

Основные тенденции развития рынка наружной рекламы в 2015 г.

X Ежегодная конференция «Эффективная наружная реклама: итоги и перспективы»

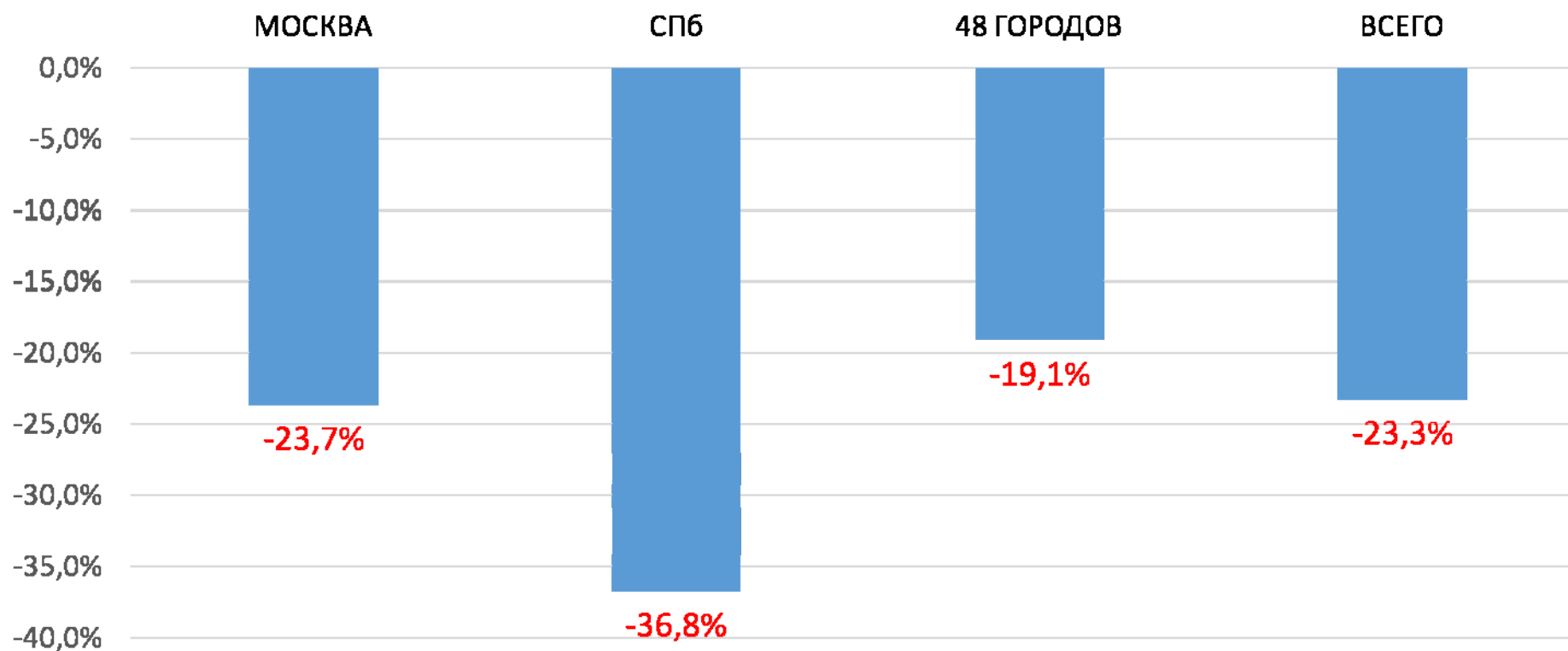
ДЕКАБРЬ 4, 2015, МОСКВА

Андрей Березкин, «ЭСПАР-Аналитик»

Вехи 2015 г.

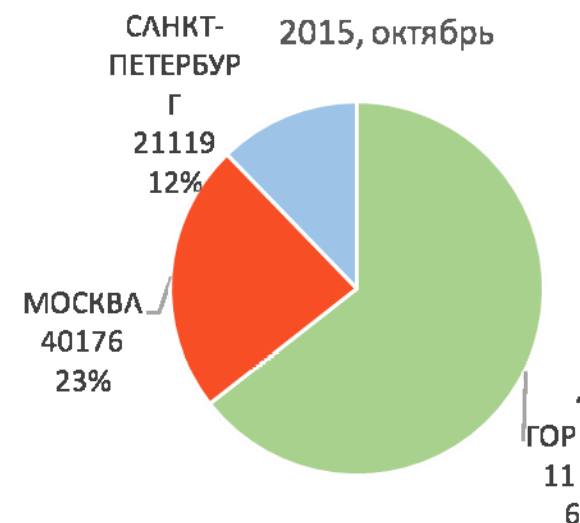
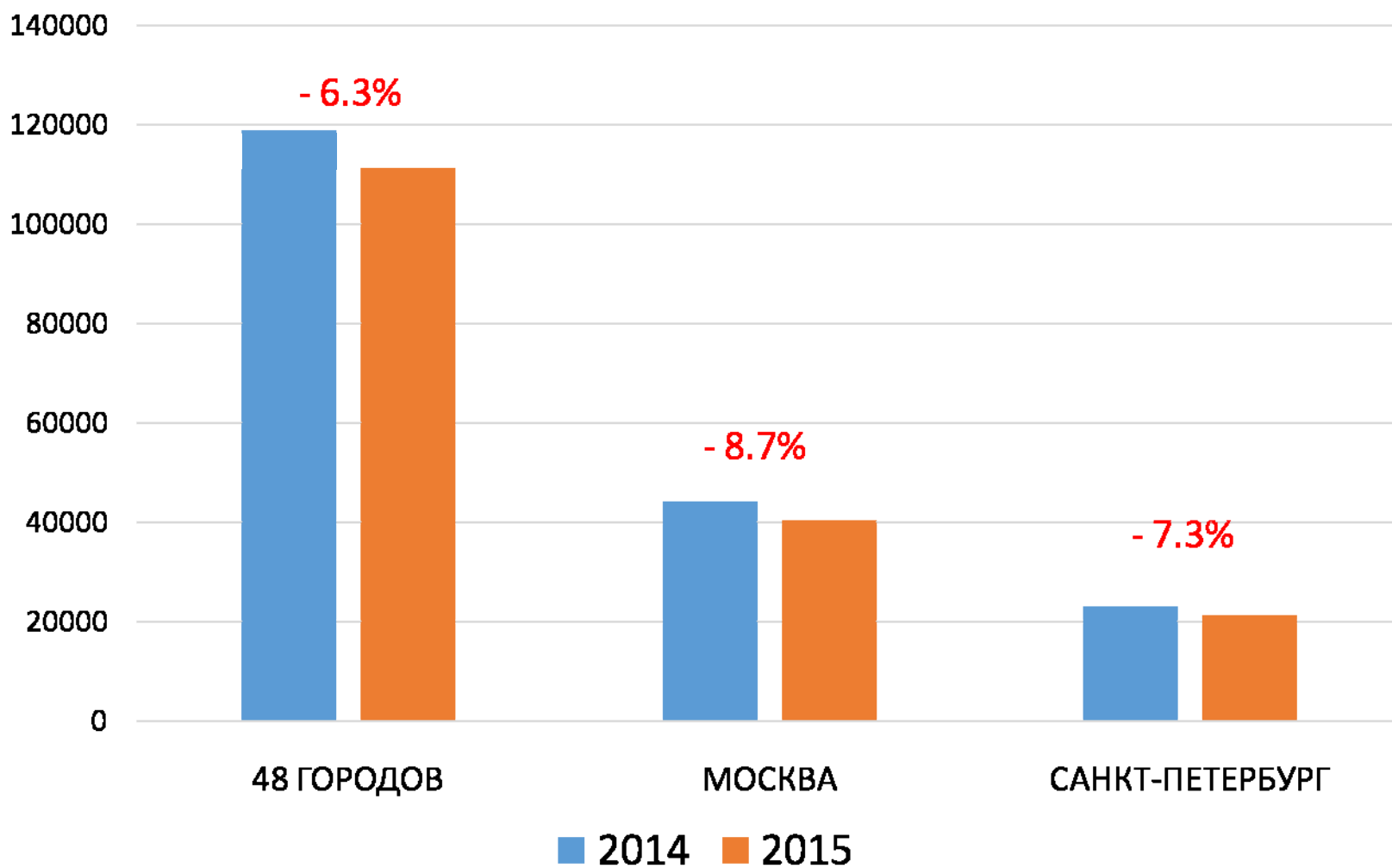
- Январь – расторгнуты договоры с Илионом (НИКЭ) и «Бульварным Кольцом»
- Май – уход М. Ткачева из руководства «Русс Аутдор»
- Июль – расторгнут договор с «Авто Селлом»
- Сентябрь – решение об обязательности исполнения ГОСТа Р 52044-2003 с марта 2016 г.
- Декабрь ???

