

# Прогноз и сценарии: что ждет рынок наружной рекламы после проведения торгов



1 | Москва и Московская область

# Распределение рынка наружной рекламы между городами России

На сегодняшний день торги за право размещения прошли примерно на половину рынка Наружной рекламы.

Уже разыграны:

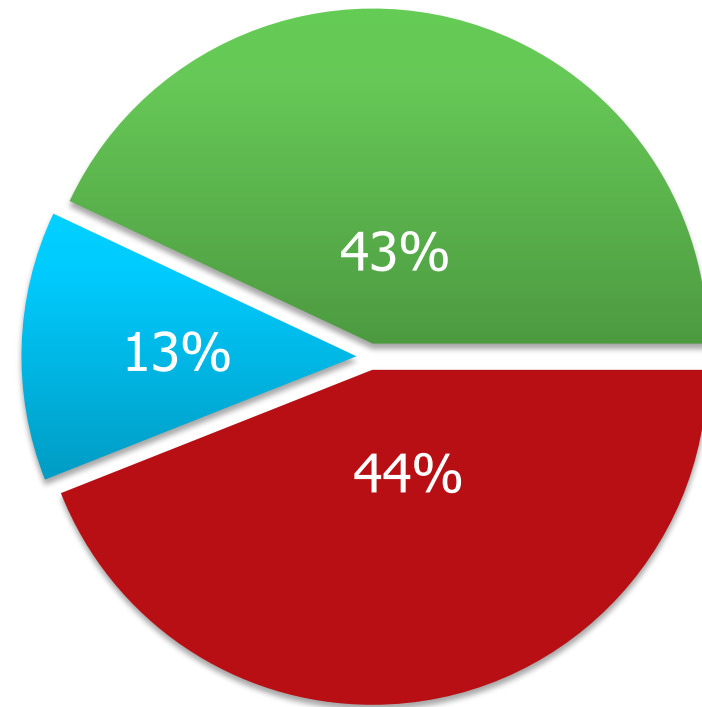
Москва

Нижний Новгород

Казань

Новосибирск

В ряде городов аукционы прошли на часть инвентаря



Эспар Аналитик, 2013

- Москва
- Санкт-Петербург
- 48 городов России

# Москва

Идет реконструкция ряда трасс – Щелковского, Варшавского шоссе, Шоссе Энтузиастов, что связано с переносом/демонтажем рекламных конструкций

В декабре 2012 года были утверждены правила размещения наружной рекламы в городе. В схему не вошел ряд трасс и зон, подлежащих реконструкции

МосГорТранс провел аукцион на право размещения рекламы на остановочных павильонах, победил в аукционе единственный участник – Gallery. Это примерно 80% всех остановочных павильонов

Демонтированы все 6x3 на Садовом кольце, так же сокращается количество конструкций 6x3 и 3.7x2.7 в пределах ТТК

Власти Москвы и Московской области создали рабочую группу для урегулирования вопросов размещения наружной рекламы на МКАД

## Аукционы в Москве

19 августа 2013 года прошли аукционы за право размещения наружной рекламы на территории Москвы в течение следующих 10 лет, на аукционах было разыграно около 60% конструкций

Оставшиеся 40% конструкций будут разыграны на аукционах, которые пройдут ориентировочно в ноябре 2013 года

