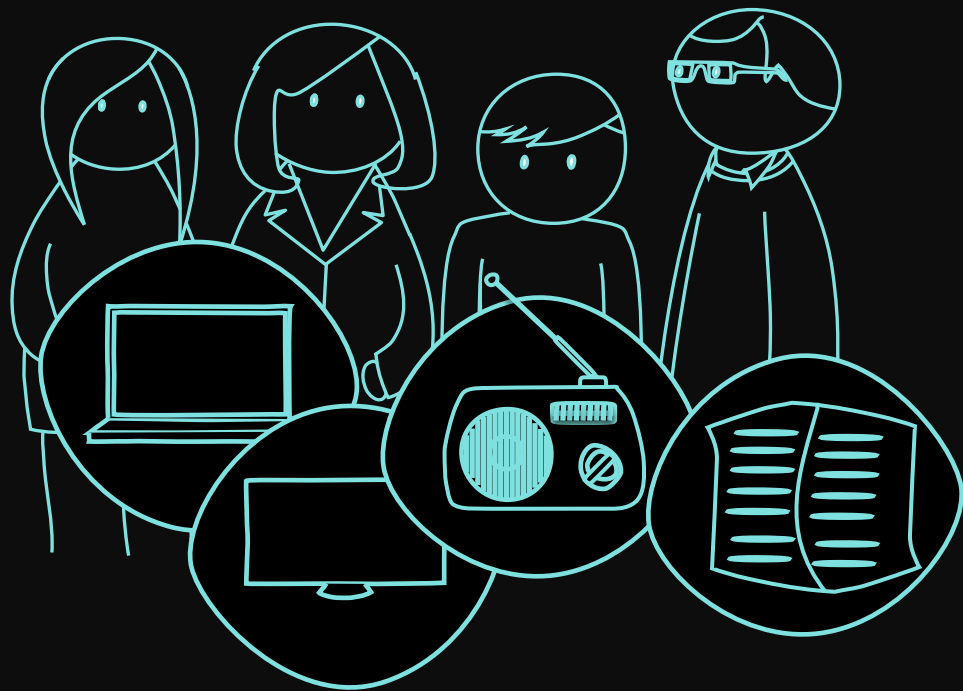


Мониторинговые исследования рекламы объемы и тенденции

Владимир Карцев,
Директор мониторинговых исследований TNS Central Asia

Алматы, 15 ноября 2017

Мониторинг СМИ



ТВ



1997

Наружная реклама



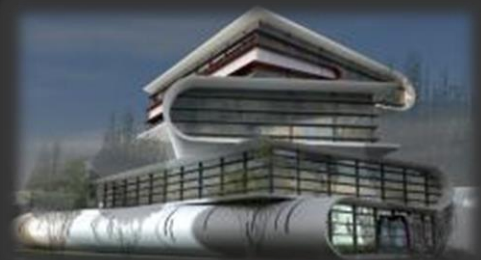
2000

Интернет



2014

Пресса



1998

Радио



2003

Источник: Мониторинг рекламной активности ТНС & Экспертная оценка ВИ Казахстан & оценка AEGIS Казахстан.

