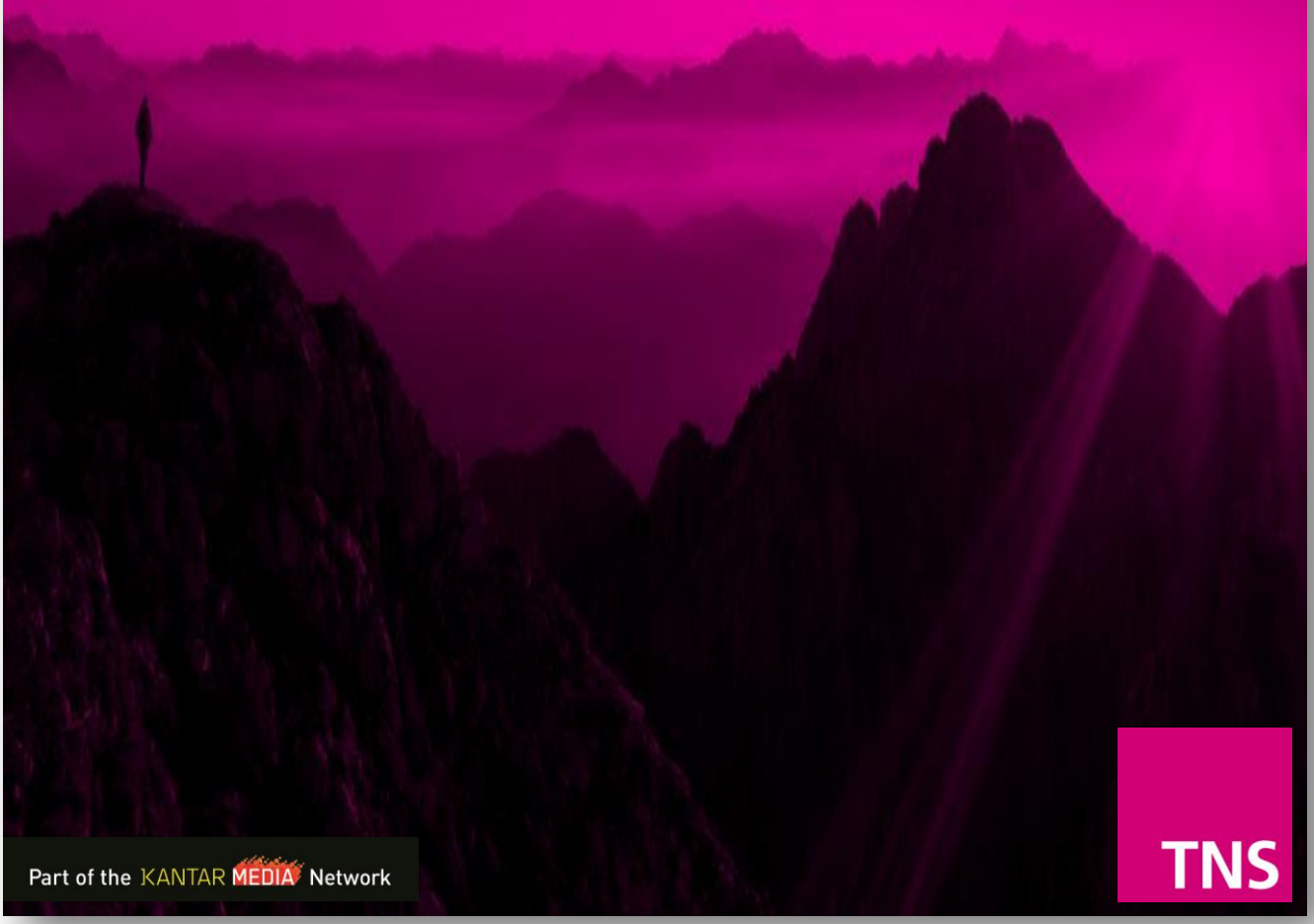
# Review
# TNS Media Intelligence

январь-декабрь 2013 года



Part of the KANTAR MEDIA Network

TNS

TNS

# Обзор рекламного рынка

## (ТВ, Радио, Пресса, Наружная реклама)

январь-декабрь 2013 года

the sixth sense of business™

# Параметры данных

TNS

*Типы СМИ*

- Телевидение (национальный эфир + локальный эфир в 30 регионах России)
- Пресса (национальные издания + локальные издания Москвы и СПб)
- Радио (национальный эфир + локальный эфир Москвы, СПб и Сочи)
- Наружная реклама (статические наружные конструкции в 50 регионах России)

