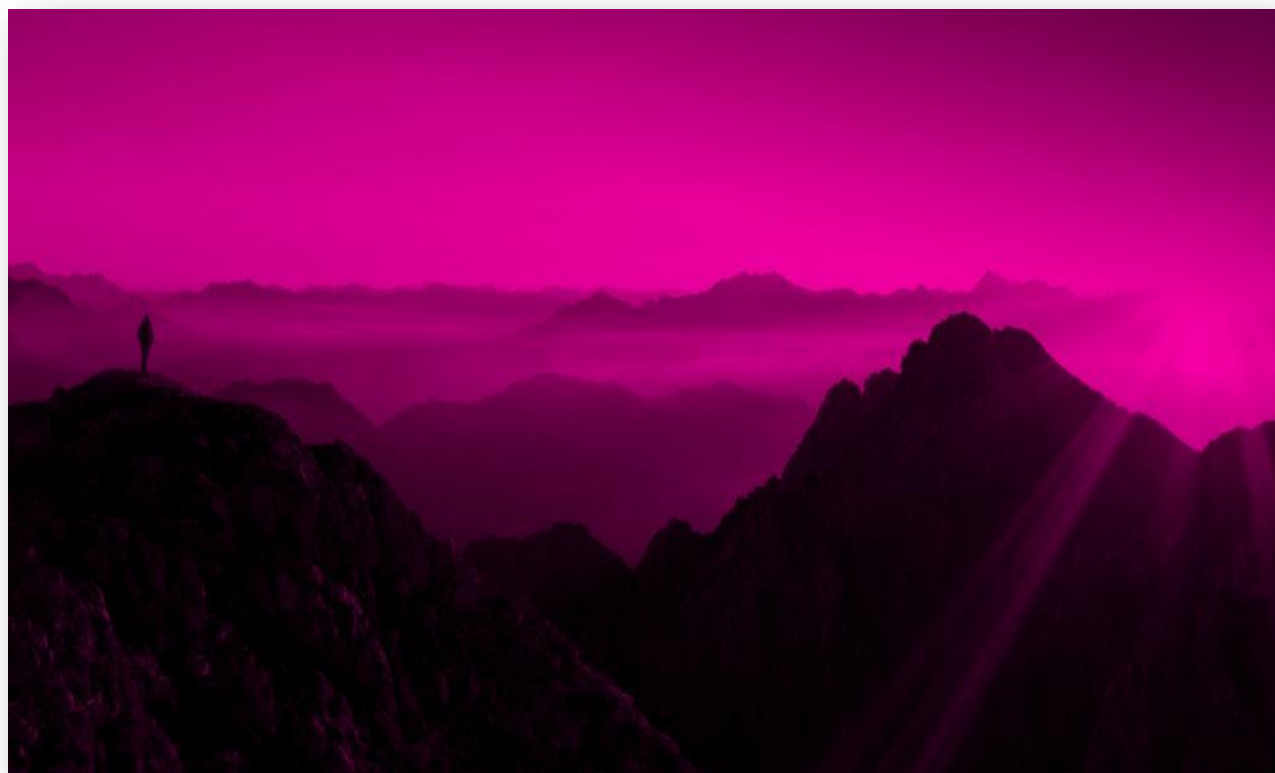


# Review

## TNS Media Intelligence

январь-декабрь 2012 года

Обзор рекламного рынка  
(ТВ, Радио, Пресса, Наружная  
реклама, Интернет)  
январь-декабрь 2012 года



## 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)
- Интернет (баннерная реклама, около 200 сайтов по 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