Рекламный рынок



Экономика

18 034 млн. человек

Около 53% экономически активное население 20 – 60 лет

Уровень безработицы

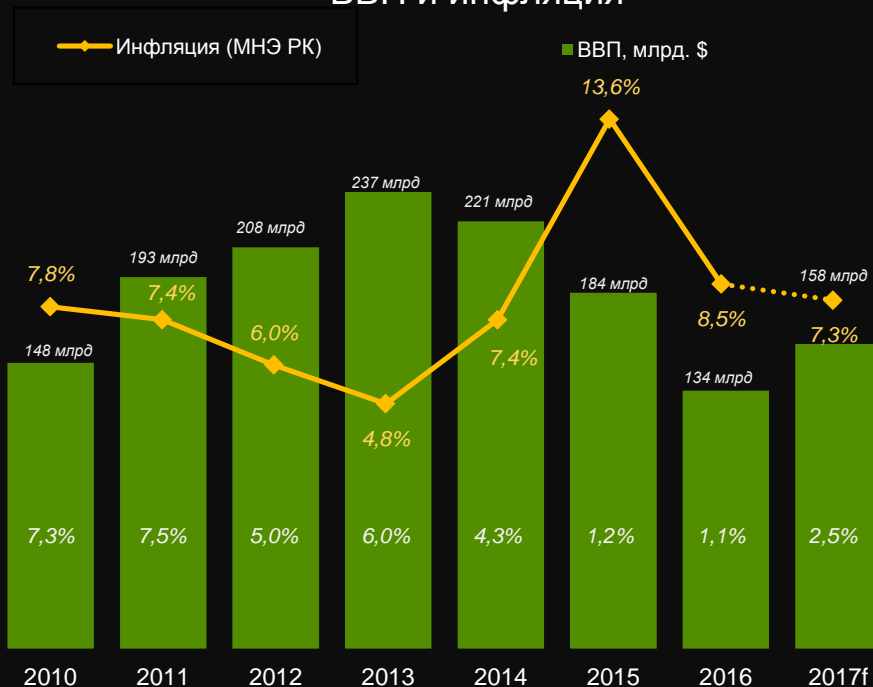
439.2 тыс. человек -1.7% (к 2016 г.)

Инфляция 3.8%

Розничная торговля

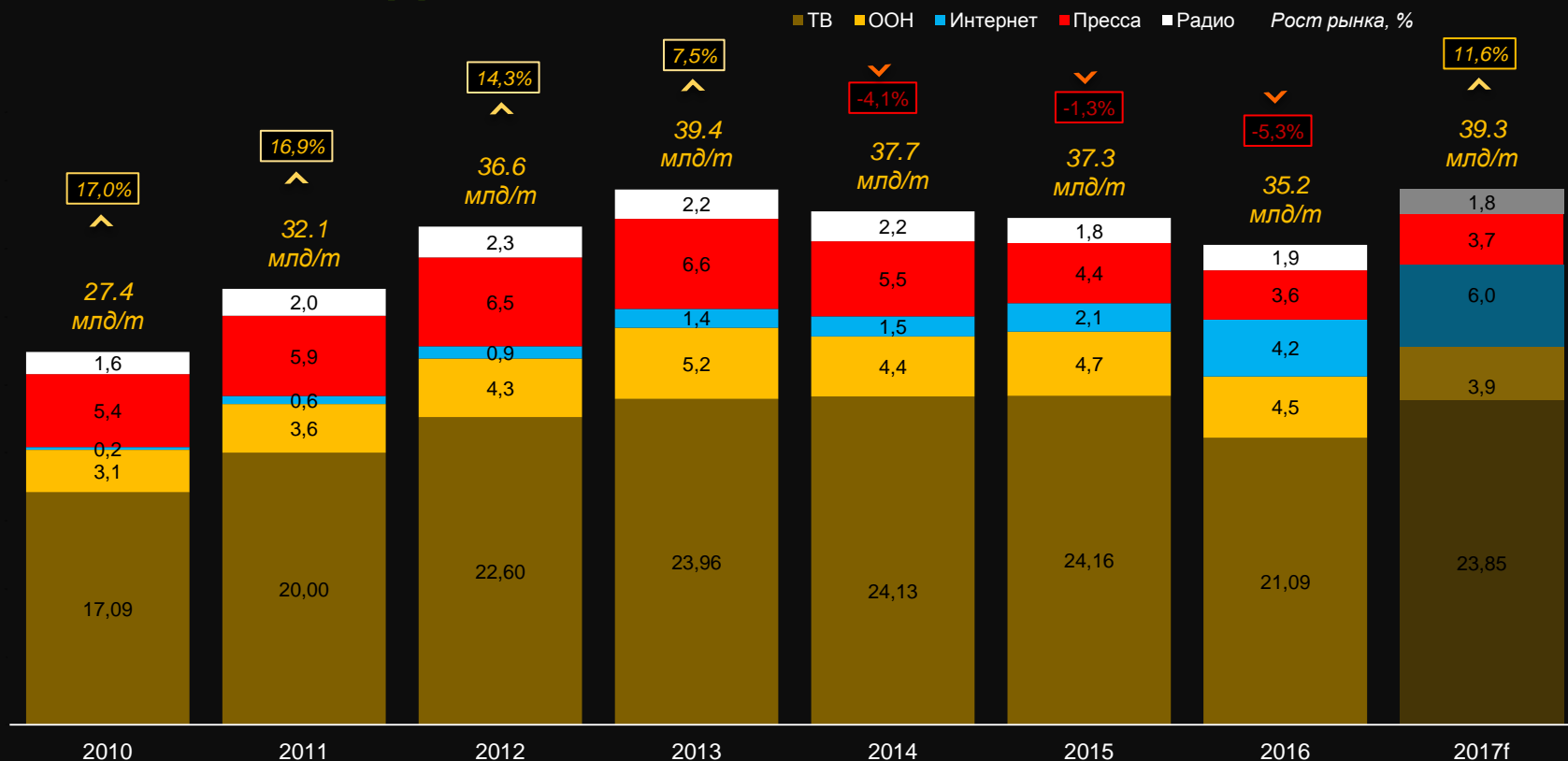
3.1 трлн/т +6.2% (к 2016 г.)

