



ЕВРОПЕЙСКАЯ МЕДИАГРУППА

№1 В РОССИИ!*



*Mediascope, Radio Index – РОССИЯ (города с населением 100К+), ИЮЛЬ-ДЕКАБРЬ 2019, Daily Reach (Пн-Пт, 06ч-24ч), Weekly Reach (Пн-Вск, 06ч-24ч), AQH Share (Пн-Пт, 06ч-24ч) радиостанций среди населения 12 лет и старше.

РЕКЛАМА НА РАДИО: МОСКВА И СЕТИ

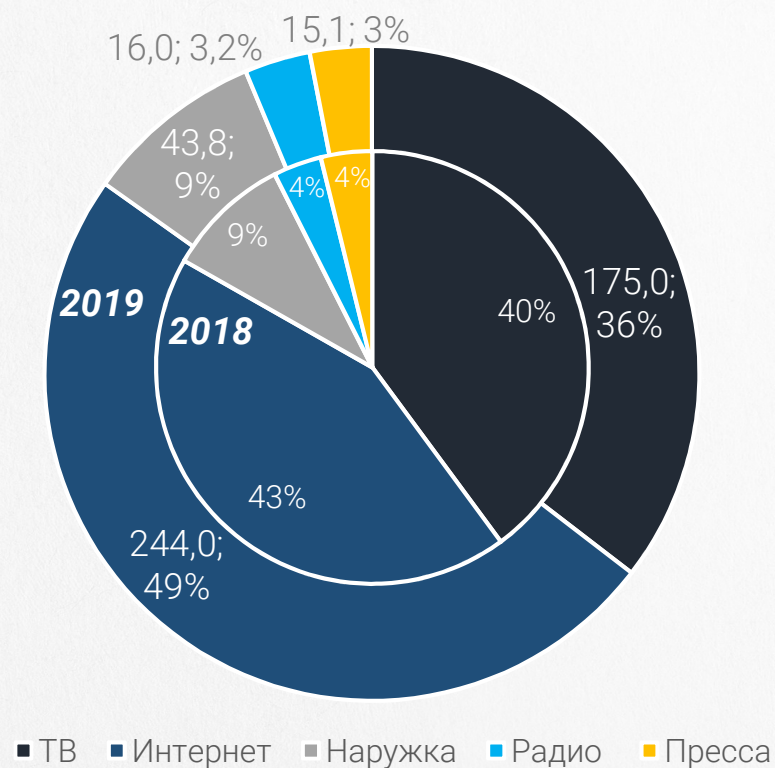
ЯНВАРЬ – ДЕКАБРЬ 2019

03 ОПИСАНИЕ ИСПОЛЬЗОВАННОЙ МЕТОДИКИ

- В отчете приведены **оценки нетто-бюджетов** рекламодателей, товарных категорий и холдингов
- Оценки нетто-бюджетов получены из данных мониторинга Mediascope путем применения математической модели дисконтирования
- Оценки относятся только к классическим роликам, и не охватывают бюджеты интеграции, спонсорство, эвенты и пр. доходы от рекламы
- Для станций ЕМГ использованы оценки, а не данные финансовой службы. Это сделано для проведения корректного сравнения по единому основанию