*Оценка бюджетов*

- При расчете бюджета использованы официальные расценки телекомпаний и медиа-селлеров, издательских домов, радиостанций без учета налогов, объемных скидок и надбавок за позиционирование в блоке для ТВ, но с учетом надбавок за позиционирование и цветность в Прессе. При оценке на ТВ учитывается сезонный коэффициент. При оценке Наружной рекламы учитывается единый налог на вмененный доход (ЕНВД) и зона размещения конструкции.

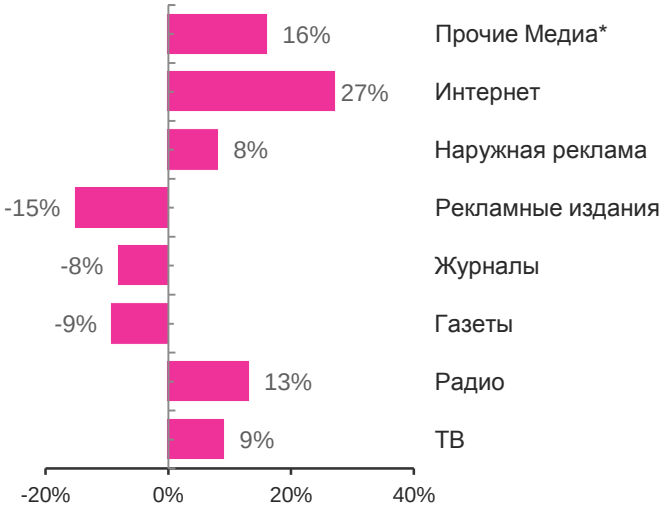
# Обзор рекламного рынка

Для обзора рекламного рынка России приведены данные АКАР (Ассоциации Коммуникационных Агентств России) за январь - декабрь 2013 года.

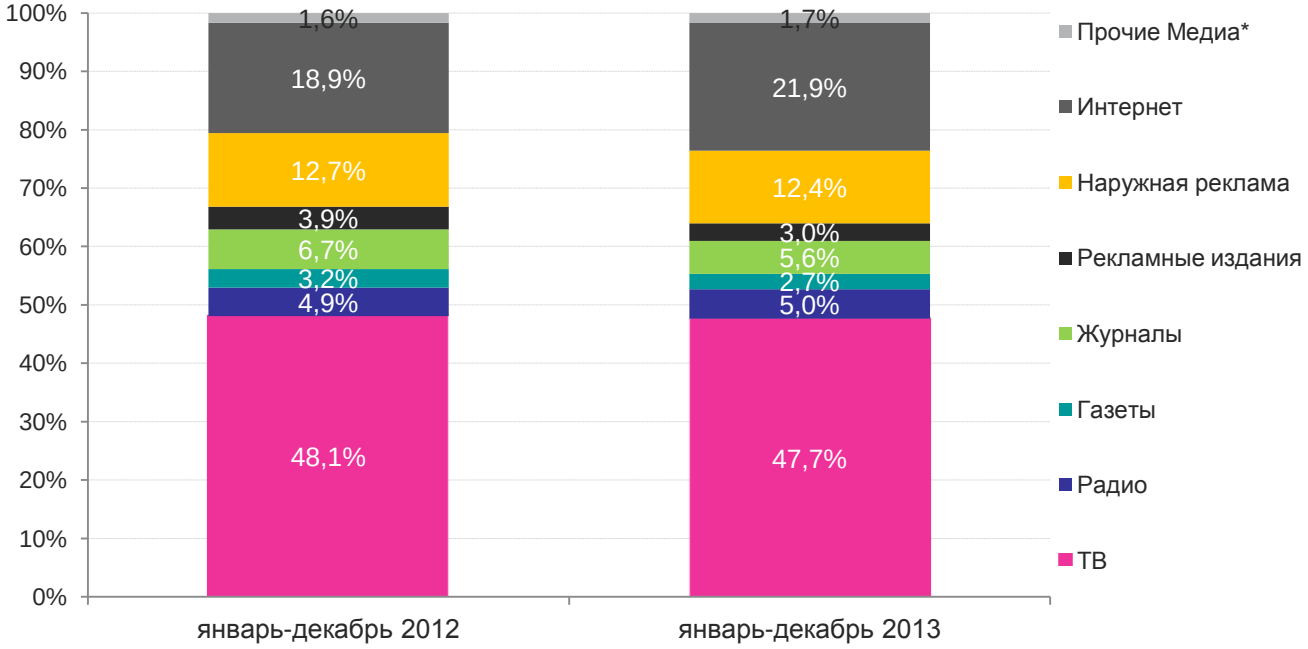
Суммарный объем рекламы в средствах ее распространения (сегмент ATL-услуг) без учета НДС превысил **327.8 млрд.руб.**, что на **10%** больше, чем за аналогичный период предыдущего года.