ВВП и инфляция



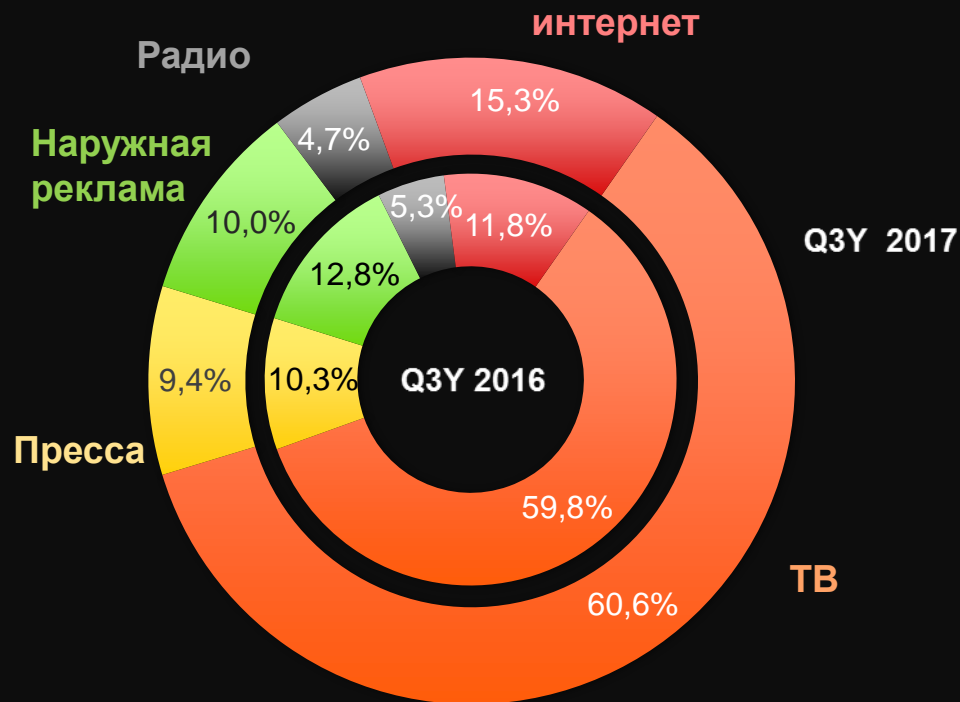
Комитет статистики Казахстана, Национальный банк РК.

Рекламные бюджеты



Источник: Мониторинг рекламной активности ТНС & Экспертная оценка ВИ Казахстан / IMS / AEGIS Казахстан.