Динамика объемов рынка за 10 месяцев 2015 г. (в % к предшествующему году)



АКАР: 2014 г. – 0%; янв.-март 2015 – 25%; янв.- июнь 2015 – 27%; янв.-сент. 2015 – 25%

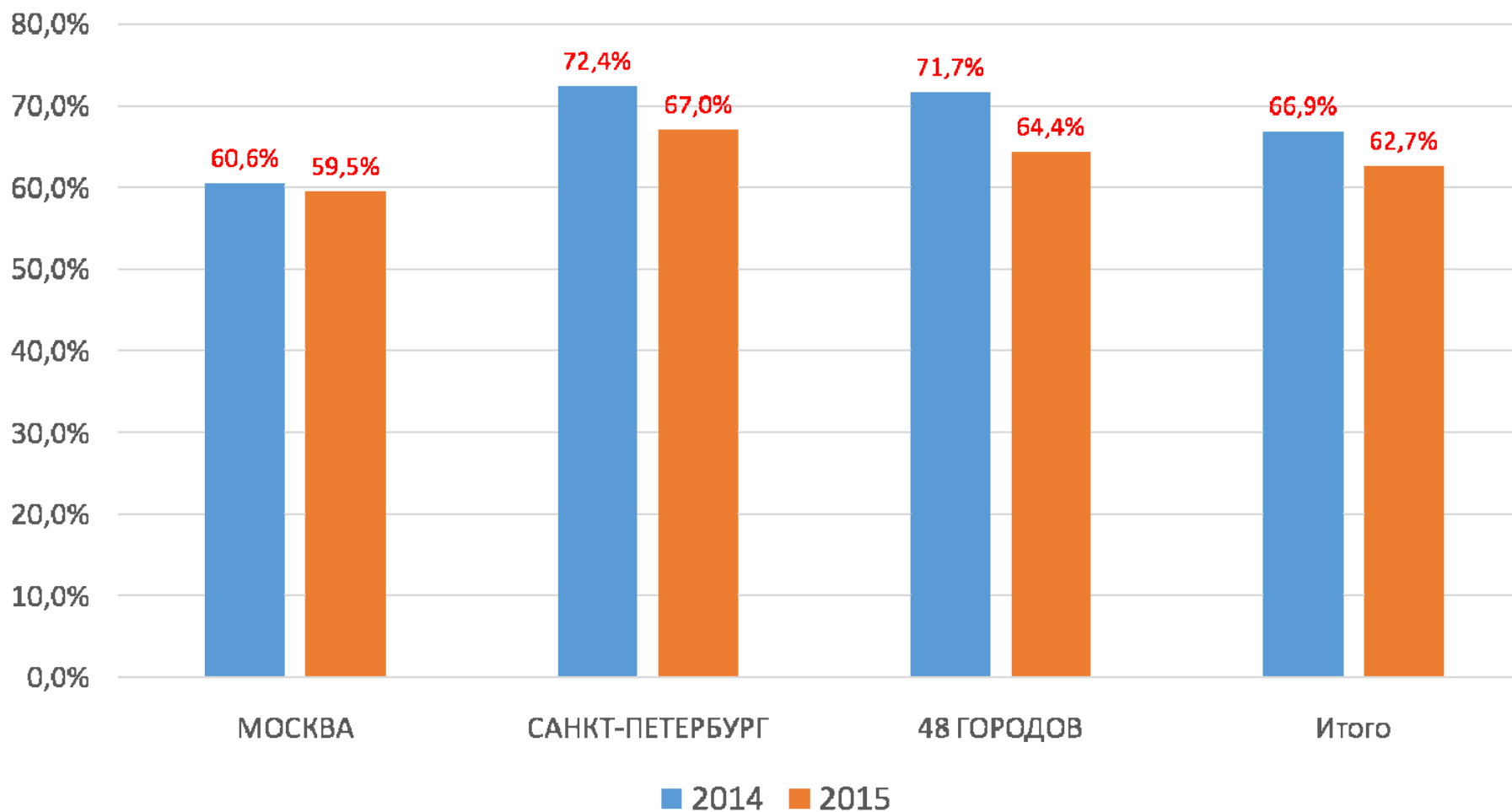
Изменение количества рекламных поверхностей: 2014-2015 (октябрь)