Фактически все сегменты рекламного рынка продемонстрировали положительную динамику к показателям аналогичного периода 2013 года, за исключением Прессы.

**Динамика объемов рекламного рынка: январь-декабрь 2012 vs. 2013, %**




**Динамика объемов рекламного рынка январь-декабрь 2012 vs. 2013, %**



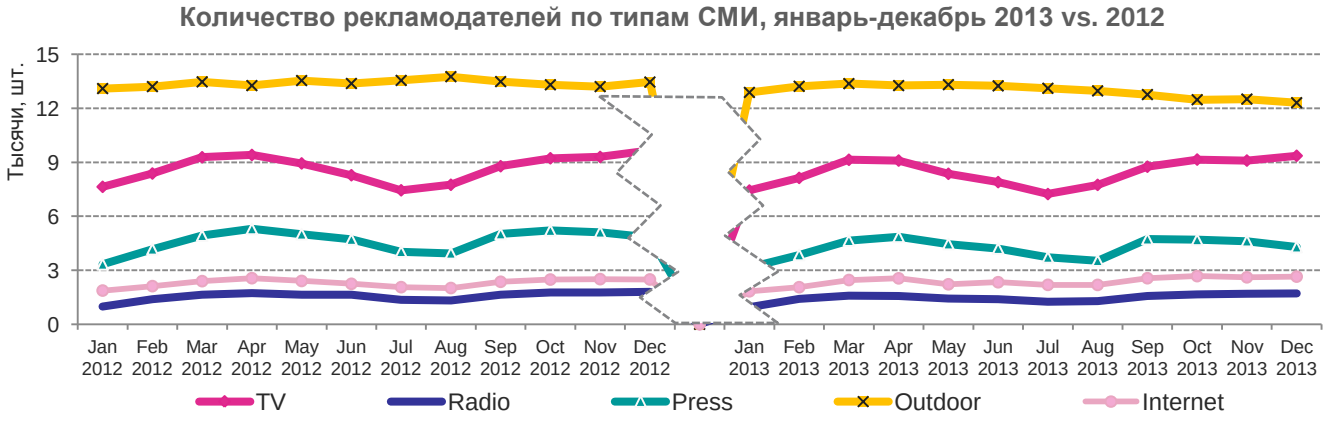

**Indoor-реклама, реклама в кинотеатрах и реклама на кабельных и спутниковых телеканалах.*
*Источник: данные АКАР. Net бюджеты, без учета НДС.*