04 МЕДИАРЕКЛАМНЫЙ РЫНОК РОССИИ

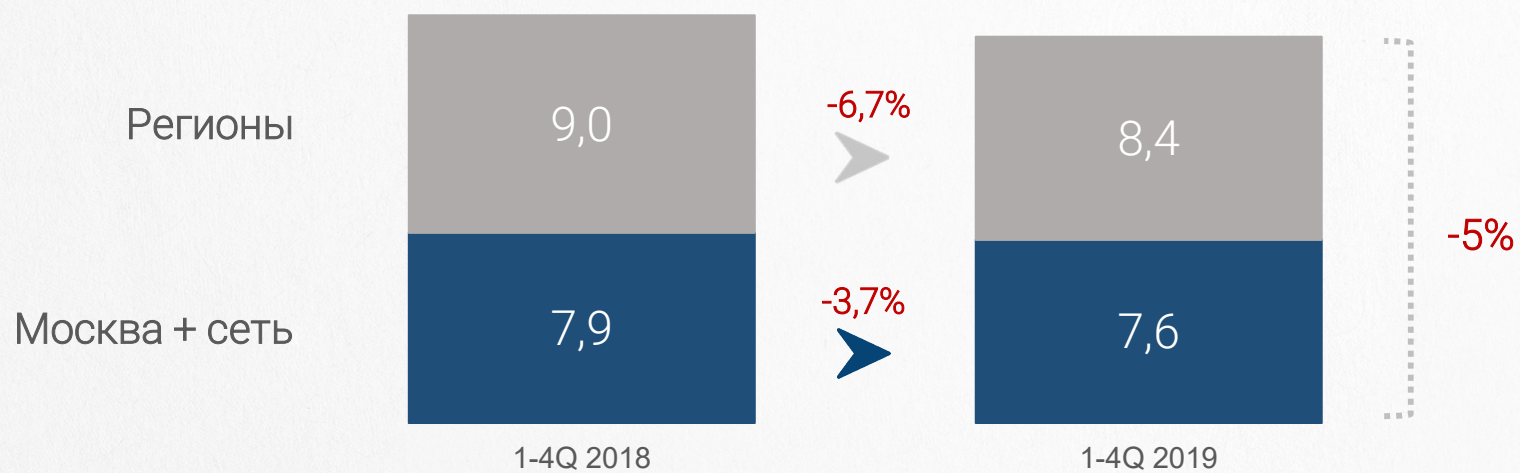
Итоги 2019 г. (млрд. руб. до НДС)



Медиа	Динамика 2019 / 2018
ТВ	-6%
Радио	-5%
Пресса	-15%
Наружка	0%
Интернет	+20%
ИТОГО по рынку	+5%

05 МОСКВА + СЕТЬ И РЕГИОНЫ

Оценки Совета по радиорекламе
(2018-2019 гг., млрд. руб. без НДС)



06 МОСКВА + СЕТЬ

Объемы-приросты
(млн. руб. до НДС)

В таблице приведены оценки рекламных бюджетов классических рекламных роликов московского и сетевого размещения. Данные отличаются от АКАР. В частности, за счет того, что не учитываются значительные бюджеты интеграции, характерные для разговорных, нишевых и новых на рынке станций