Россия (50 крупнейших городов) 172,4 тыс. поверхностей, - 7,0% к окт. 2014

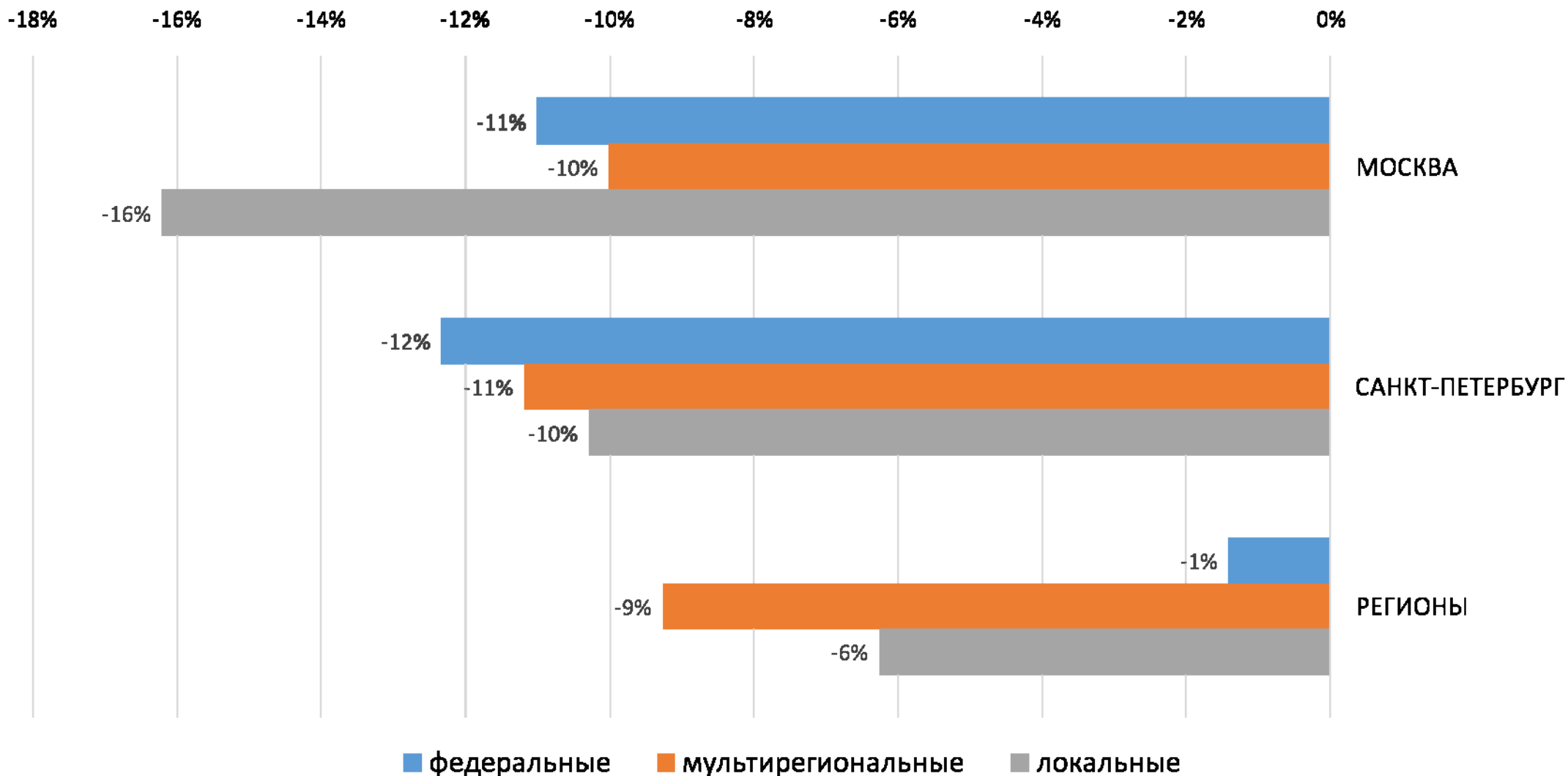
Уровень коммерческой загрузки рекламоносителей (50 крупнейших городов)

(январь – октябрь)



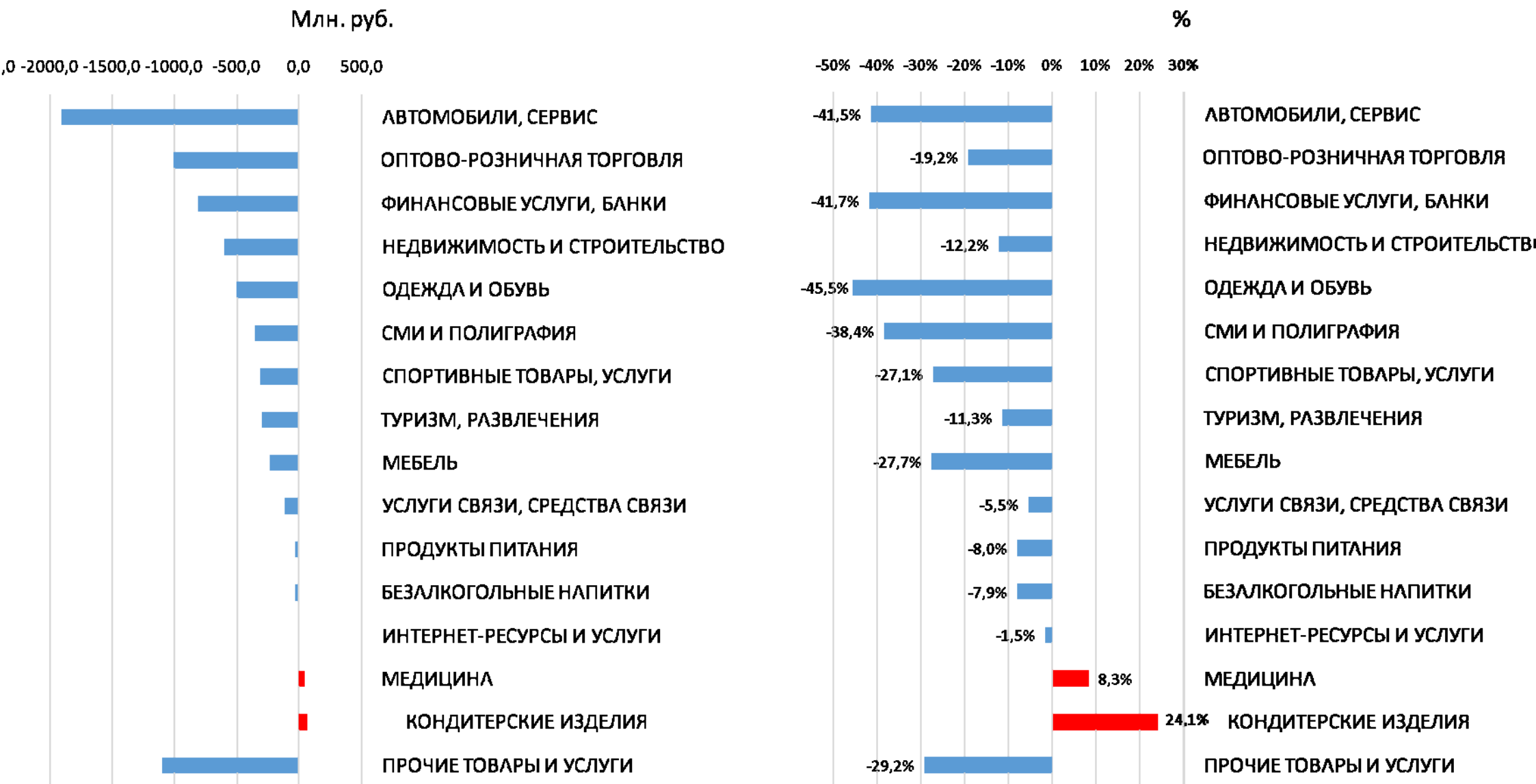
Сокращение количества рекламодателей (50 крупнейших городов)