the sixth sense of business™

# Количество рекламодателей

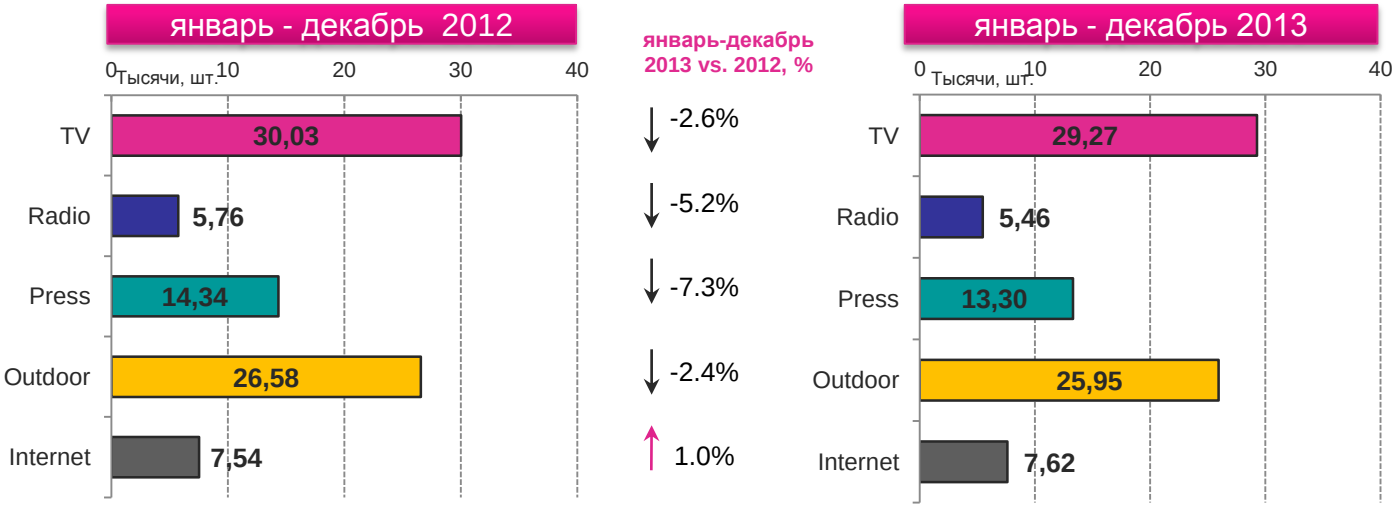
TNS




Общее число рекламодателей во всех СМИ в 2013 году составило **65,408** компании, что на **2,215** (**-3.3%**) рекламодателя меньше показателя аналогичного периода 2012 года, когда в СМИ разместилась **67,623** компании.

Положительная динамика зафиксирована только в **Интернете**, так количество рекламодателей увеличилось на **1.0%** по сравнению с 2012 годом.

В остальных СМИ зафиксирован спад в количестве рекламодателей: на **ТВ** на **-2.6%**; на **Радио** **-5.2%**; в **Прессе на** **-7.3%,** в **Наружной рекламе** на **-2.4%.**




*Источник: TNS Media Intelligence,*
*ТВ, Радио, Пресса, Наружная реклама , Интернет (все города мониторинга, баннерная рекламаб около 200 сайтов по России)*
*При расчете бюджета использованы официальные расценки телекомпаний и медиа-селлеров, издательских домов и радиостанций без учета налогов, объемных скидок и надбавок за позиционирование в блоке для ТВ, но с учетом надбавок за позиционирование и цветность в Прессе. При оценке на ТВ учитывается сезонный коэффициент. При оценке Наружной рекламы учитывается единый налог на вмененный доход (ЕНВД) и зона размещения конструкции*