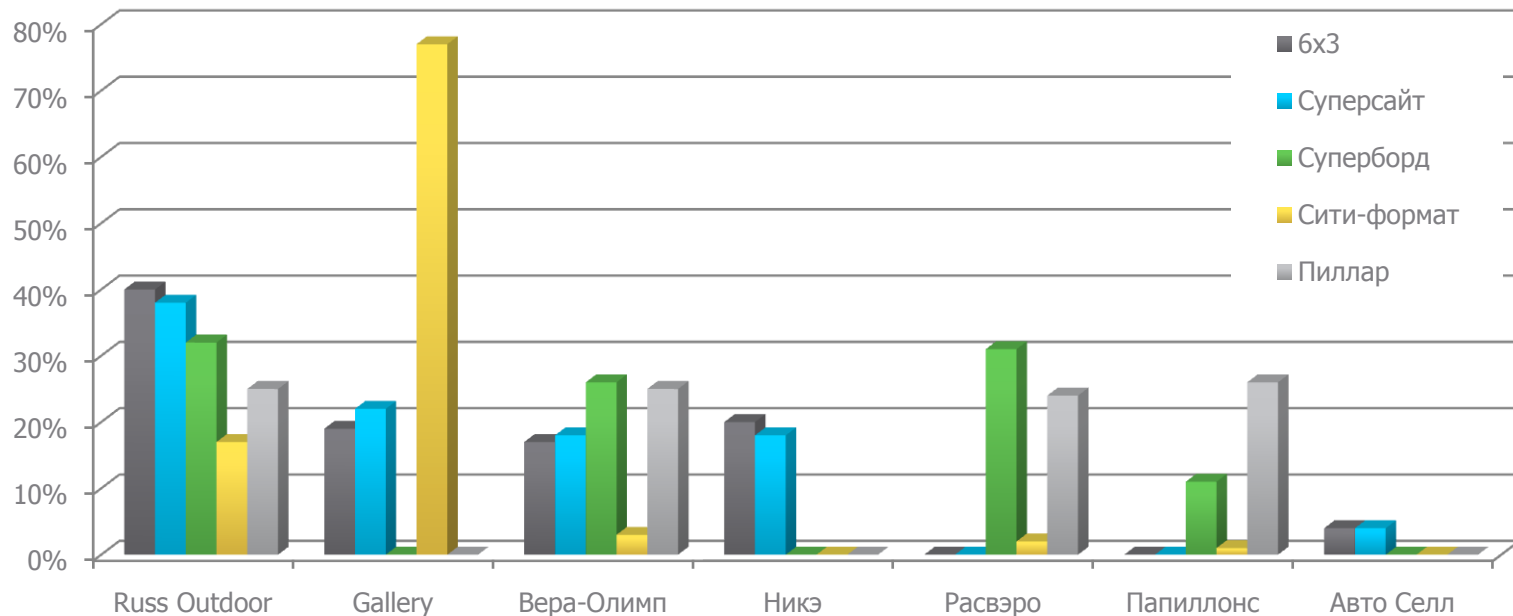
В летних аукционах было разыграно около 7 366 конструкций, победителями стали Russ Outdoor, Gallery, Никэ, Вера-Олимп, Расвэро, Авто Селл, Руан.

В результате аукционов общее количество рекламных конструкций, разрешенных к размещению, сократится на 30%, в центре будет сокращено больше – около 40%

Часть конструкций будут по-прежнему эксплуатироваться операторами без проведения аукционов и до окончания сроков действия договоров или уточнения мест их размещения (в том числе: остановочные павильоны - Gallery, около 15 LED экранов, конструкции оператора Папиллонс, суперсайты Лайсы)

1 | Москва

# Распределение инвентаря после проведения летних торгов в Москве



Тройка лидеров в Москве – Russ Outdoor, Gallery и Вера-Олимп  
 Нике значительно улучшила адресную программу  
 Расвэро с 2013 года – оператор городской мебели

1 | Московская область

# Аукционы в Московской области

Постепенно проходят небольшие аукционы за право размещения рекламы на трассах. Как правило, поставщики сохраняют свои позиции

Подмосковные власти активизировали работу по наведению порядка в региональной outdoor-индустрии. В частности, осуществляется демонтаж незаконных рекламоносителей, разрабатываются правила и схемы их размещения

Основная масса аукционов ожидается в конце 2013 – начале 2014 годов

# Ситуация с аукционами в регионах России

Власти городов наводят порядок в области размещения наружной рекламы, чистят центральные районы городов, демонтируют незаконно установленные конструкции

Инвентарь сокращается примерно на 30%

Происходит консолидация рынка в руках национальных операторов.