январь 2014 – октябрь 2015 (в % к предшествующему году)

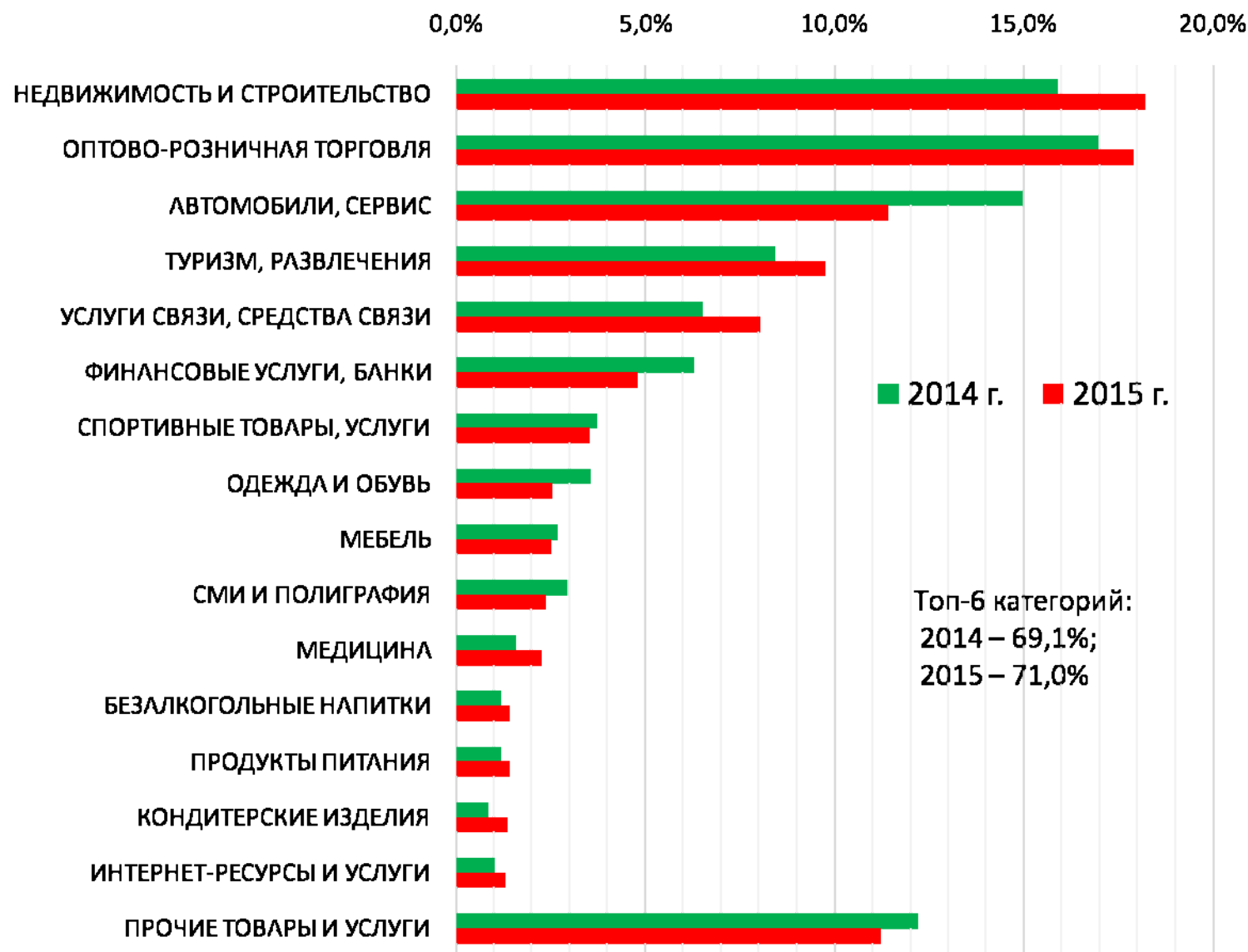


Изменение расходов рекламодателей на наружную рекламу по товарным категориям в 2015 г. (50 крупнейших городов)

январь – октябрь (к предшествующему году)