# ТОП-50 рекламодателей

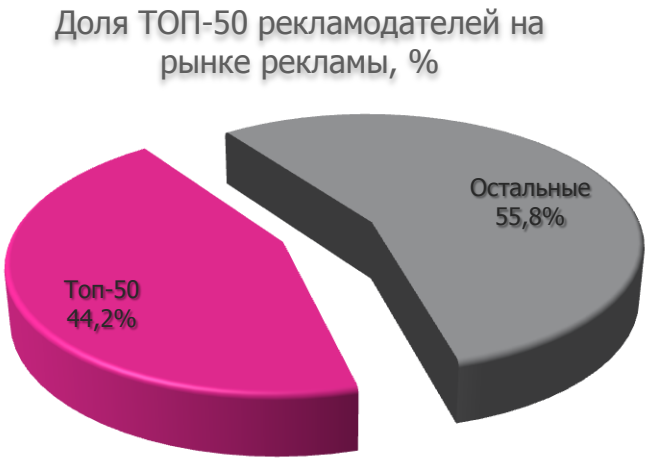
| Место в 2012г | Рекламодатель | % от Total в 2013г |
|---|---|---|
| 1 | Procter & Gamble | 3.0% |
| 3 | Pepsi Co | 2.5% |
| 2 | Mars-Russia | 2.5% |
| 4 | Unilever | 2.4% |
| 5 | L'Oreal | 2.0% |
| 6 | Nestle | 1.7% |
| 7 | Henkel Group | 1.5% |
| 13 | Novartis | 1.4% |
| 10 | МТС | 1.3% |
| 9 | Reckitt Benckiser | 1.3% |
| 11 | Ferrero | 1.2% |
| 8 | Danone | 1.2% |
| 18 | Фармстандарт | 1.1% |
| 12 | Mondelez International | 1.1% |
| 21 | Johnson & Johnson | 1.0% |
| 19 | Билайн | 1.0% |
| 16 | Volkswagen | 1.0% |
| 17 | Эвалар | 0.9% |
| 14 | Мегафон | 0.8% |
| 20 | Coca-Cola | 0.8% |
| 25 | Berlin-Chemie Menarini Group | 0.7% |
| 15 | Сбербанк России | 0.7% |
| 23 | М.Видео | 0.7% |
| 22 | General Motors Corp | 0.7% |
| 33 | Sanofi Aventis | 0.6% |
| 40 | Ford Motor Co | 0.6% |
| 31 | Bayer AG | 0.6% |
| 29 | Nissan | 0.6% |
| 37 | Спортмастер | 0.6% |
| 36 | Metro Group | 0.6% |
| 24 | Louis Vuitton Moet Hennessy SA | 0.5% |
| 35 | ВТБ | 0.5% |
| 32 | McDonald's | 0.5% |
| 28 | Teva | 0.5% |
| 26 | Эльдорадо | 0.5% |
| 30 | Beiersdorf AG | 0.5% |
| 49 | Панда Риа | 0.4% |
| 27 | X5 Retail Group | 0.4% |
| 41 | Kia Motors | 0.4% |
| 42 | Peugeot Citroen Rus | 0.4% |
| 39 | Toyota | 0.4% |
| 43 | Ростелеком | 0.4% |
| 44 | Colgate-Palmolive | 0.4% |
| 66 | Евросеть | 0.4% |
| 52 | Renault | 0.4% |
| 46 | Glaxosmithkline | 0.4% |
| 102 | Нэфис | 0.4% |
| 51 | Orimi Trade | 0.3% |
| 50 | Hyundai | 0.3% |
| 98 | Microsoft | 0.3% |

**44.2% бюджета рекламного рынка** приходится на **ТОП-50** рекламодателей в СМИ в **2013 году.**

Лидером рынка в 2013 г. является компания **Procter and Gamble**, хотя её затраты снизились на **5.5%. На второе место** переместилась компания **Pepsi Co**, рекламные затраты которой также сократились - на **3.7%**; на **третье место** сместилась компания **Mars-Russia,** сократив долю своих затрат на **4.2%.**

Максимальное увеличение затрат на рекламу зафиксировано у холдинга **Нэфис (142%),** что позволило ей, по сравнению с прошлым годом, подняться на 54 пунктов рейтинга и занять **48 место.** Также существенное увеличение затрат **(104.9%)** зафиксировано у **корпорации Microsoft,** это позволило ей подняться на 48 пунктов и попасть в ТОП-50**.** Новичками в ТОР-50 в 2013 году в сравнении с 2012 годом стали следующие компании:

*- компания Евросеть;*
*- компания Renault;*
*- компания Orimi Trade.*



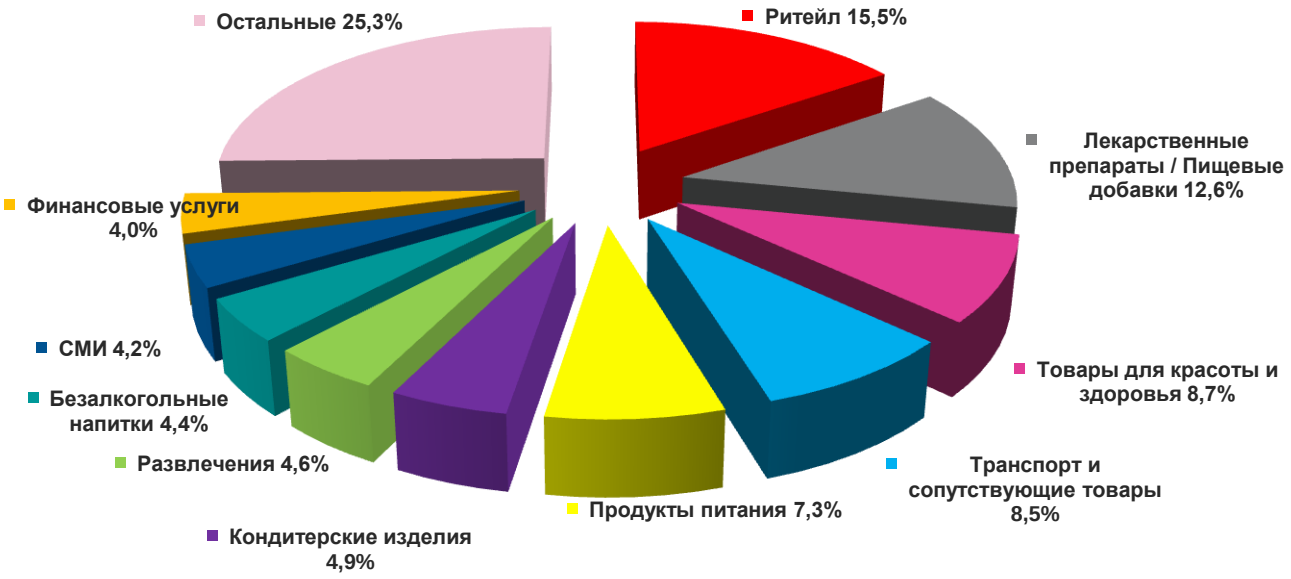

*Источник: TNS Media Intelligence, ТВ, Радио, Пресса, Наружная реклама (все города мониторинга)*

*При расчете бюджета использованы официальные расценки телекомпаний и медиа-селлеров, издательских домов и радиостанций без учета налогов, объемных скидок и надбавок за позиционирование в блоке для ТВ, но с учетом надбавок за позиционирование и цветность в Прессе. При оценке на ТВ учитывается сезонный коэффициент. При оценке Наружной рекламы учитывается единый налог на вмененный доход (ЕНВД) и зона размещения конструкции*



the sixth sense of business™

# ТОП-10 категорий




Лидирующую тройку в 2013 году занимают следующие категории:

Первое место в списке категорий занимает **«Ритейл»,** по сравнению с 2012 годом рекламный бюджет данной категории вырос на **3.3%**;

На втором – категория **«Лекарственные препараты / Пищевые добавки»,** которая увеличила показатели на **18.1%** по сравнению аналогичным периодом 2012 года.

На третьем месте – **«Товары для красоты и здоровья»,** хотя ее показатели в 2013 году сократились на **0.3%** по сравнению с 2012 годом.

Всего на ТОП-10 категорий приходится около **74.7%** рекламного рынка.

В сектор *«Остальные»** входят «Услуги связи» (3.6%), «Недвижимость» (2.8%), «Бытовая химия» (2.8%) и многие другие.

