



# Рекламный рынок Санкт-Петербурга

Сергей Веселов,  
Директор по маркетинговым исследованиям,  
Аналитический центр НСК

## Основные особенности российского рекламного рынка сегодня

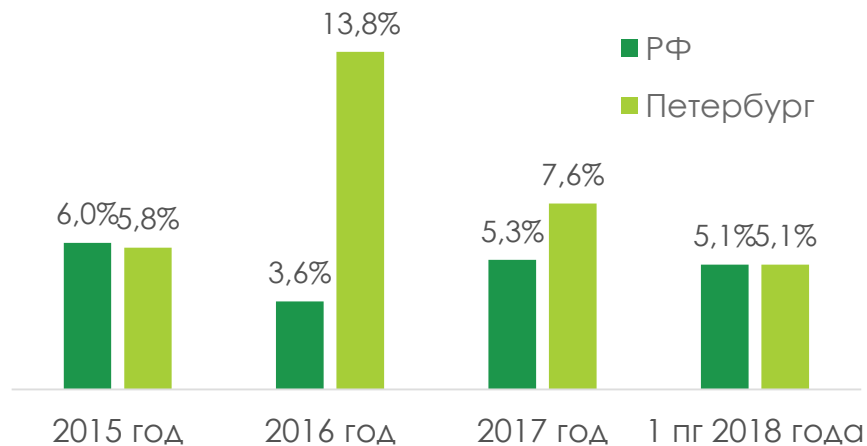
1. **Очень высокая динамика** второй год подряд при относительно скромных макроэкономических показателях – весь рынок вырос на **13%**.
2. Ярко выраженная дифференциация рынка по сегментам: ТВ и интернет укрепляют свои позиции, а остальные ослабляют – суммарная доля сегментов **ТВ и интернет** выросла **с 80 до 83%**.
3. Вопреки многим «предсказаниям» и «пожеланиям» позиции ТВ на рекламном рынке остаются весьма сильными – по итогам 1 полугодия 2018 года доля ТВ фактически **не снизилась** впервые за последние несколько лет.
4. Рекламный рынок сегодня, пожалуй, **более неустойчив**, чем в последние годы. На это влияют экономические, политические и административно-организационные факторы.



## Экономика Петербурга

1,9 трлн руб. +5%

- Рекламный рынок является производной от рынка потребительского и петербургский рынок в этом ничем не отличается от других
- В последние 4 года петербургский потребительский рынок растет либо на уровне динамики потребрынка страны, либо опережает ее

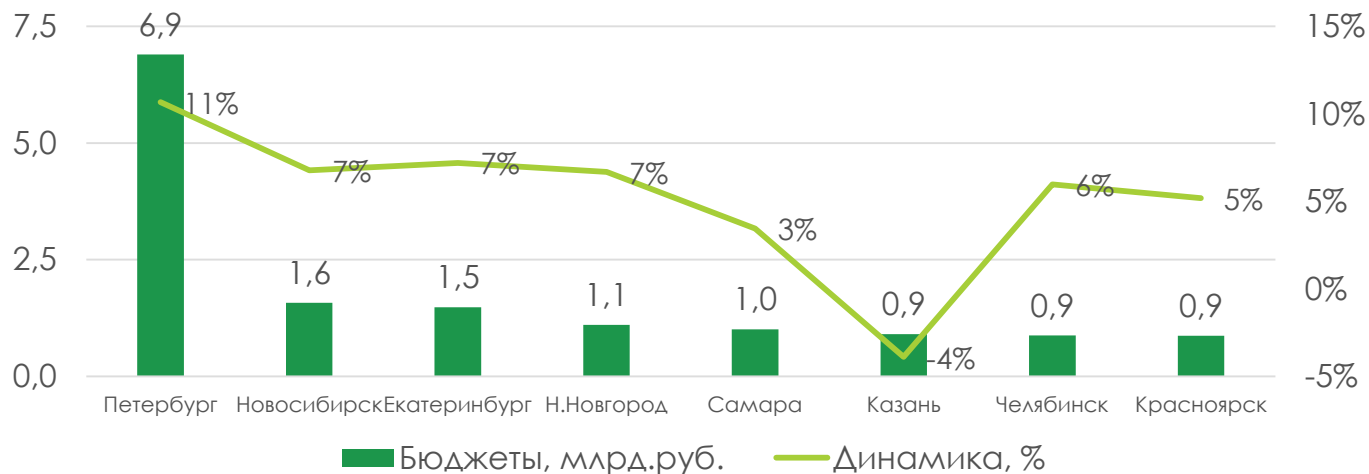




## Региональные рекламные рынки

- При сравнении с другими региональными рекламными рынками Петербург выглядит весьма успешным как по доле, так и по абсолютным показателям и по динамике