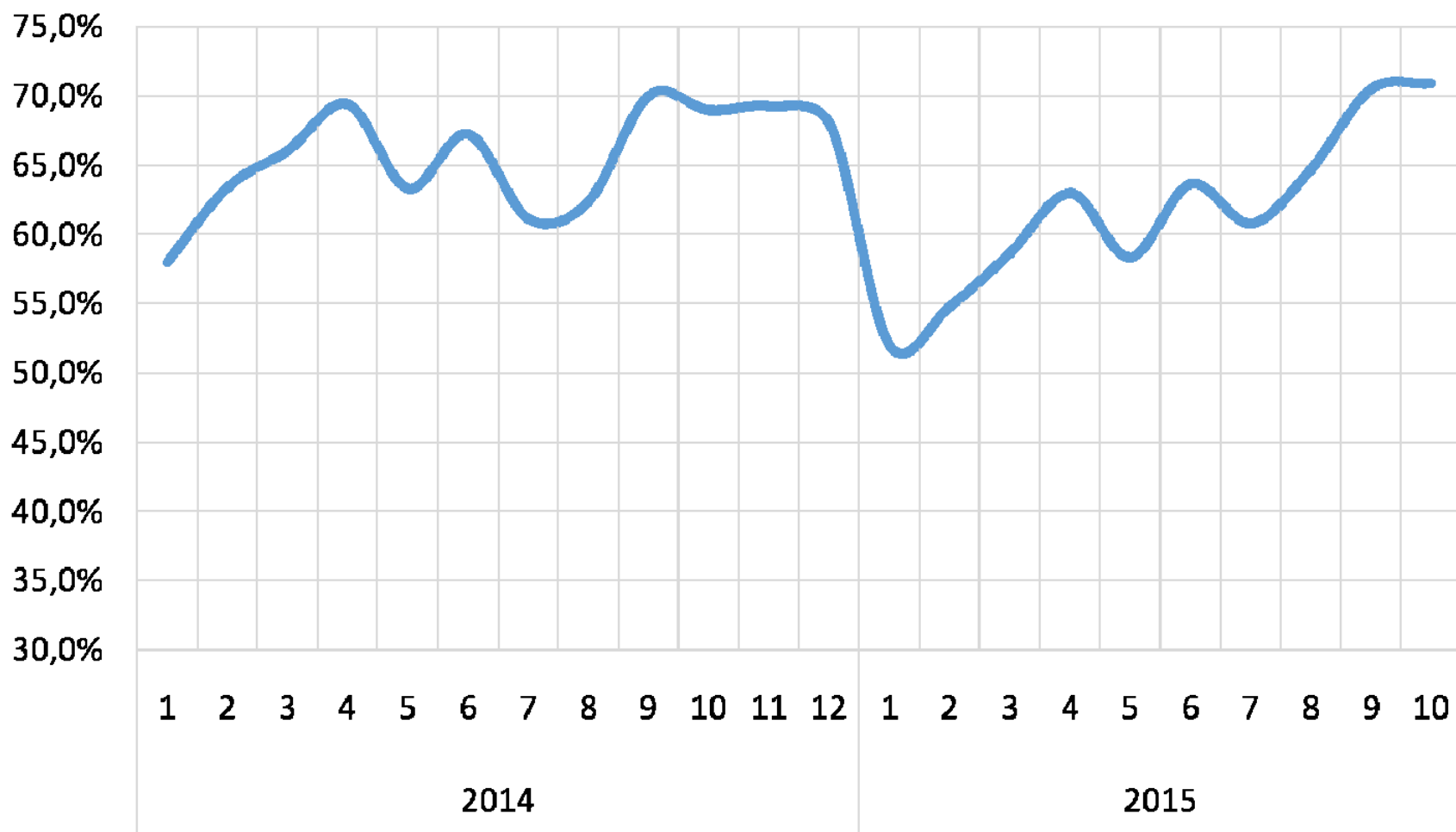


Изменение структуры расходов рекламодателей на наружную рекламу по товарным категориям в 2014-2015 г., январь-октябрь (50 крупнейших городов)



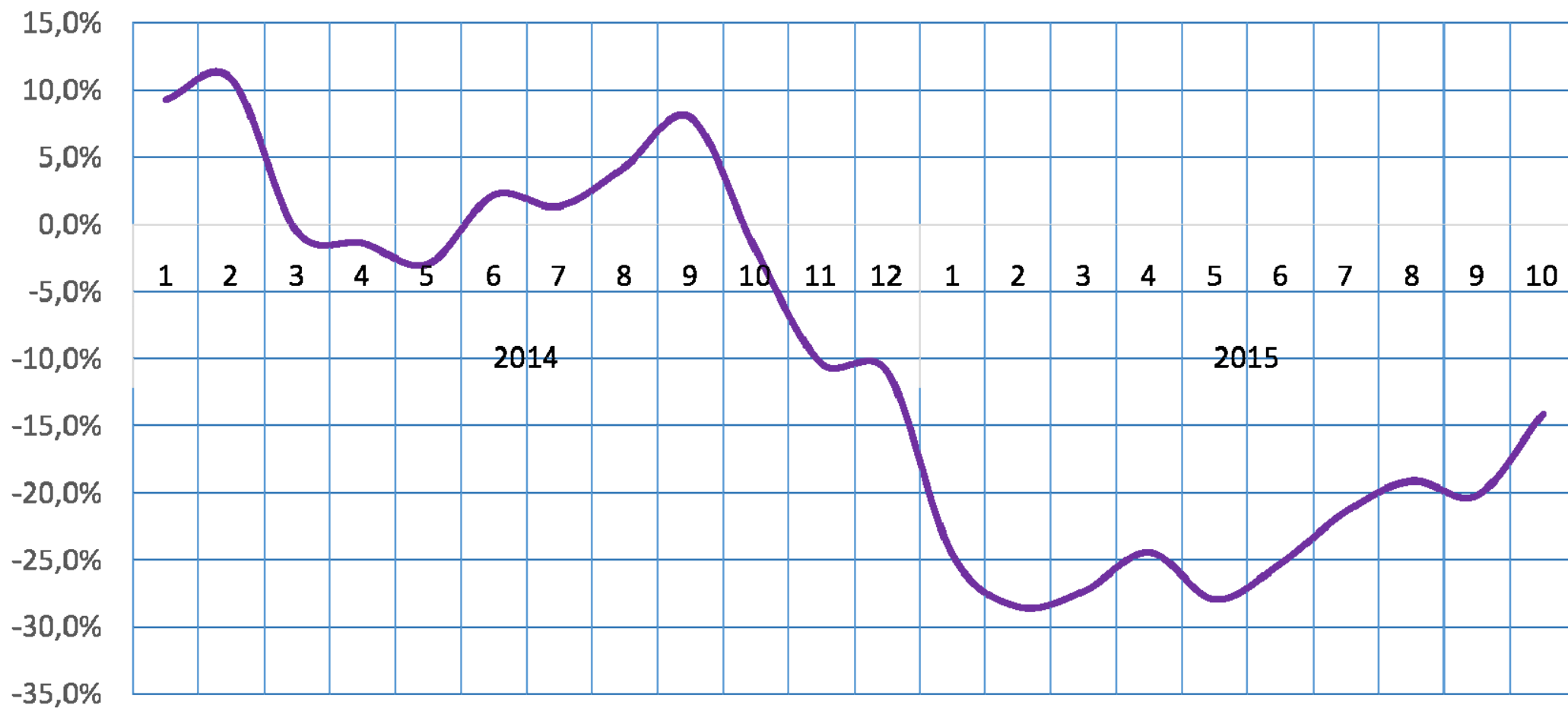
Динамика коммерческой загрузки рекламоносителей (50 крупнейших городов)