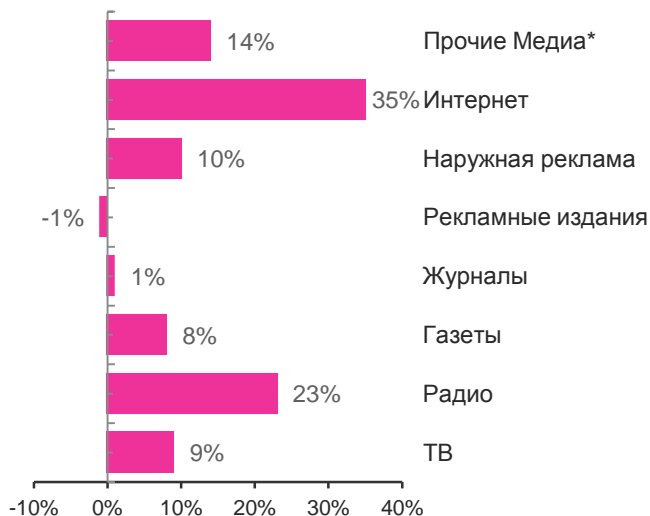
TNS

Для обзора рекламного рынка России приведены данные АКАР (Ассоциации Коммуникационных Агентств России) за 2012 год.

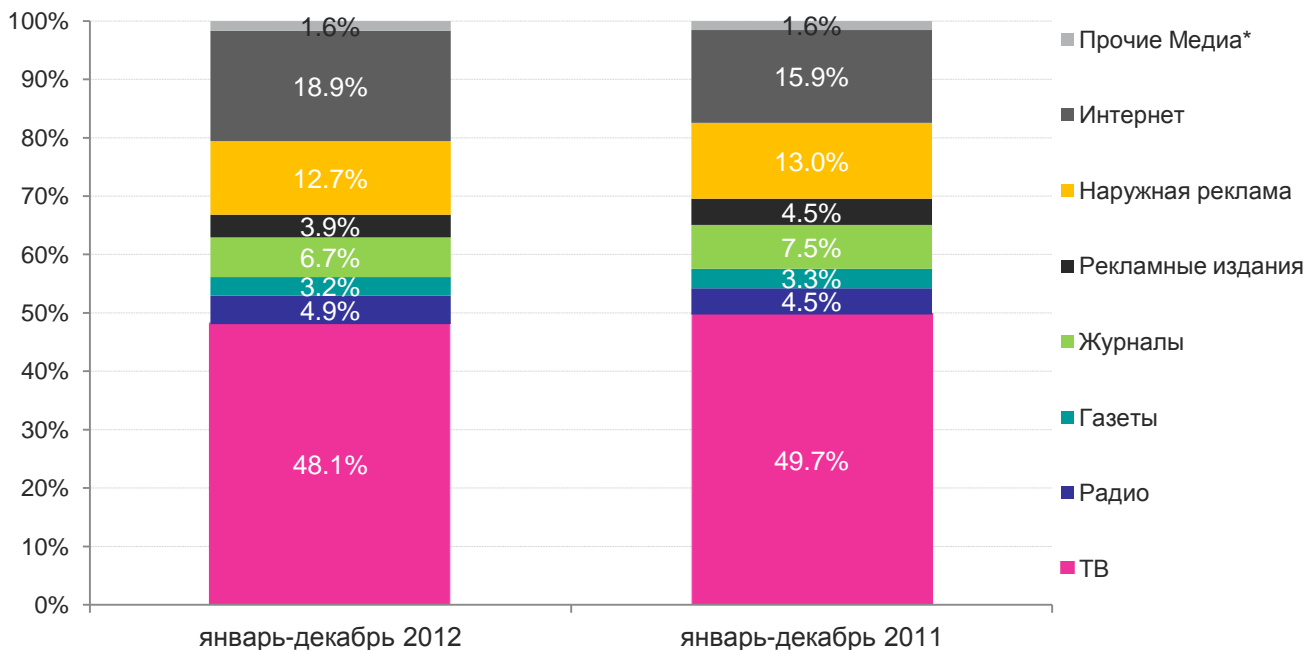
Суммарный объем рекламы в средствах ее распространения (сегмент ATL-услуг) без учета НДС, несмотря на неравномерность динамики в течение года, составил почти **300 млрд.руб.**, что на **13%** больше, чем за предыдущий год.

В целом прошедший год можно оценить как весьма успешный и полученные результаты оказались даже несколько выше, чем ожидалось многими экспертами.