Рекламные бюджеты



Y 2017 = 39,4 млрд. тенге прогноз на 2017(+ 11,6%)

Y 2016 = 35,3 млрд. тенге

Q3Y 2017 vs. Q3Y 2016, %

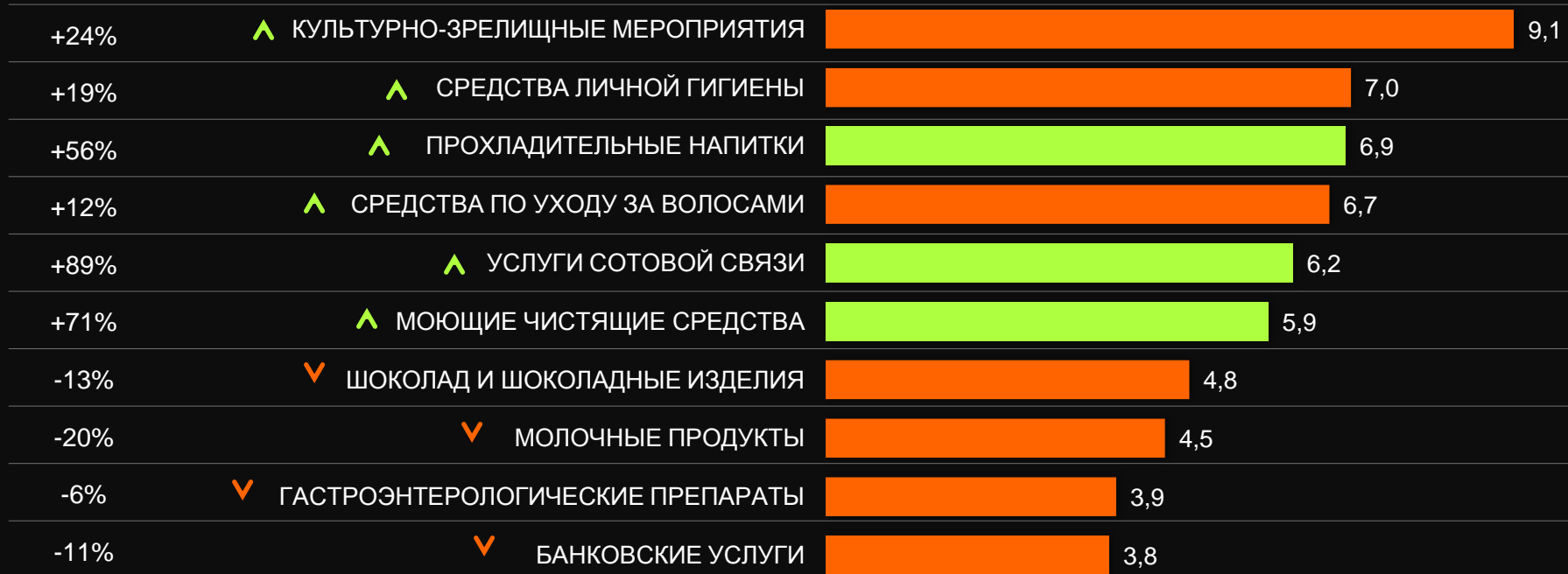
ТВ	+ 13%
РАДИО	- 2%
ПРЕССА	+ 2%
НАРУЖНАЯ РЕКАМА	- 13%
ИНТЕРНЕТ	+ 45%
ВСЕГО:	+ 11%

Источник: Мониторинг рекламной активности THC & Экспертная оценка ВИ Казахстан / IMS / AEGIS Казахстан.