январь 2014 – октябрь 2015



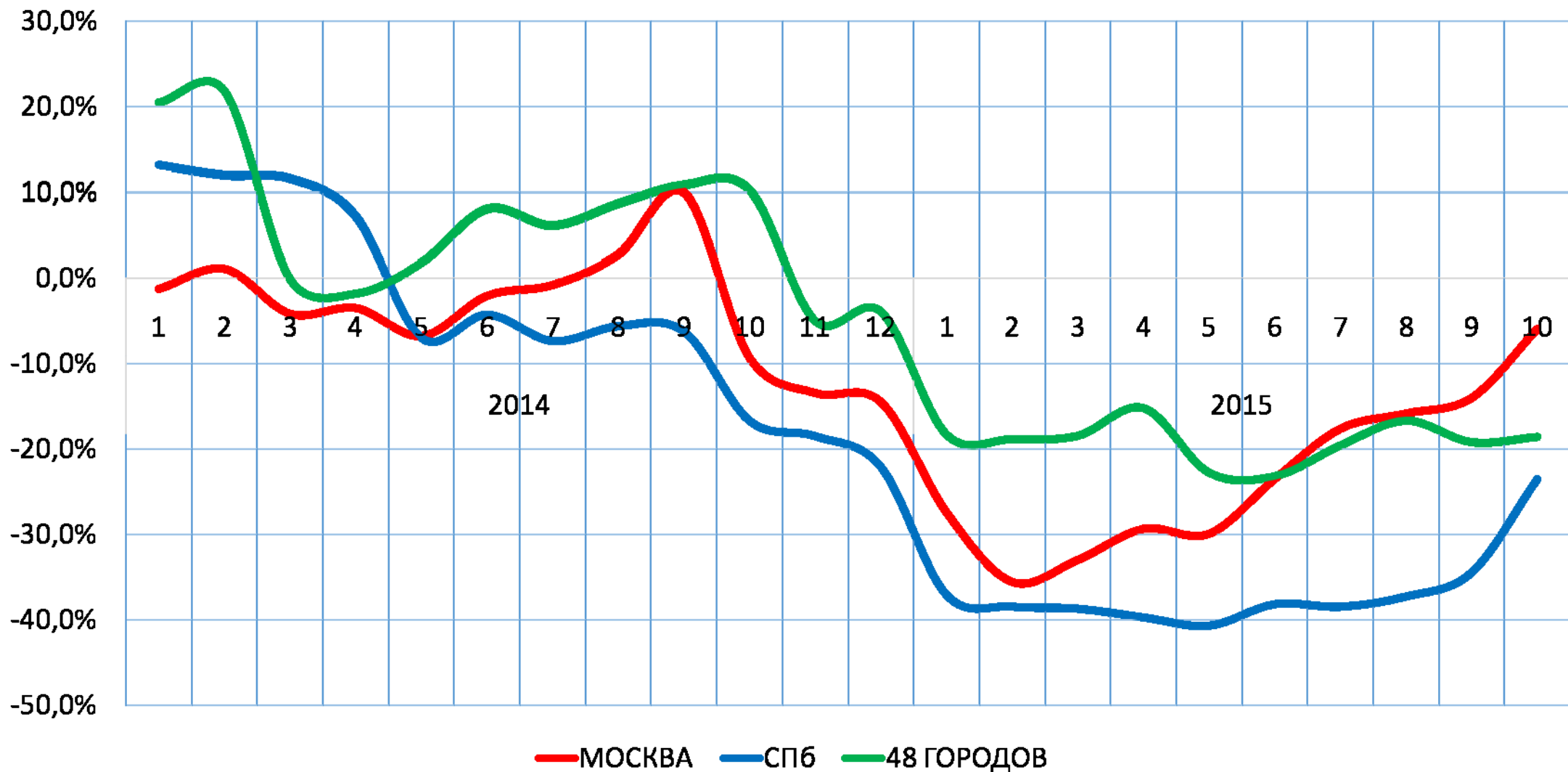
Помесячные темпы изменения объемов рынка наружной рекламы России

январь 2014 – октябрь 2015 (в % к предшествующему году)

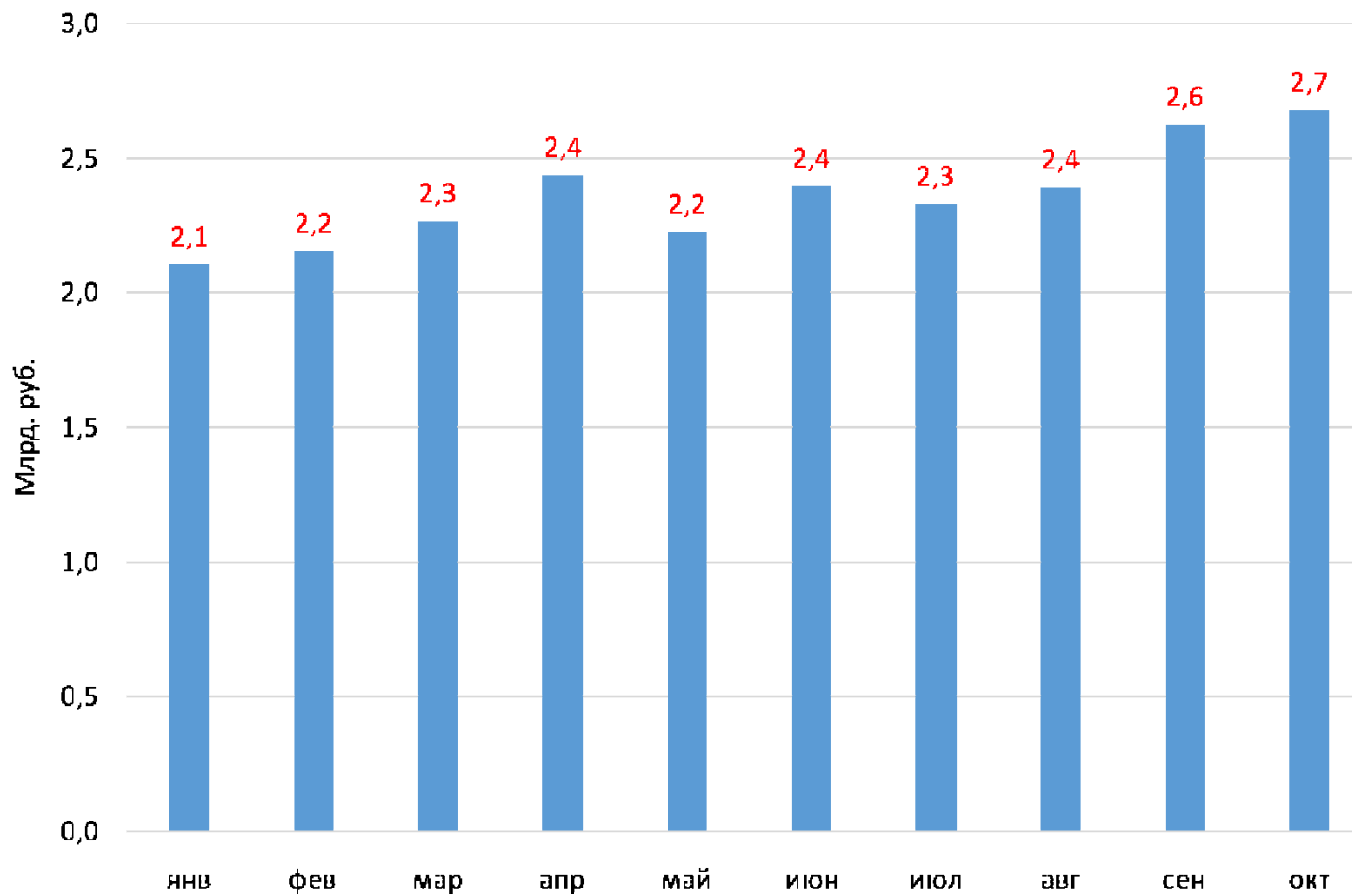


Помесячные темпы изменения объемов рынка наружной рекламы России по группам регионов