*Источник: TNS Media Intelligence,*
*ТВ, Радио, Пресса, Наружная реклама (все города мониторинга)*
*При расчете бюджета использованы официальные расценки телекомпаний и медиа-селлеров, издательских домов и радиостанций без учета налогов, объемных скидок и надбавок за позиционирование в блоке для ТВ, но с учетом надбавок за позиционирование и цветность в Прессе. При оценке на ТВ учитывается сезонный коэффициент. При оценке Наружной рекламы учитывается единый налог на вмененный доход (ЕНВД) и зона размещения конструкции*



the sixth sense of business™

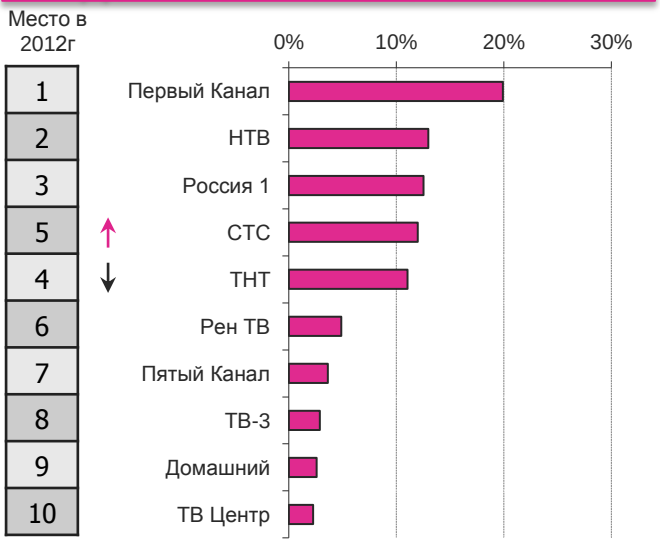
# ТОП-10 носителей

В первой тройке **ТОП-10 по ТВ** (расчет по национальным и локальным размещениям рекламы) находятся телеканалы Первый канал, НТВ и Россия 1.

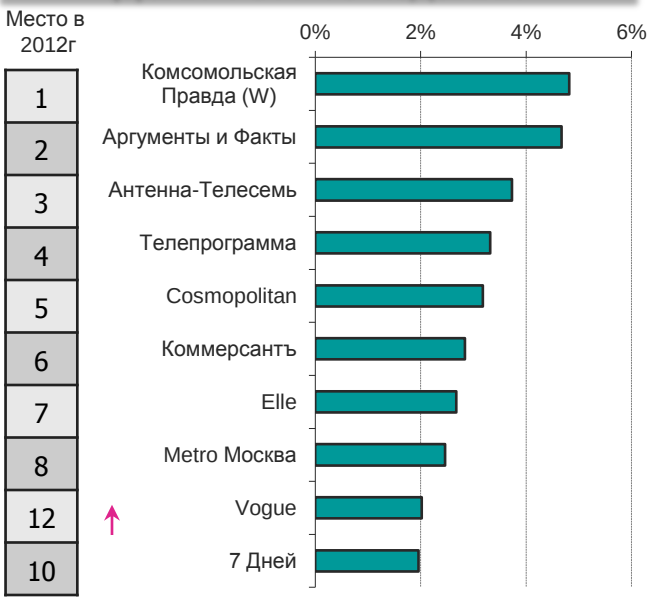
Лидирующие позиции по привлеченному бюджету в **Прессе** занимают еженедельная газета Комсомольская правда (w), на втором месте – еженедельная газета Аргументы и Факты, на третьем – еженедельный журнал Антенна-телесемь.

В тройке лидеров **на Радио** – Европа Плюс, Авторадио и Ретро FM.