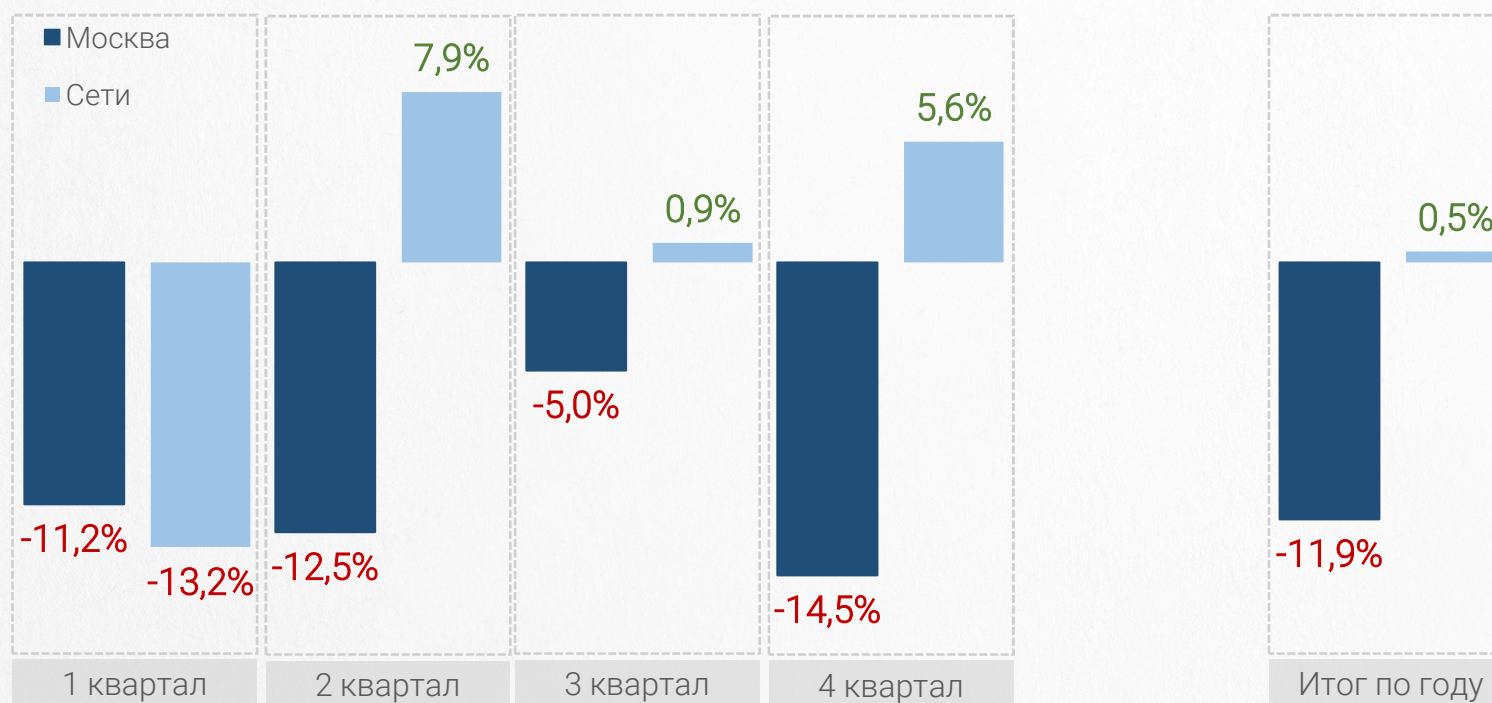
	1-4Q 2018	1-4Q 2019	Динамика
Москва	1,8	1,6	-7,4%
Сеть	4,2	4,2	0,5%
Москва + сеть	6,1	5,9	-3,1%

*В анализе учитываются только ролики.

07

ПОКВАРТАЛЬНАЯ ДИНАМИКА СЕГМЕНТОВ МОСКОВСКОГО И СЕТЕВОГО РАЗМЕЩЕНИЯ

2019 vs. 2018



*Оценки получены путем применения модели дисконтирования к данным мониторинга Mediascope, очищенного от саморекламы и бартера.
В анализе учитываются только ролики.

08 СРАВНЕНИЕ КАТЕГОРИЙ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ МОСКОВСКОГО И СЕТЕВОГО РЫНКОВ

10 товарных категорий рекламодателей радио
концентрируют порядка 90% всех денег

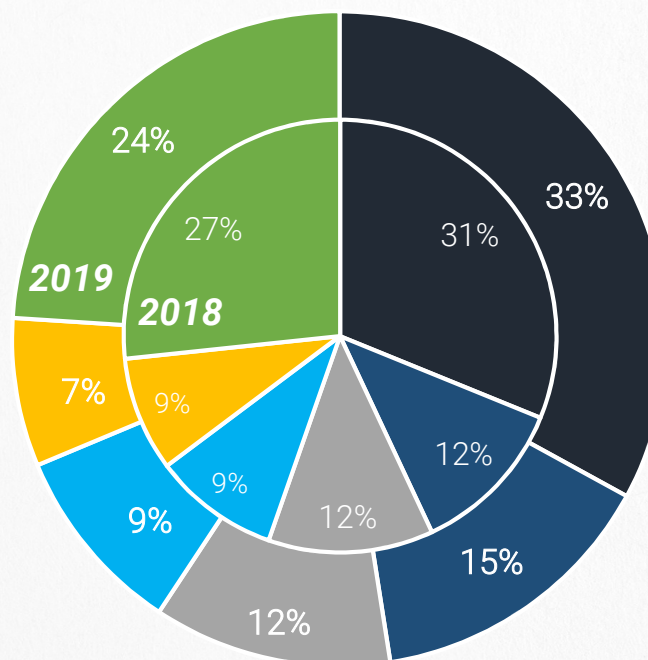
	Москва + сети	Сети	Москва
ТОП 3	59,3%	70,0%	51,9%
ТОП 5	76,0%	84,0%	72,6%
ТОП 10	91,8%	93,7%	88,7%