Топ10 товарных категорий по бюджетам 2017 Q3Y

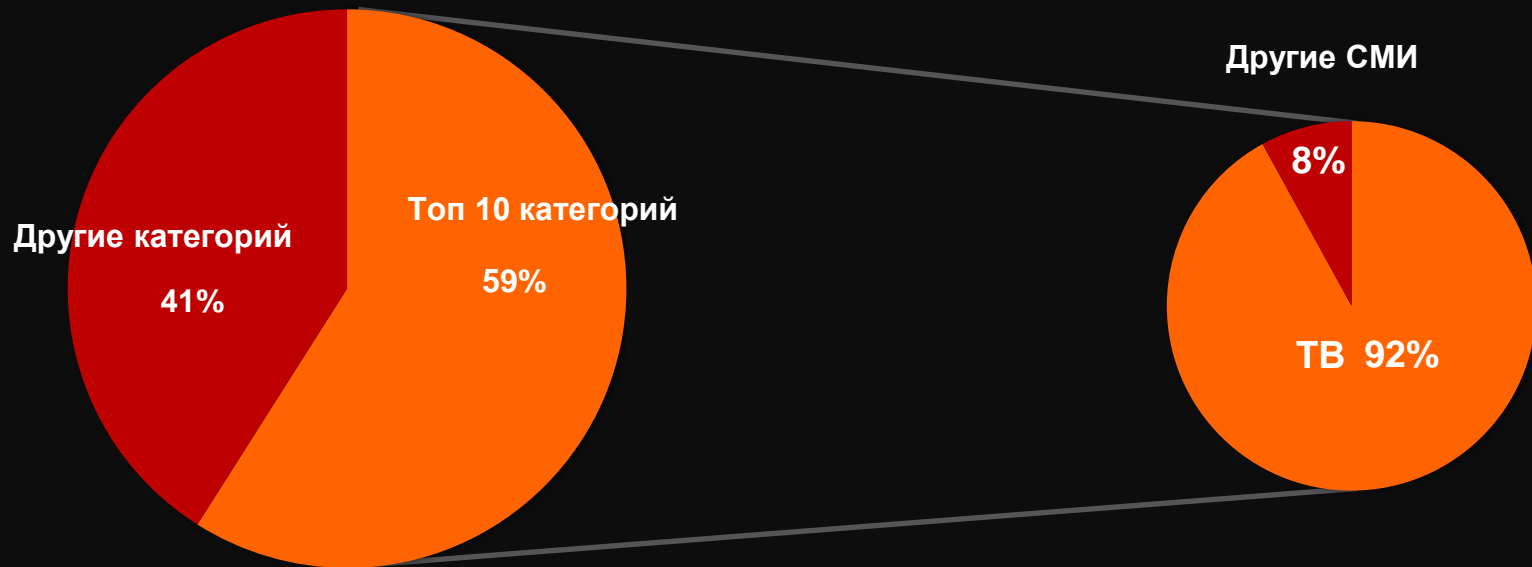
Доля категории в совокупном бюджете, %

к 2016 Q3Y



Источник: TNS Central Asia, ТВ, Радио, Пресса – национальная кампания. Наружная реклама – Алматы. В % от общих затрат на рекламу. Рекламный бюджет рассчитывается по прайс-листам, без учета скидок и специальных соглашений.