Динамика объемов рекламного рынка: январь-декабрь 2012 vs. 2011, %



Динамика объемов рекламного рынка январь-декабрь 2012 vs. 2011, %

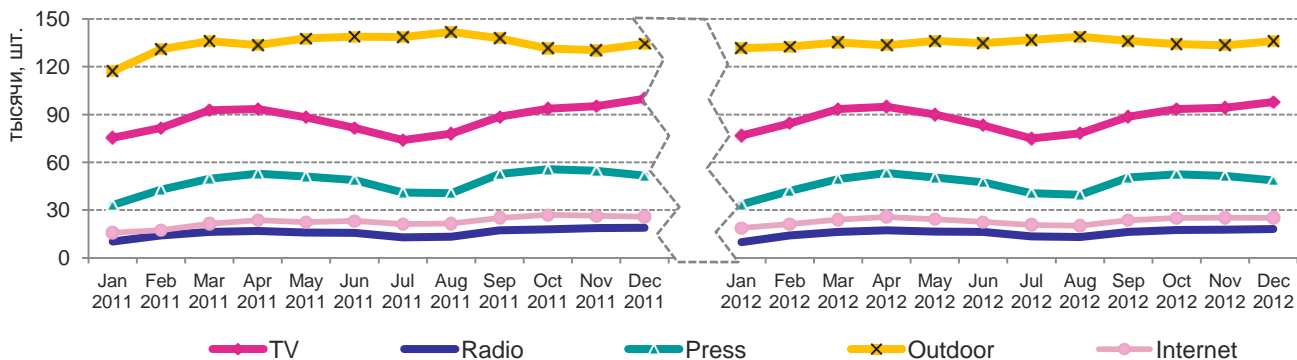


\*Indoor-реклама, реклама в кинотеатрах и реклама на кабельных и спутниковых телеканалах. Источник: данные АКАР. Net бюджеты, без учета НДС.

# Количество рекламодателей

TNS

Количество рекламодателей по типам СМИ, январь-декабрь 2012 vs. 2011

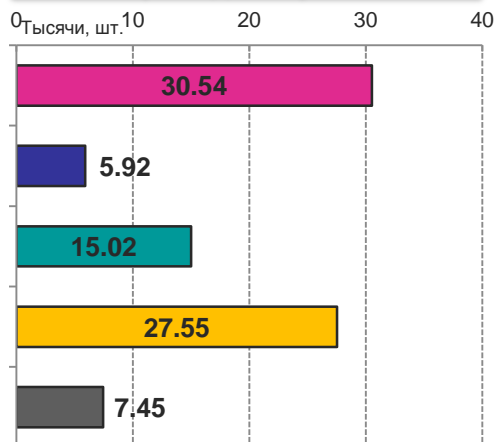


Общее число рекламодателей во всех СМИ в январе-декабре 2012 года составило **68,688** компаний, что на 780 рекламодателей меньше показателя аналогичного периода прошлого года, когда в СМИ разместилось **69,468** компаний.

Только в **Интернете** зафиксирована положительная динамика, так количество рекламодателей увеличилось на **2,0%** по сравнению с аналогичным периодом 2011 года.

В остальных СМИ зафиксирован спад в количестве рекламодателей, так на **ТВ (-0,5%)**; **Радио (-2,2%)**; в **Прессе (-3,8%)**; в **Наружной рекламе (-1,7%)**

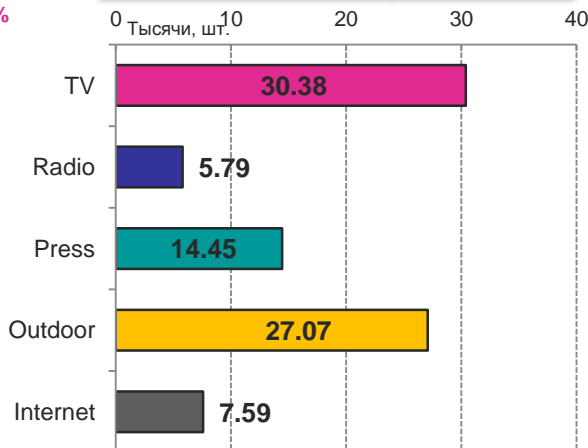
январь – декабрь 2011



январь-декабрь 2012 vs. 2011, %



январь - декабрь 2012



Источник: TNS Media Intelligence,

ТВ, Радио, Пресса, Наружная реклама, Интернет (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

