

Рынок интернет-рекламы стремительно растет. На фоне всех существующих рекламных средств, объем интернет-рынка пока уступает только телевидению.

Согласно отчету исследовательской компании [TNS Россия](#), в первом полугодии 2011 года суммарный объем рекламы составил почти 122 млрд рублей, что на 28% больше, чем за аналогичный период предыдущего года. Самый большой прирост показал интернет, увеличивший объем рекламы на 57%.

Самый большой прирост рекламы показал интернет



Объем наружной рекламы вырос на 25%, рекламы в журналах, газетах и рекламных изданиях стало больше на 14%, 9% и 11% соответственно. Объем рекламы на радио увеличился на 18%, на ТВ – на 29%.

Самый значительный скачок в объемах рекламы произошел в январе 2011-го: объемы рекламы возросли на 37,1%. Затем прирост постепенно снижался, не считая небольшого подъема в апреле, и в мае-июне составил 19,2% и 18,5%.

Свои прогнозы на 2012 год уже опубликовал самый крупный оператор наружной рекламы News Outdoor. В следующем году эксперты компании ожидают снижения темпов роста до 14,3%, или 48,7 млрд рублей по итогам года. «Однако доля наружной

рекламы в медиамиксе будет по-прежнему держаться на уровне 14% еще по крайней мере пару лет», – уверены они.

Кроме распределения рекламы по видам реламоносителей, TNS проанализировало также количество и структуру рекламодателей. Например, согласно данным TNS, наиболее сильный спад в количестве рекламодателей произошел на ТВ –3,5%. В прессе и на радио число рекламодателей сократилось незначительно: на –0,2% и –0,4% соответственно.

Январь-Сентябрь 2011, шт.



Эксперты отмечают перераспределение, которое произошло на рынке печатной рекламы за последнее полугодие. «Если раньше основными рекламодателями здесь были массмаркет-производители и, соответственно, в выигрыше были издания, рассчитанные на массовую аудиторию, то теперь преимущество за изданиями, в которых размещают рекламу товаров элитного сегмента», – говорит коммерческий директор ИД «Популярная пресса» **Татьяна Лобачева**.

Тем не менее если не ограничиваться печатной рекламой, то в общем топ-50 рекламодателей на первых местах по-прежнему стоит массмаркет. На первом месте – корпорация Procter & Gamble, увеличившая показатели по сравнению с предыдущим годом на 25%. На втором месте – производитель косметики и парфюмерии L'oreal с увеличением рекламного бюджета на 5%. На третьем месте – производитель продуктов питания Nestle с бюджетом на 32% больше, чем в прошлом полугодии.

Новые рекламодатели в топ-50 за прошедшее полугодие – это Sanofi Aventis, Mitsubishi Motors, Nissan, X5 Retail Group и другие.

Больше всего в этом полугодии рекламировали косметику и парфюмерию, продукты питания и бытовые услуги.

Интернет, ставший лидером роста на рекламном рынке, привлек за эти шесть месяцев 4181 рекламодателя. Примерно половина из них не размещала рекламу в других СМИ. Топ-10 интернет-холдингов по количеству рекламодателей возглавляет Mail.ru, на втором месте РБК, на третьем – «Одноклассники.ru». Также в топ попали ИД «Комсомольская правда», Sanoma Independent Media, Sup media, «Яндекс», «Рамблер», «Авто.ру» и «Фонтанка».

Источник <http://www.proreklamu.com/news/researches/19920-tns-rynok-onlajnreklamy-za-go-d-vyros-na-57.html>

Рынок интернет-рекламы стремительно растет. На фоне всех существующих рекламных средств, объем интернет-рынка пока уступает только телевидению.

[Обзор](#) всего российского рекламного рынка (ТВ, Радио, Пресса, Наружная реклама, Интернет) с января по сентябрь 2011 г. представила в динамике с предыдущим годом исследовательская компания TNS.

Суммарный объем рекламы в средствах ее распространения составил почти **180 млрд. руб.**, что на **25%** больше, чем в 2010 году. Почти все сегменты рекламного рынка продемонстрировали положительную динамику. Однако объем рынка интернет-рекламы по сравнению с 2010 годом увеличился на 57%.

