11%</b>	<b>11%</b>
Москва	<b>17%</b>	<b>12%</b>	<b>11%</b>
Санкт-Петербург	<b>12%</b>	<b>11%</b>	<b>10%</b>
Города с населением более 1 млн чел.	<b>13%</b>	<b>12%</b>	<b>11%</b>
Города с населением от 500 тыс. до 1 млн чел.	<b>10%</b>	<b>11%</b>	<b>10%</b>
Города с населением до 500 тыс. чел.	<b>7%</b>	<b>10%</b>	<b>8%</b>





# ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

- темпы роста медиаинфляции в 2008 году замедляются
- сохранение этой тенденции ожидается в 2009 году
- уровень медиаинфляции в наружной рекламе ниже, чем в других медиа сегментах