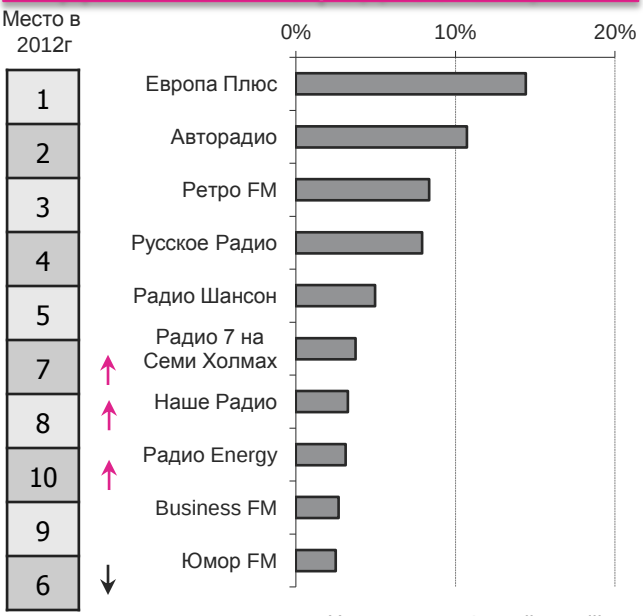
## Доля ТОП-10 телеканалов




## Доля ТОП-10 изданий




## Доля ТОП-10 радиостанций




*Источник: TNS Media Intelligence, ТВ, Радио, Пресса,(все города мониторинга)*

*При расчете бюджета использованы официальные расценки телекомпаний и медиа-селлеров, издательских домов и радиостанций без учета налогов, объемных скидок и надбавок за позиционирование в блоке для ТВ, но с учетом надбавок за позиционирование и цветность в Прессе. При оценке на ТВ учитывается сезонный коэффициент.*



the sixth sense of business™

# Новости TNS Media Intelligence

## НОВОЕ

**«Мониторинг текстово-графических блоков (ТГБ) в Интернете» -** в рамках которого осуществляется регистрация рекламных блоков, состоящих из картинки и текста, в социальных сетях **Vk.com, My.mail.ru, Odnoklassniki.ru и Facebook.com**.

**«Мониторинг спортивных трансляций» -** регистрация логотипов спонсоров на стадионах во время трансляции матчей Континентальной хоккейной лиги, матчей Российской футбольной Премьер-Лиги, Чемпионата мира по хоккею и Чемпионата Европы по футболу.

«**Мониторинг Знаменитостей» -** мониторинг присутствия известных персон (**Celebrities**) в российских СМИ и в рекламе. В данные добавлены приведенные аудиторные показатели для ТВ, Прессы и Радио.

«**Мониторинг Национального вещания телеканалов в городах России» -** с января 2013 года подтверждение сетевого эфира в 32 «малых» городах России («малые» города – города, входящие в состав панели TV-Index, за исключением «Большой Москвы»)

«**Интернет-ресурс I-Creative Регионы»,** позволяющий отбирать и получать региональные образцы рекламы, вышедшей на ТВ, Радио и в Прессе.

**Группа компаний TNS** – мировой лидер в предоставлении комплексной медиа- и маркетинговой информации.
Созданная в 1996 г. компания TNS Media Intelligence (ЗАО «ТНС Гэллап Эдфакт») является крупнейшим в России поставщиком данных мониторинга рекламы по различным рекламным носителям.
**Сектор TNS Media Intelligence** предлагает своим клиентам широкий спектр глубинной аналитической информации о рекламе и масс-медиа, включая оценку объёмов рекламы, расчёт расходов на рекламу и выбор средств её распространения, мониторинг новостей и креативов, исследование эффективности спонсорства и многое другое.

**Мы выступаем экспертами в следующих областях:**

- Мониторинг рекламы в СМИ (ТВ, Радио, Пресса, Наружная реклама, Интернет)
- Оценка объемов рекламы, конкурентной активности
- Рейтинг рекламодателей
- Аудит рекламной кампании
- Цитируемость в СМИ
- Мониторинг логотипов в спортивных трансляций
- Мониторинг знаменитостей в рекламе и СМИ

## Контактная информация:

TNS Russia
Сектор Media Intelligence
+7 (495) 935-87-18
127018, г. Москва
ул.Двинцев, д.12, к.1
tns@tns-global.ru

*По вопросам публикации обращаться в PR-отдел: Светлана Гребенюк, +7 (495) 935-87-18, Svetlana.Grebenyuk@tns-global.ru*

the sixth sense of business™