# ТОП-50 рекламодателей

TNS

| Место в 2011 году | Рекламодатель                  | % от Total в 2012 году |
|-------------------|--------------------------------|------------------------|
| 1                 | Procter & Gamble               | 3.23%                  |
| 2                 | Mars-Russia                    | 2.59%                  |
| 6                 | Unilever                       | 2.51%                  |
| 24                | Pepsi Co                       | 2.34%                  |
| 3                 | L'oreal                        | 2.09%                  |
| 5                 | Nestle                         | 1.71%                  |
| 4                 | Henkel Group                   | 1.54%                  |
| 8                 | Danone                         | 1.37%                  |
| 7                 | Reckitt Benckiser              | 1.31%                  |
| 11                | Мтс                            | 1.24%                  |
| 14                | Ferrero                        | 1.20%                  |
| 10                | Kraft Foods                    | 1.19%                  |
| 13                | Novartis                       | 1.12%                  |
| 12                | Мегафон                        | 1.06%                  |
| 20                | Сбербанк России                | 0.90%                  |
| 22                | Volkswagen                     | 0.89%                  |
| 19                | Эвалар                         | 0.89%                  |
| 23                | Фармстандарт                   | 0.86%                  |
| 17                | Билайн                         | 0.86%                  |
| 15                | Coca-Cola                      | 0.85%                  |
| 25                | Johnson & Johnson              | 0.81%                  |
| 21                | М.Видео                        | 0.66%                  |
| 41                | General Motors Corp            | 0.66%                  |
| 30                | Louis Vuitton Moet Hennessy Sa | 0.59%                  |
| 27                | Эльдорадо (Сеть Магазинов)     | 0.58%                  |
| 28                | Berlin-Chemie Menarini Group   | 0.57%                  |
| 36                | X5 Retail Group                | 0.55%                  |
| 75                | Teva                           | 0.55%                  |
| 29                | Nissan                         | 0.54%                  |
| 33                | Beiersdorf Ag (Bdf)            | 0.53%                  |
| 45                | Bayer Ag                       | 0.50%                  |
| 39                | Mcdonald's                     | 0.49%                  |
| 32                | Sanofi Aventis                 | 0.49%                  |
| 18                | Балтика Пивоваренная Компания  | 0.49%                  |
| 72                | Втб                            | 0.47%                  |
| 43                | Metro Group                    | 0.47%                  |
| 58                | Спортмастер                    | 0.45%                  |
| 66                | Toyota                         | 0.44%                  |
| 67                | Ford Motor Co                  | 0.44%                  |
| 62                | Kia Motors                     | 0.41%                  |
| 42                | Peugeot Citroen Rus            | 0.40%                  |
| 61                | Ростелеком                     | 0.40%                  |
| 26                | Colgate-Palmolive              | 0.38%                  |
| 44                | Алькор И К                     | 0.38%                  |
| 55                | Glaxosmithkline                | 0.37%                  |
| 52                | Obi                            | 0.36%                  |
| 34                | Samsung Electronics            | 0.35%                  |
| 48                | Hyundai                        | 0.35%                  |
| 56                | Панда Риа                      | 0.35%                  |
| 38                | Orimi Trade                    | 0.34%                  |

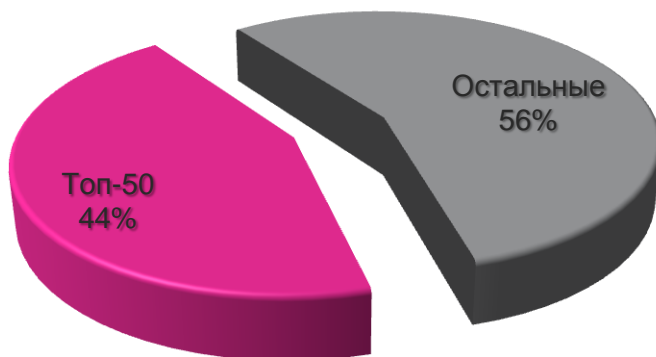
44% бюджета рекламного рынка приходится на ТОП-50 рекламодателей в СМИ в январе-декабре 2012 года.