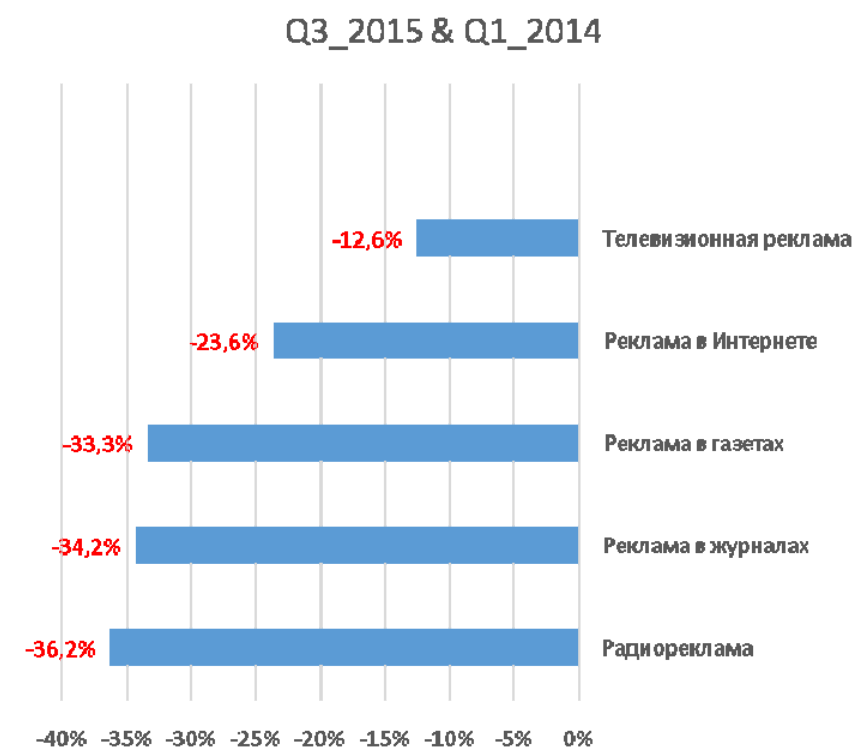
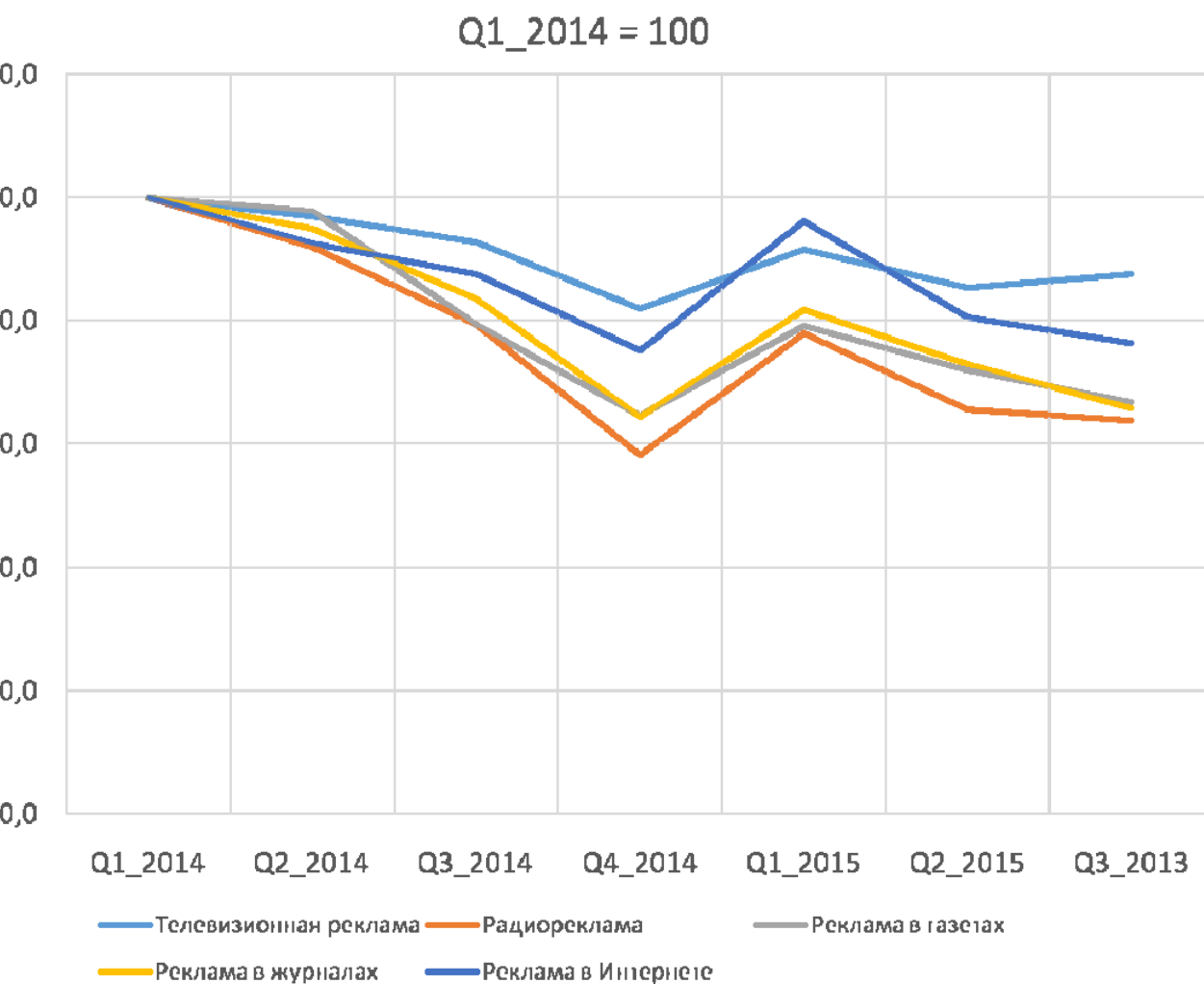
январь 2014 – октябрь 2015 (в % к предшествующему году)