В Казани до аукционов треть инвентаря находилось в руках мелких локальных поставщиков, после - город стал фактически разделен между Russ Outdoor и Gallery

Катастрофический рост цен:

Казань - 100%

Новосибирск - 35%

Воронеж - 30%

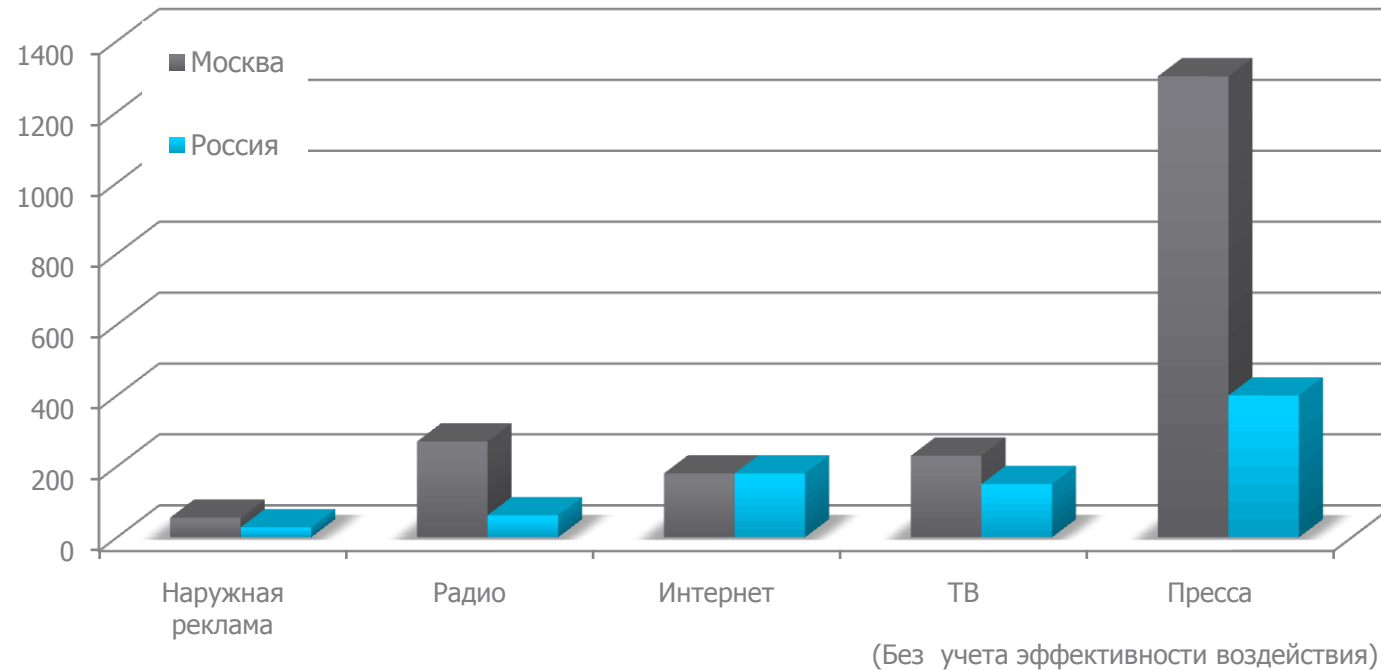
Красноярск - 30%



| Новые цены и рекламодатели

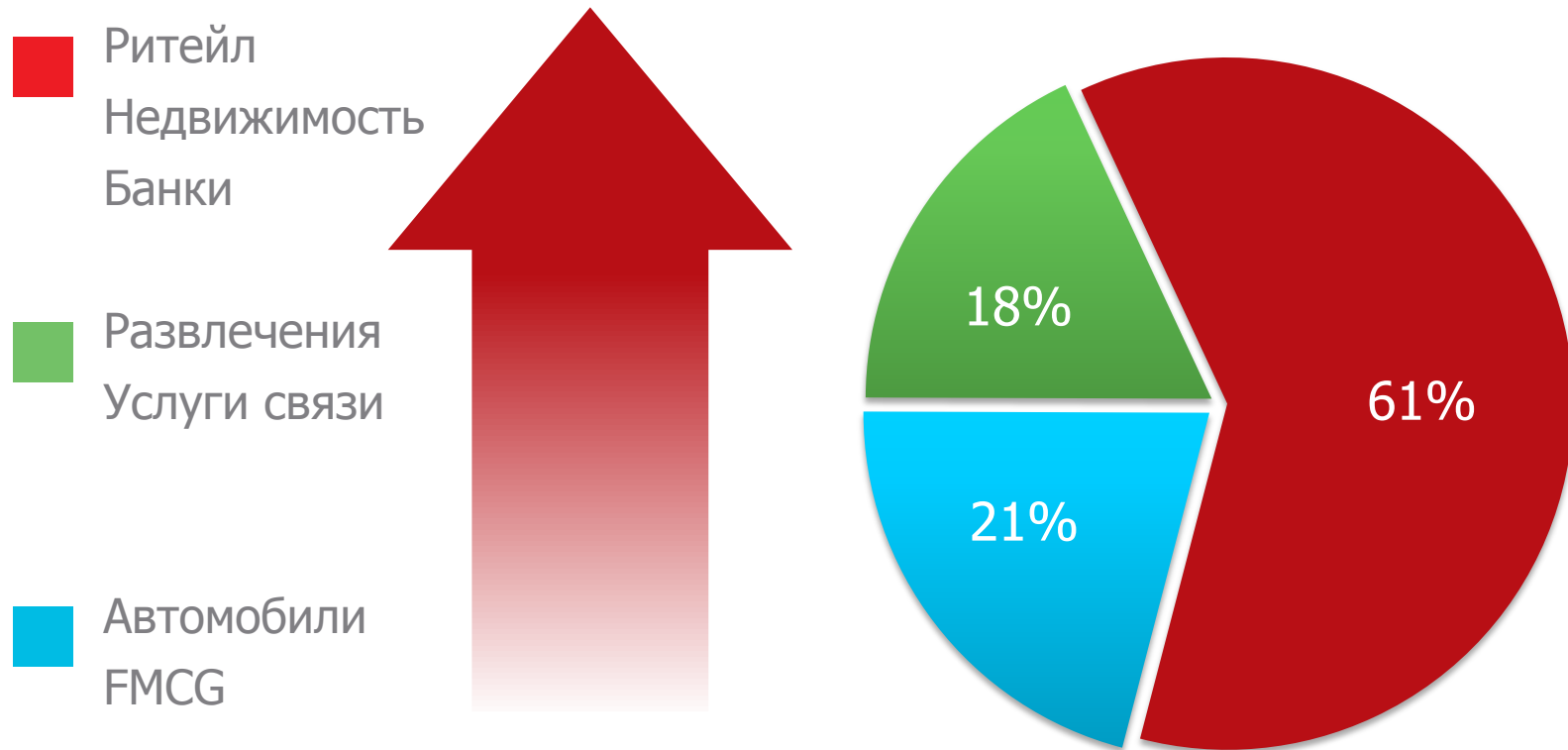


# Сравнение стоимости за тысячу контактов по СМИ



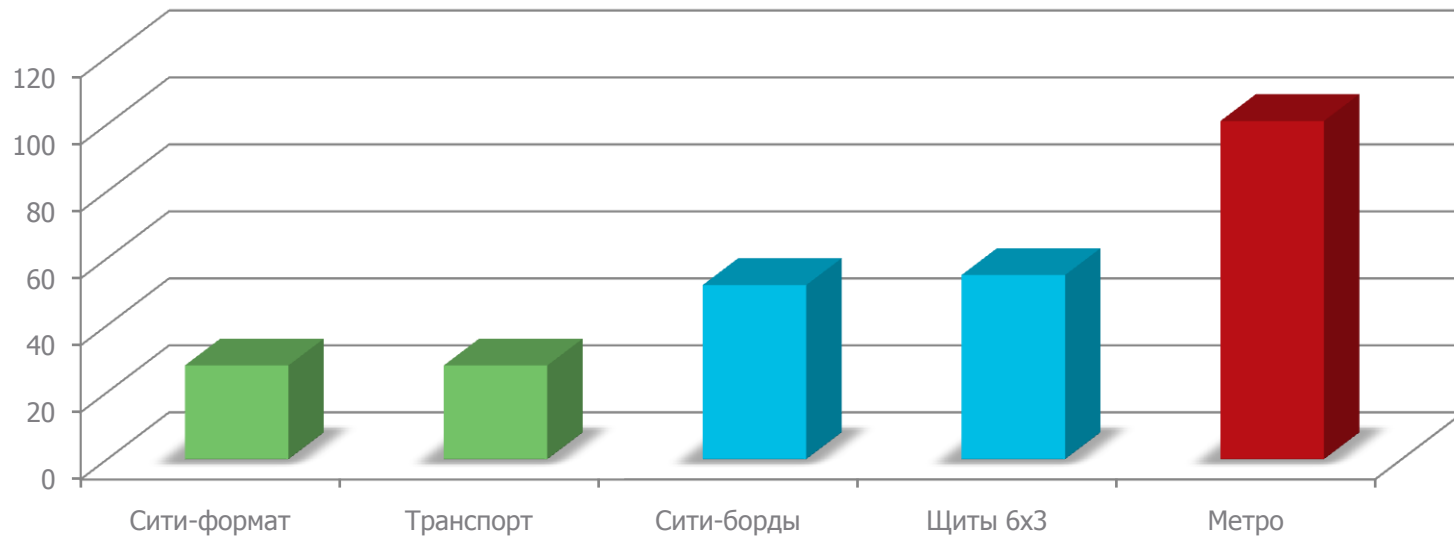
Даже после повышения цен, СРТ в наружной рекламе остается самым низким по сравнению с другими медиа

# Распределение спроса на наружную рекламу по категориям рекламодателей



Данные: Эспар Аналитик, 1 полугодие 2013 г.

## Сравнение CPT по форматам в г. Москве



Хорошего охвата с высокой частотой контактов можно добиться при размещении на сити-формате или на транспорте