На первом месте компания **Procter & Gamble**; на втором продовольственная компания **Mars-Russia**; замыкает тройку лидеров торгово-производственная корпорация **Unilever**, куда с начала года входит концерн Калина.

В 2012 году ТОП-50 пополнили:

- банк ВТБ;
- фармацевтические компании Панда РИА, Teva и Glaxosmithkline.
- автопроизводитель Ford Motor CO, Toyota и KIA Motors;
- спортивный магазин Спортмастер;
- телекоммуникационная компания Ростелеком;
- гипермаркет OBI.

Доля ТОП-50 рекламодателей на рынке рекламы, %

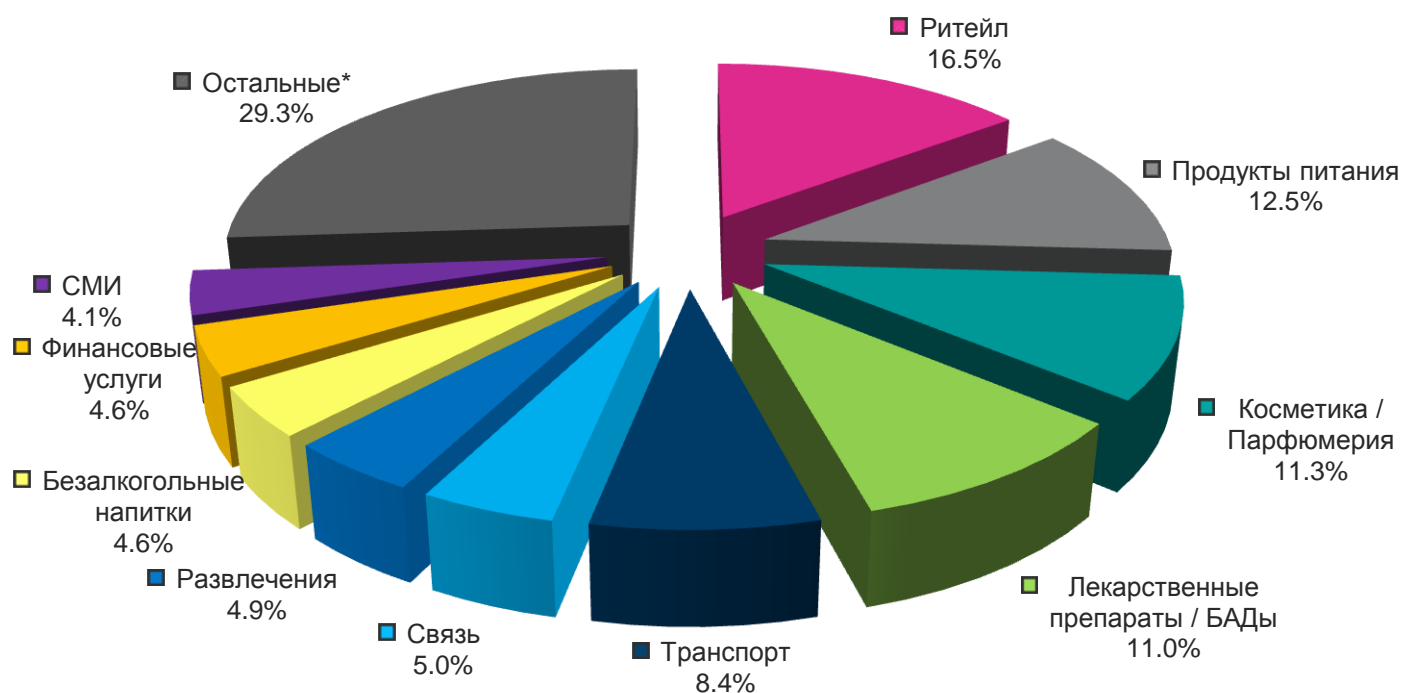


Источник: TNS Media Intelligence, ТВ, Радио, Пресса, Наружная реклама (все города мониторинга)

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

# ТОП-10 категорий

TNS



Лидирующую тройку в январе - декабре 2012 года занимают следующие категории:

Первое место в списке категорий занимает «Ритейл», по сравнению с январем-декабрем 2011 года рекламный бюджет данной категории вырос на **18,5%**;

На втором – категория «Продукты питания», которая сократила показатели на **0,5%** по сравнению аналогичным периодом 2011 года.