*У московского и сетевого размещения топовые товарные группы рекламодателей – не одинаковы.
В анализе учитываются только ролики.

09 ДОЛИ ТОВАРНЫХ ГРУПП РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ

Нетто-бюджеты

- Авто-мото
- Банки, финансы
- Медицина
- Связь, телеком
- Строительство, недвижимость
- Остальные



*Оценки получены путем применения модели дисконтирования к данным мониторинга Mediascope, очищенного от саморекламы и бартера. В анализе учитываются только ролики.

10 ТОВАРНЫЕ КАТЕГОРИИ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ

Доли и динамика (Москва и сети)*

Москва + сети, ролики	Доля 2019	Динамика 2019 / 2018
Авто-мото	33,0%	2,6%
Банки, финансы	14,5%	18,7%
Медицина	11,8%	-7,4%
Связь, телеком	9,4%	-3,2%
Строительство, недвижимость	7,3%	-17,0%
Ритейл	7,3%	2,3%
Социалка, политика	2,5%	-1,5%
Косметика, парфюмерия	2,3%	40,1%
Развлечения	1,9%	-44,5%
Интернет	1,8%	-18,5%
Остальные 11+	8,2%	-22,3%

*По оценке Департамента коммерческого маркетинга ЕМГ. Оценка – модель дисконтирования бюджетов, построенная на основе прочищенных от бартера брутто-бюджетов рекламодателей из мониторинга Mediascope для Московской и сетевой рекламы.

11 ТОП-10 РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ МОСКОВСКОГО И СЕТЕВОГО РАЗМЕЩЕНИЯ

В 1-4 кварталах 2018 и 2019

2018	2019
FORD MOTOR CO	TOYOTA
NISSAN	NISSAN
МЕГАФОН	VOLKSWAGEN
VOLKSWAGEN	АЛЬФА-БАНК
РОСТЕЛЕКОМ	ВТБ
DAIMLER AG	MITSUBISHI MOTORS
MITSUBISHI MOTORS	TELE 2
TOYOTA	МЕГАФОН
ФЛЬФА-БАНК	BERLIN-CHEMIE MENARINI GROUP
BERLIN-CHEMIE MENARINI GROUP	DAIMLER AG

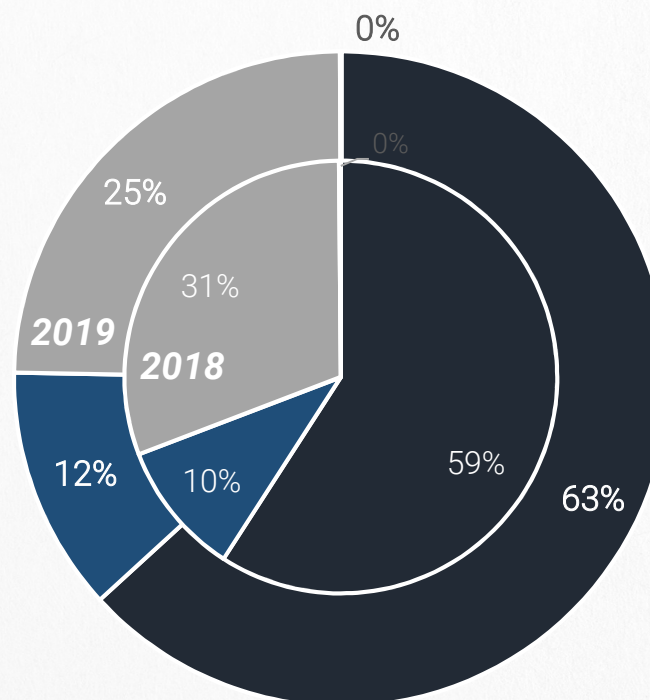
По итогам 2019 г. из десяти крупнейших рекламодателей 2018г., 8 были в десятке лидеров и в 2019 г.