В силу высокой стоимости производства и монтажа размещение на транспорте эффективно при кампаниях от 3 до 6 месяцев

Для большого полноценного охвата наилучшее сочетание - микс форматов 6x3 + малый формат



# | Перспективы

## Квартальная перспектива

1. Резкий рост цен в результате аукционов, возможен приход непрофильных игроков
2. Со стороны ФАС ужесточился контроль за соблюдением размера шрифта различных «служебных» надписей в макетах, предписываемых законом
3. В результате разработки схем размещения наружной рекламы по всем городам РФ, вероятно произойдут изменения в структуре форматов наружной рекламы, а возможно, и дальнейшее перераспределение долей между регионами
4. Во многих городах происходит снос незаконно установленных конструкций

## Годовая перспектива

1. Стабилизация рынка, увеличение объема западных инвестиций
2. В связи с запретом размещения рекламы пива в наружной рекламе, увеличение пивных бюджетов в индор
3. В связи с борьбой с курением, ожидается полный запрет рекламы табака. На рынке индор-рекламы это не скажется, доля табачных бюджетов небольшая
4. На примере торгов в Москве возможен подобный сценарий и в регионах

## Двухлетняя перспектива

1. Развитие индустриальных технологий (сенсорные мониторы, интерактив, планшеты, QR коды, техника Bluetooth)
2. Доля регионального рынка составит более 60% от всего Российского рынка наружной рекламы
3. Развитие носителей для демонстрации рекламы нескольких рекламодателей