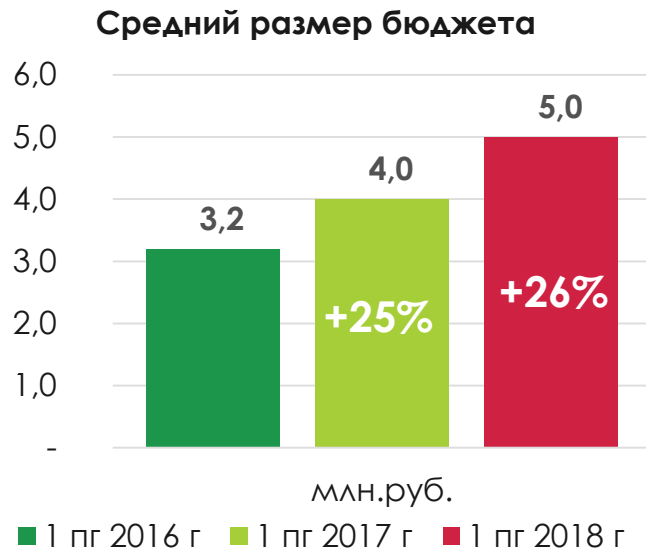
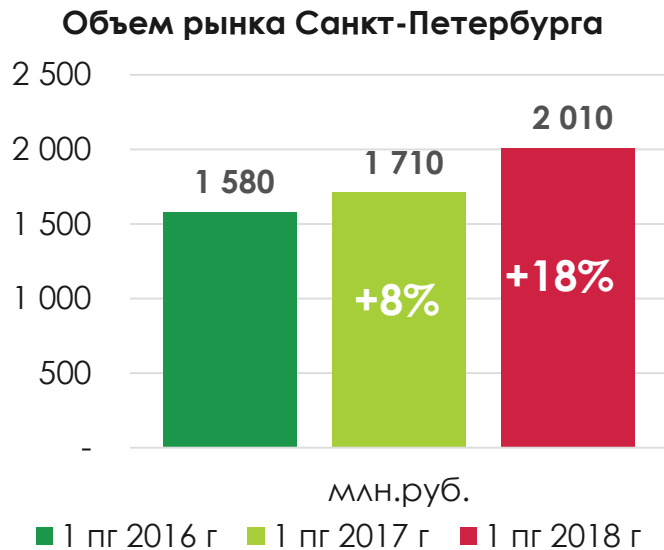
22%





# Телерекламный рынок Санкт-Петербурга

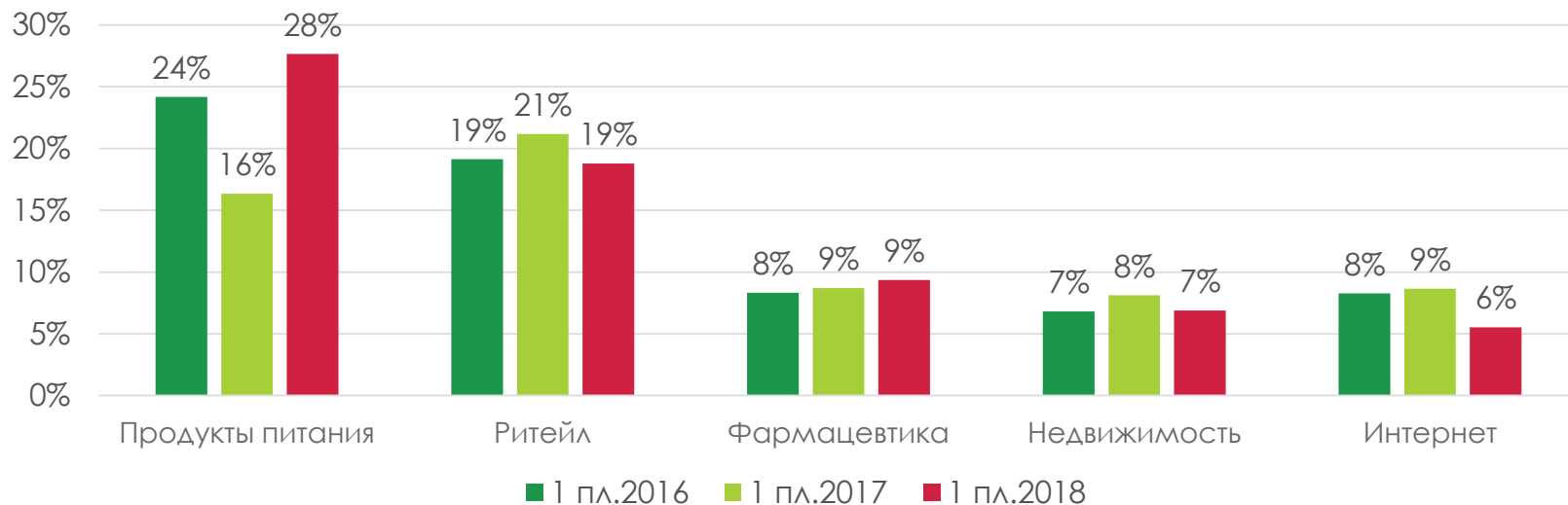
Ежегодно размещается **от 550 до 650** рекламодателей





## Телерекламный рынок Санкт-Петербурга

На 2 крупнейшие товарные категории приходится почти половина рынка, на ТОП-5 категорий – более 2/3



Товарная категория	NN	Новые РД	Растущие РД	Убывающие РД	Прирост бюджетов РД с 10+ млн руб.
Продукты питания	Кол-во	5	10	4	+19
	Бюджет	153	206	74	+285
Торговые организации	Кол-во	1	7	6	+14
	Бюджет	36	146	78	+104
Медицина и фармацевтика	Кол-во	2	3	2	+7
	Бюджет	29	51	28	+52
Недвижимость	Кол-во	0	4	0	+4
	Бюджет	-	75	-	+75

Сегмент телевизионной рекламы в Петербурге растет опережающими темпами

Рост происходит по трем причинам:

- a) увеличение бюджетов имеющихся рекламодателей;
- b) приход новых рекламодателей;
- c) перераспределение рекламных бюджетов в пользу ТВ, в том числе, и из интернета.





# Спасибо за внимание!

@ pr@nsc.media

🌐 www.nsc.media

f facebook.com/NSC.AdTech

