



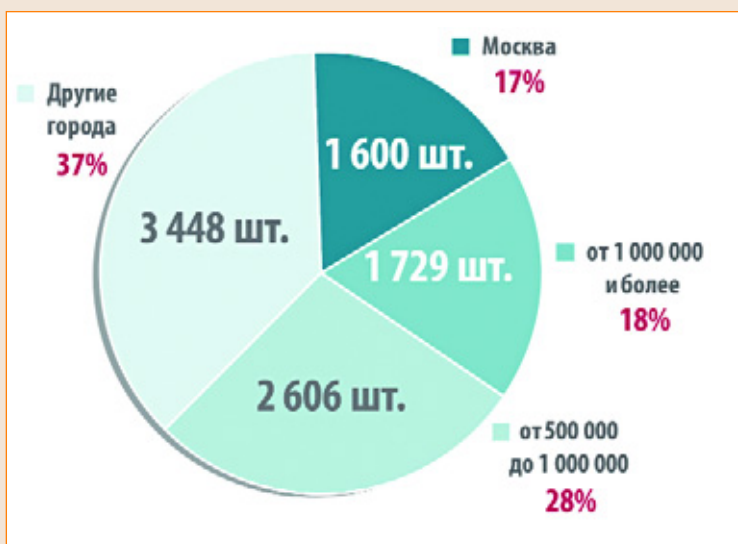
# Обзор рынка транзитной рекламы

**Близится конец года — время подводить итоги. Представляем в цифрах обзор рынка рекламы на общественном транспорте в России за первое полугодие 2012 года, базирующийся на экспертных расчетах рекламного агентства «Нью-Тон», одного из ключевых игроков рынка транзитной рекламы.**

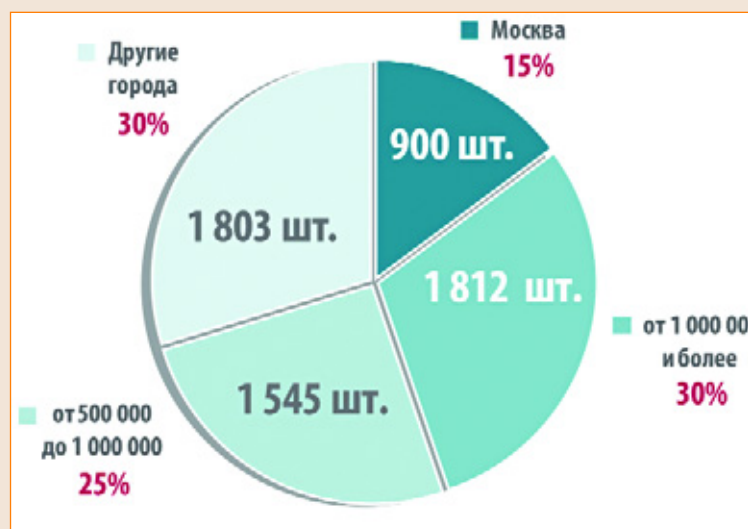
Общее количество транспортных средств в России составляет 54 443. 72% из них — автобусы, 17% — троллейбусы и 11% — трамваи



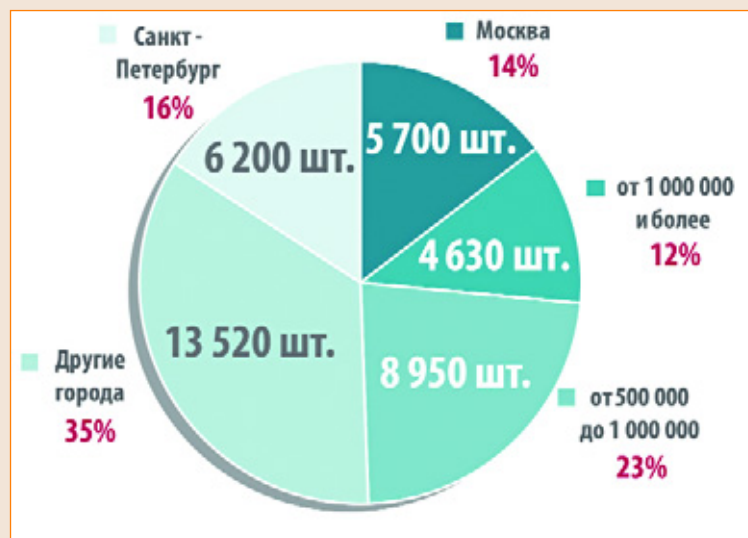
Обратившись к статистическим данным по каждому из представленных транспортных средств, можно отметить, что на Москву приходится 17% троллейбусов, на города-миллионники — 18%, на города с населением от 500 тыс. до 1000 тыс. человек — 28%, на другие города — 37%. Общее количество троллейбусов в России составляет 9383 шт.