Объем реализации: январь – октябрь 2015 г. (50 крупнейших городов России)

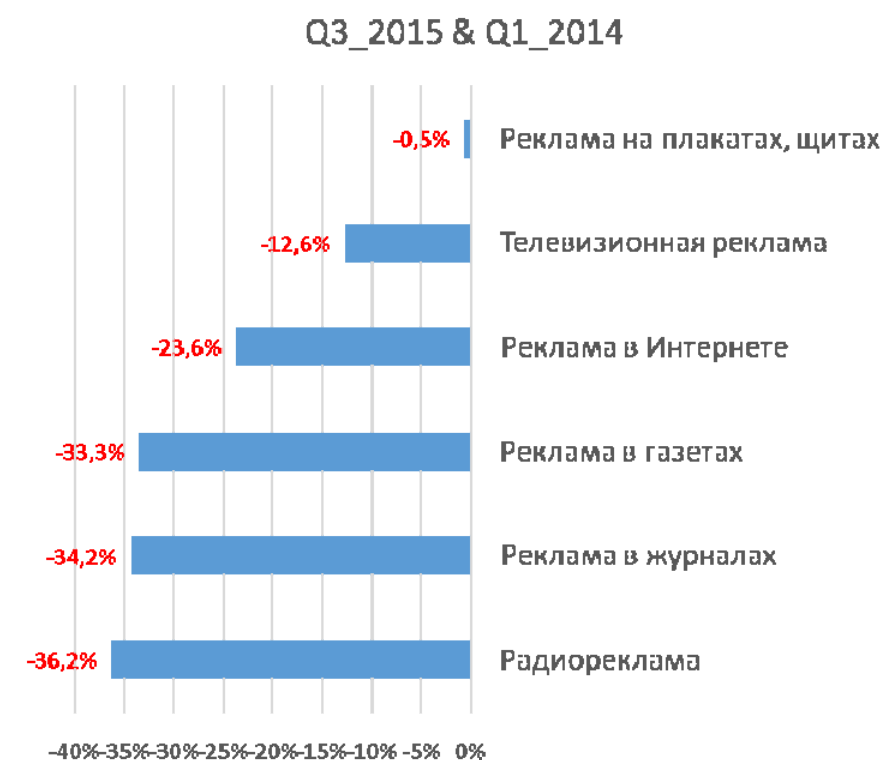
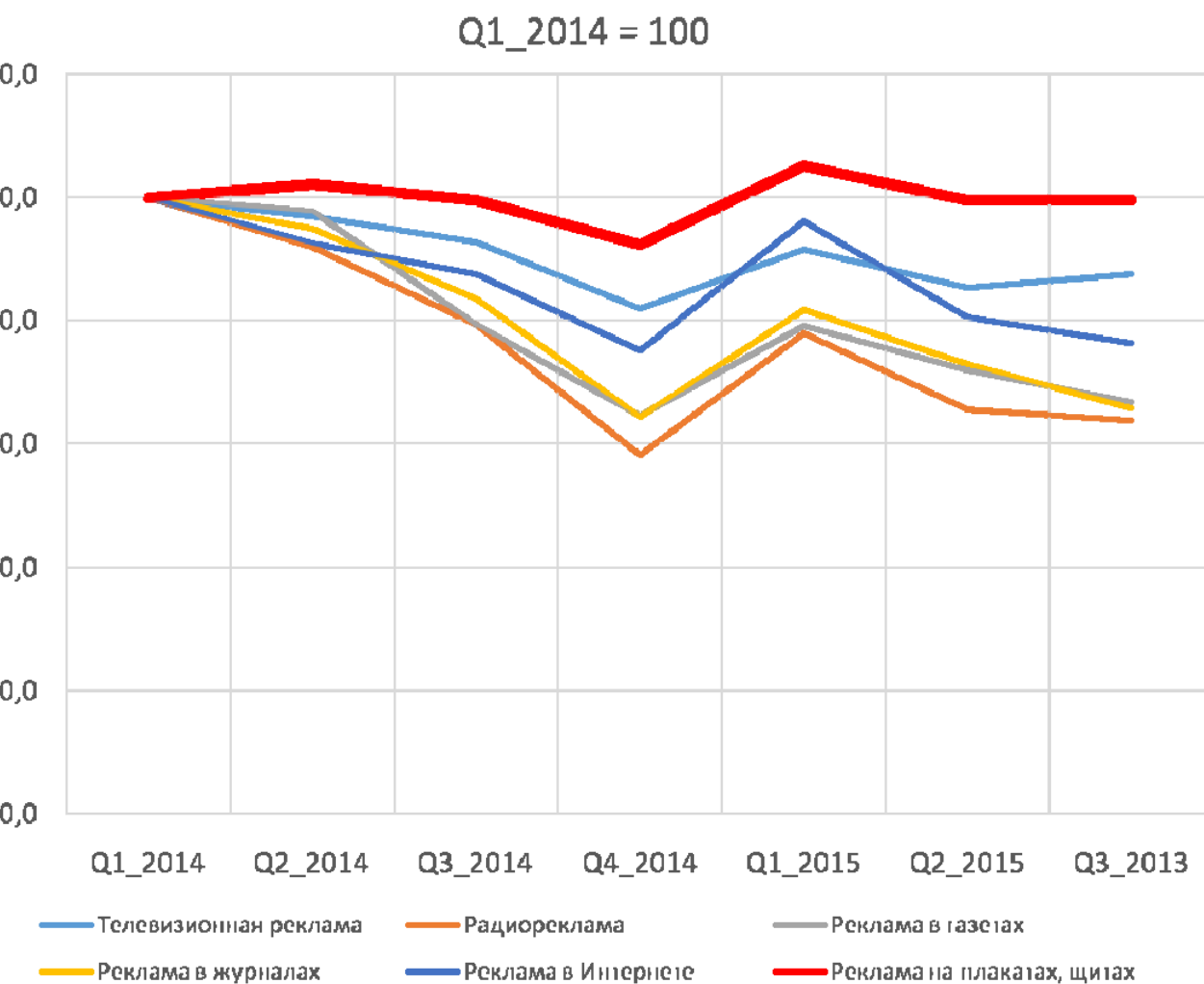


Москва: изменение уровня внимания к рекламе, 2014 - 2015



Источник: TNS M-Index (Обращают внимание на рекламу)

Москва: изменение уровня внимания к рекламе, 2014 - 2015



Источник: TNS M-Index (Обращают внимание на рекламу)

Спасибо за внимание!