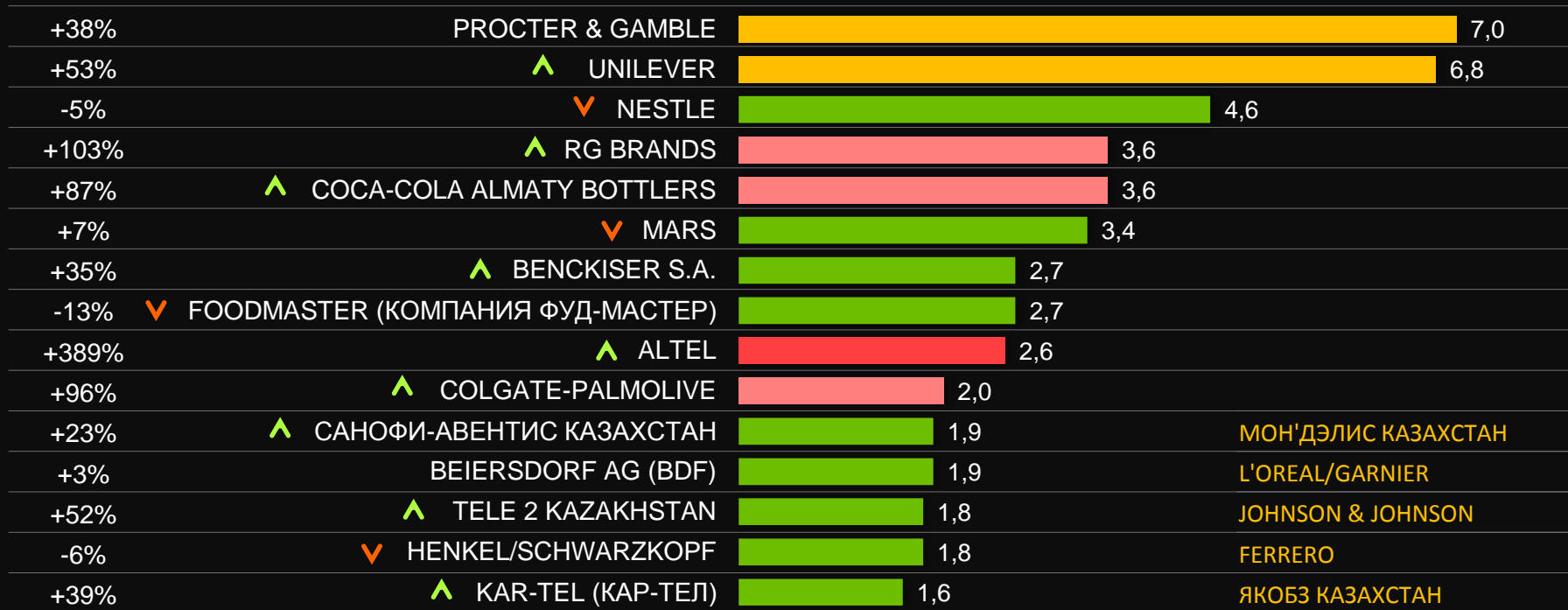
Топ10 товарных категорий по бюджетам 2017 Q3Y