Общее количество трамваев в России — 6 060. 15% насчитывается в Москве, тогда как на города-миллионники приходится 30%. 25% трамваев — в городах с населением от 500 тыс. до 1000 тыс. человек, в остальных — 30%.

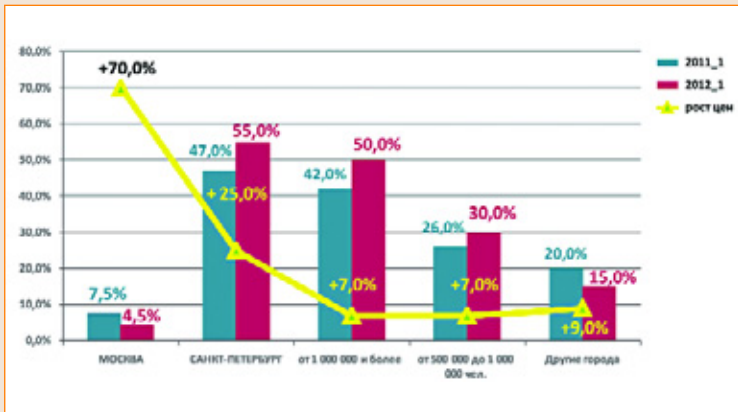


Самый многочисленный вид транспорта, представленный в России, — автобусы. Их общее количество в стране — 39 000. На столицу приходится 14%, в Санкт-Петербурге — 16%, в городах-миллионниках — 12%, в городах с населением от 500 тыс. до 1000 тыс. человек — 12%, в остальных — 35%.

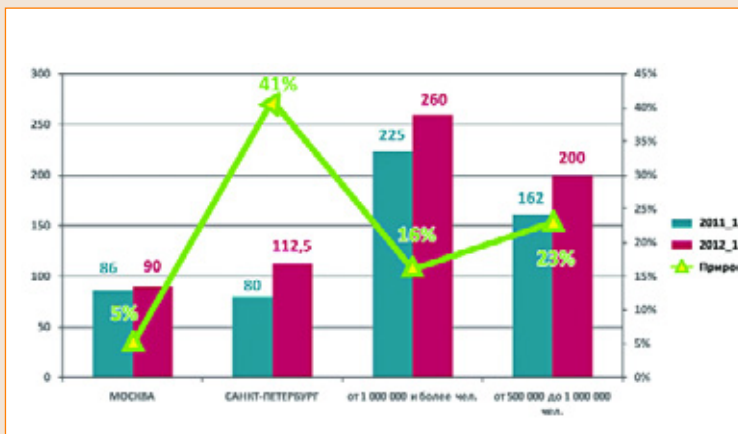


Уровень коммерческой загрузки транспортных средств в Москве в первом полугодии 2012 года снизился на 3% в сравнении с аналогичным периодом 2010 года\*. Основной причиной послужил резкий рост цен — почти на 70%. В Санкт-Петербурге, а также городах-миллионниках коммерческая загрузка по сравнению с аналогичным периодом 2011 года выросла на 8%, несмотря на повышение цен, коснувшееся всего российского рынка транзитной рекламы. В Питере рост цен составил 25%, в городах-миллионниках — 7%. Рост коммерческой

загрузки также наблюдается в городах с населением от 500 тыс. до 1 млн человек. Он составил 4%. При этом цены выросли на 7%. В других городах рекламу на транспорте стали размещать меньше на 5%, учитывая повышение цен на 9%.