ТОП 100 рекламодателей Москвы и сетей в 2019 составили **79,0%** всех бюджетов, а в 2018 году – **76,3%**

12 РАСПРЕДЕЛЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ НЕТТО-БЮДЖЕТОВ МОСКОВСКОГО И СЕТЕВОГО РАЗМЕЩЕНИЯ

По группам агентств*

- Рекламные холдинги
- Агентства без группы
- Прямые клиенты
- Коллтрекинг



*Оценки нетто-бюджетов получены с помощью модели дисконтирования, примененной к данным мониторинга..

РЕКЛАМА НА РАДИО: РЕГИОНЫ

ЯНВАРЬ – ДЕКАБРЬ 2019

14 ОБЩАЯ ДИНАМИКА РЫНКА РАДИО В МИЛЛИОННИКАХ

2019 vs.2018

Города:

Волгоград
Воронеж
Екатеринбург
Казань
Краснодар
Красноярск
Нижний Новгород
Новосибирск
Омск
Пермь
Ростов-на-Дону
Самара
Санкт-Петербург
Уфа
Челябинск

15 городов

Млн. руб.		Динамика, %
1-4 кв. 2018 г.	1-4 кв. 2019 г.	1-4 кв. 2019 / 2018

4 060

3 768

-7,2%

*Оценка АКАР – совет по радиорекламе в регионах, 15 городов.

15 ДИНАМИКА РЕКЛАМНОГО РЫНКА ПО ГОРОДАМ

2019 vs.2018

Город	Объем рынка, нетто-бюджет, млн. руб.	Динамика нетто- бюджетов (2019 vs 2018) %
ВОЛГОГРАД	95	5,7%
ВОРОНЕЖ	169	-9,8%
ЕКАТЕРИНБУРГ	316	-2,1%
КАЗАНЬ	197	-9,6%
КРАСНОДАР	246	-12,1%
КРАСНОЯРСК	214	0,9%
НИЖНИЙ НОВГОРОД	237	1,2%
НОВОСИБИРСК	230	-4,9%
ОМСК	135	-1,4%
ПЕРМЬ	164	3,3%
РОСТОВ-НА-ДОНУ	158	-13,1%
САМАРА	156	-8,5%
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	1 145	-12,7%
УФА	146	-1,1%
ЧЕЛЯБИНСК	159	-4,4%

*Оценка АКАР – совет по радиорекламе в регионах, 15 городов.

16 ДИНАМИКА ТОП-10 РЕКЛАМНЫХ КАТЕГОРИЙ НА РЕГИОНАЛЬНОМ РАДИО

2019 vs.2018

Название товарной категории	Доля 2019, %	Динамика 2019 vs 2018, %
Ритейл	21,2%	-0,6%
Строительство, недвижимость	18,1%	-9,3%
Транспорт	16,4%	-3,7%
Развлечения	7,2%	-3,5%
Сервис	6,1%	-2,5%
Медицина	5,7%	-2,4%
Банки, финансы, страхование	4,5%	-15,6%
Туризм, спорт	3,6%	4,4%
Продукты питания	3,1%	-31,8%
Обучение, работа	2,2%	-15,8%
Остальные 11+	11,9%	-0,9%

*Оценка ЕМГ на базе данных Mediascope, только ролики, нетто-бюджеты, 15 городов.

СПАСИБО!