Топ15 рекламодателей по бюджетам 2017 Q3Y

Доля рекламодателя в совокупном бюджете, %

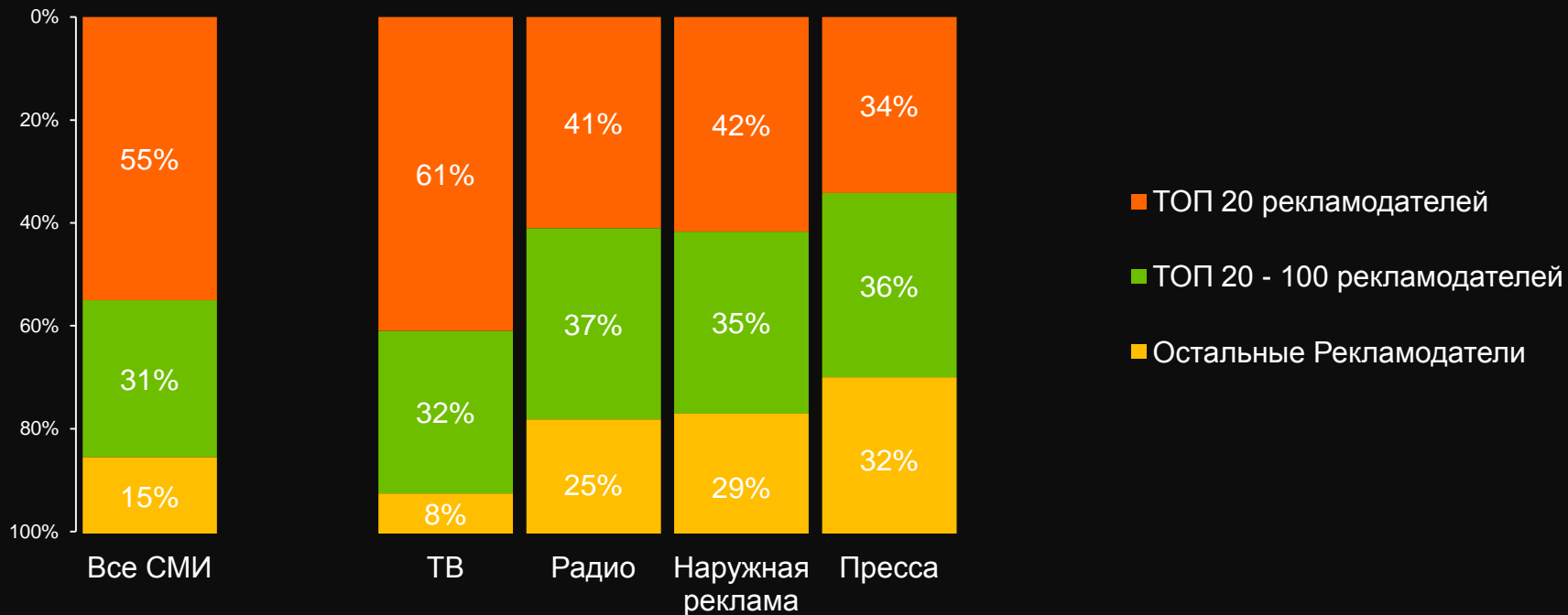
к 2016 Q3Y



Источник: TNS Central Asia, ТВ, Радио, Пресса – национальная кампания. Наружная реклама – Алматы. В % от общих затрат на рекламу. Рекламный бюджет рассчитывается по прайс-листам, без учета скидок и специальных соглашений.

Вклад рекламодателей в совокупный бюджет, 2017 Q3Y

За 100% принят совокупный бюджет указанного медиа



Источник: TNS Central Asia, ТВ, Радио, Пресса – национальная кампания. Наружная реклама – Алматы. В % от общих затрат на рекламу. Рекламный бюджет рассчитывается по прайс-листам, без учета скидок и специальных соглашений.