Объем рынка рекламы на транспорте в первом полугодии 2012 года вырос в сравнении с первым полугодием 2011 года. Наибольший рост отмечается в Санкт-Петербурге — 41%. В Москве объем рынка вырос на 5%, в городах-миллионниках — на 16%, в остальных — на 23%. Таким образом, в Москве рынок рекламы на общественном транспорте оценивается в 90 млн руб., в Санкт-Петербурге — 112,5 млн руб. Хотя в предыдущие годы картина выглядела иначе: объем рынка Москвы в первом полугодии 2010 года опережал даже данные по Санкт-Петербургу в 2011 году на 6 млн руб. Отставание столицы в текущем году связано с резким повышением цен на размещение рекламы на транспорте. Что касается городов-миллионников, то в первом полугодии 2012 года на их долю приходилось 260 млн руб., на остальные города — 200 млн руб.

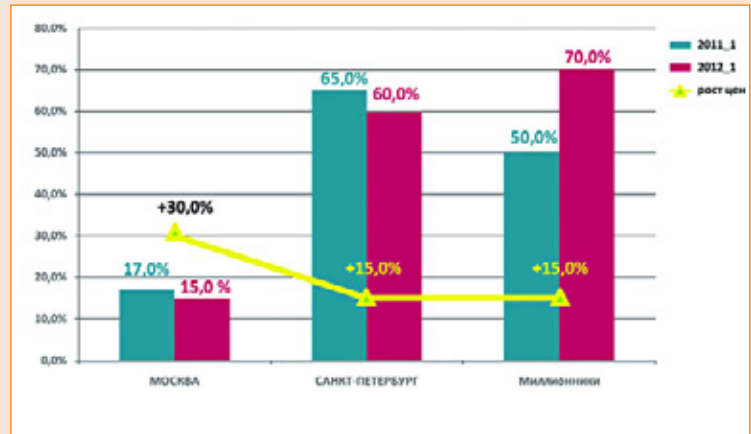


Были выделены 10 лидирующих рекламодателей транзитной рекламы. В тройку лидеров вошли «Доширак», «Медиа Маркт», «Шрея». Топ-10 замыкают компании «ПепсиКо», «Макдоналдс», окна КБЕ, телеканал «Перец», «Триколор ТВ», БРС и Toshiba.

Популярной площадкой транзитной рекламы является метрополитен. Общее количество вагонов метро в России — 6283. Из них 70% приходится на Москву, в Санкт-Петербурге — 25% и в городах-миллионниках — 5%.

Общее количество станций — 298. 62% из них — в Москве, 22% — в Санкт-Петербурге и 16% — в городах-миллионниках.

Уровень коммерческой загрузки метрополитена в первом полугодии 2012 года вырос в сравнении с аналогичным периодом прошлого года только в городах-миллионниках — на 20%. В Москве и Санкт-Петербурге рекламу в метро стали размещать меньше. На 2% снизилась коммерческая загрузка Московского метрополитена и на 5% — метро Санкт-Петербурга. Наибольший рост цен при этом наблюдается в столице — 30%. На Санкт-Петербург и города-миллионники приходится по 15%.



На фоне высокого роста объемов рекламы в региональных метро объемы рекламы в обеих столицах практически не изменились, хотя нужно отметить, что в Москве, несмотря на запрет рекламы табака и рекламы на дверях вагонов, новый оператор приблизился к результатам 1-го полугодия 2011-го.



\* По Москве для сравнения использованы данные за 2010 год в виду отсутствия рекламы на бортах транспортных средств ГУП «Мосгортранс» в первом полугодии 2011 года.



# НАРАЩАЮТСЯ



#142

12/2012



ИЗДАНИЕ ДЛЯ ЗАКАЗЧИКОВ РЕКЛАМЫ  
события • размещение • производство • печать

Брендирование призовых автомобилей Audi  
для Олимпийской сборной России  
по заказу РА «Ключевое Звено».  
Выполнено компанией BRANDCAR.  
Подробности в следующем номере.