На третьем месте – «Косметика и Парфюмерия», ее показатели в 2012 году сократились на **19,4%** по сравнению с 2011 годом.

Всего на ТОП-10 категорий приходится около **82,9%** рекламного рынка.

В сектор «Остальные»\* входят «Бытовая химия» (2,9%), «Недвижимость» (2,6%), «Одежда и обувь» (2,2%) 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

# ТОП-10 носителей

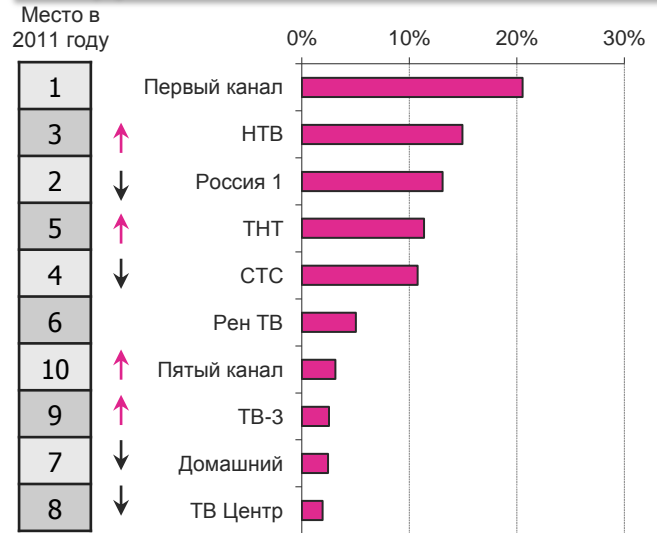


В первой тройке **ТОП-10 по ТВ** (расчет по национальным и локальным размещениям рекламы) находятся телеканалы Первый канал, НТВ и Россия 1.

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.

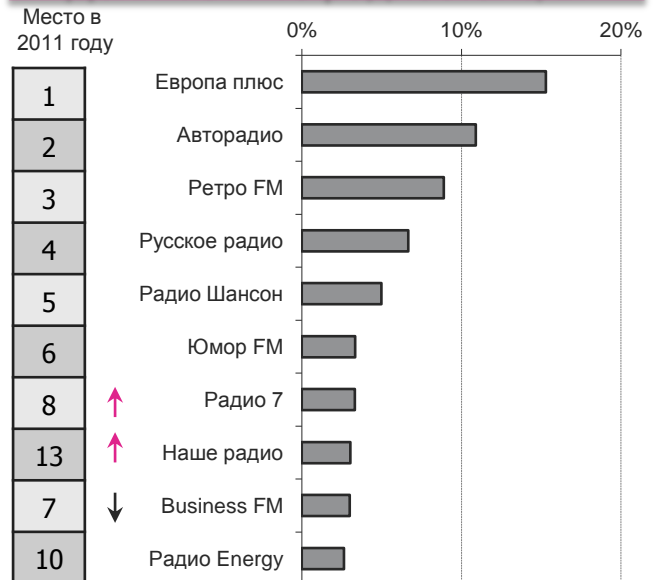
## Доля ТОП-10 телеканалов



## 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.



## НОВОЕ

**«Мониторинг спецпроектов в Интернете»**, в рамках которого осуществляется регистрация баннеров специальных форматов, графические элементы интерфейса сайта с переходом на страницы сайта, где зафиксирован креатив (или с переходом на другую площадку того же холдинга).



**«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»)





**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 объемов 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) 737-06-05  
121248, г. Москва  
Кутузовский проспект, д.12, стр.2  
[innovations@tns-global.ru](mailto:innovations@tns-global.ru)

*По вопросам публикации обращаться в PR-отдел: Анна Лачко, +7 (495) 935-87-18*