Активность рекламодателей 2017 Q3Y

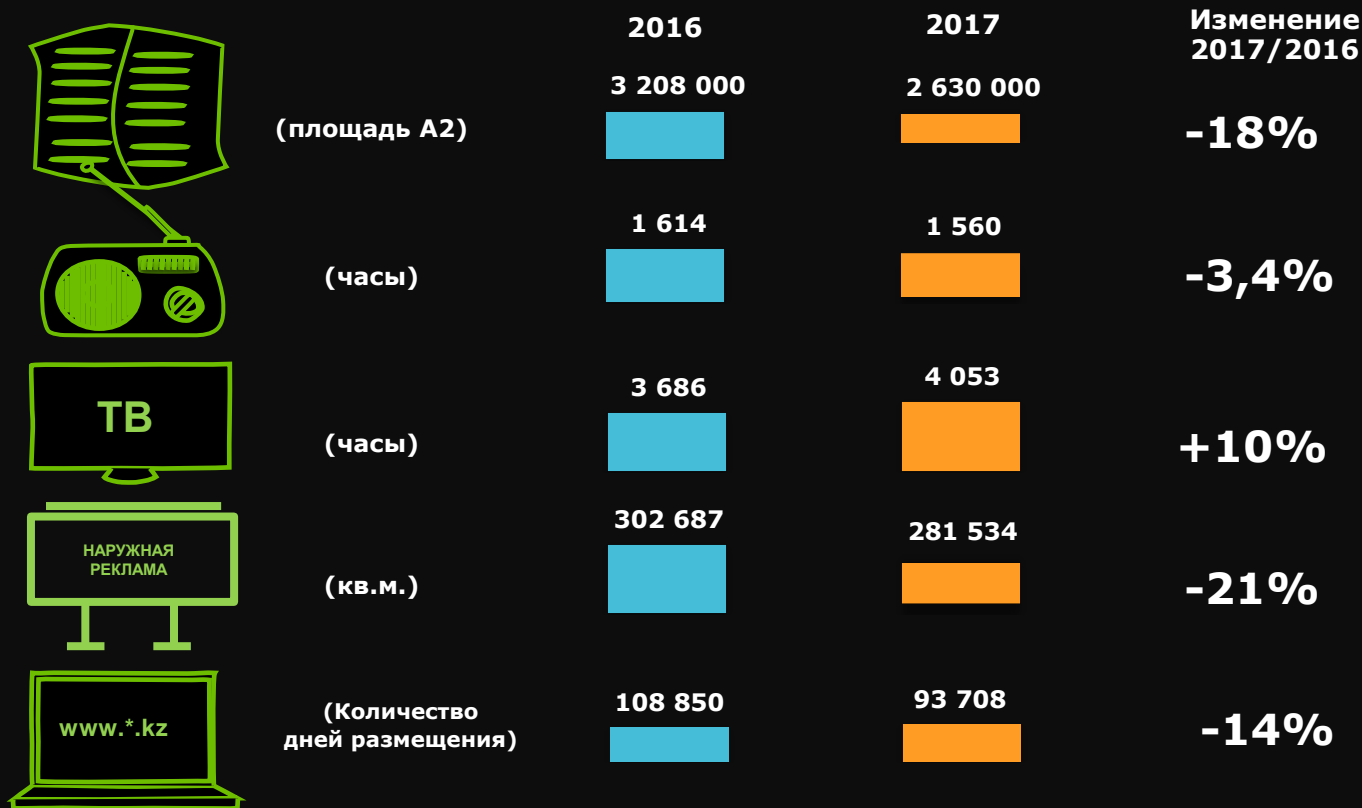
Количество рекламодателей

к 2016 Q3Y1



2017 Q3Y, ТВ, Радио, Пресса, НР и Интернет.

Динамика предпочтений рекламодателей в СМИ



Основные наблюдения

Стабилизация экономики

- рост основных показателей
- увеличение деловой и потребительской активности

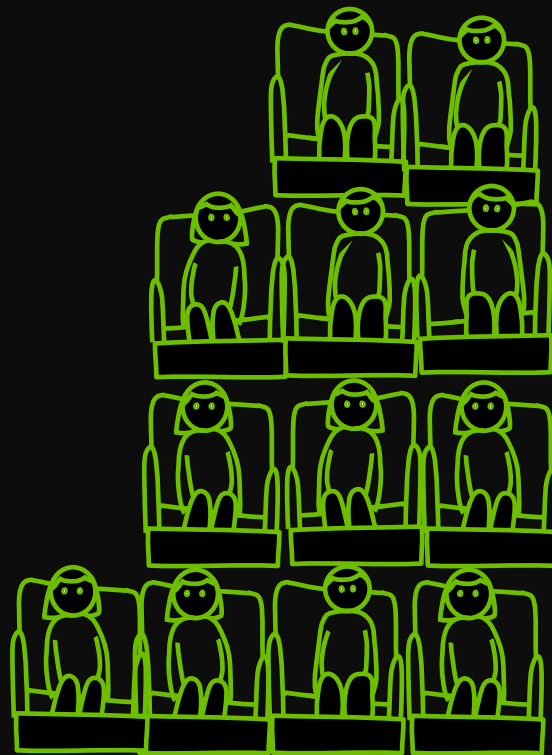
Объем рекламного рынка восстанавливается

- рост рекламных бюджетов в 2017 г.
- возвращение бюджетов международных компаний
- ТВ сохраняет лидерство
- предложения ТВ Медиа – рекламный канал «ТВ-сеть TVMA»
- предложения от VI Digital - совместные пакеты ТВ+OLV
- уверенный рост потребления интернета
- новый формат ООН Медиаборды



Основные наблюдения

Позитивный прогноз
инвестиций в рекламу
и развитие рекламного рынка



Спасибо
за внимание

