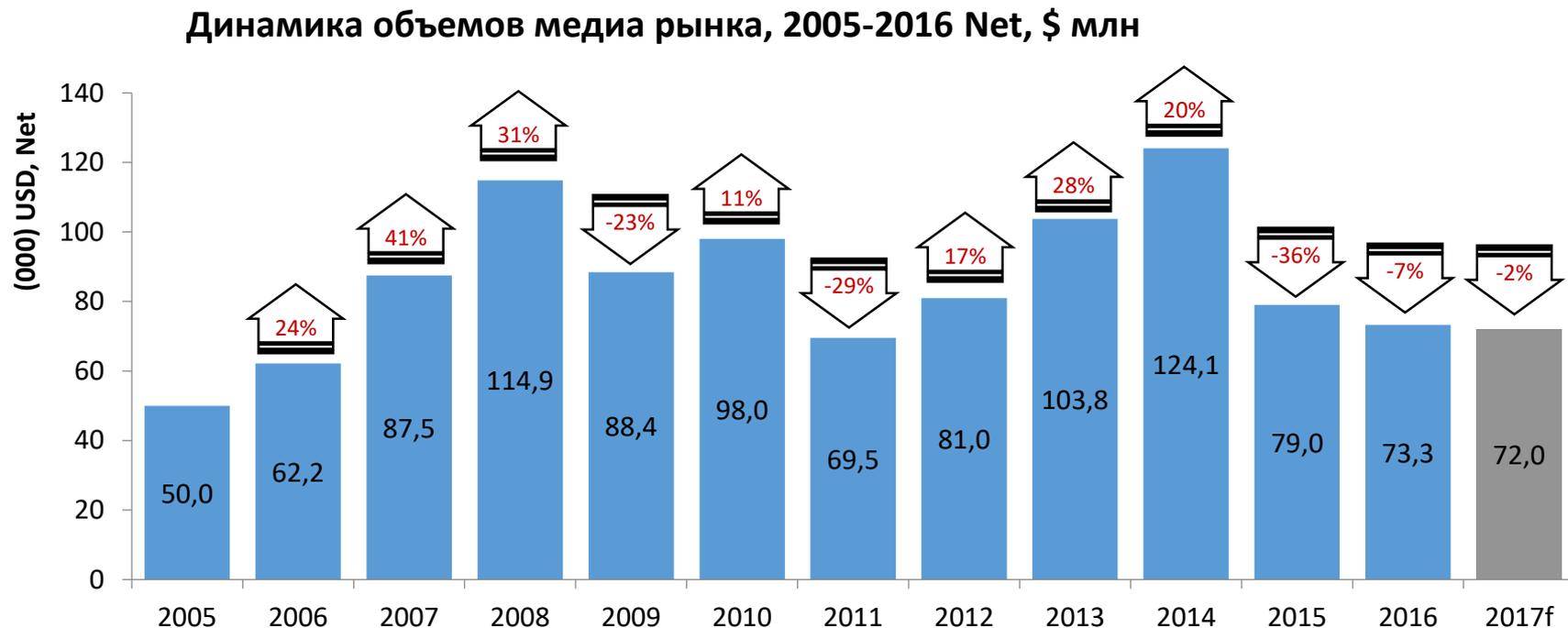


Медиарынок Республики Беларусь. ТВ реклама и реклама в сети Интернет.

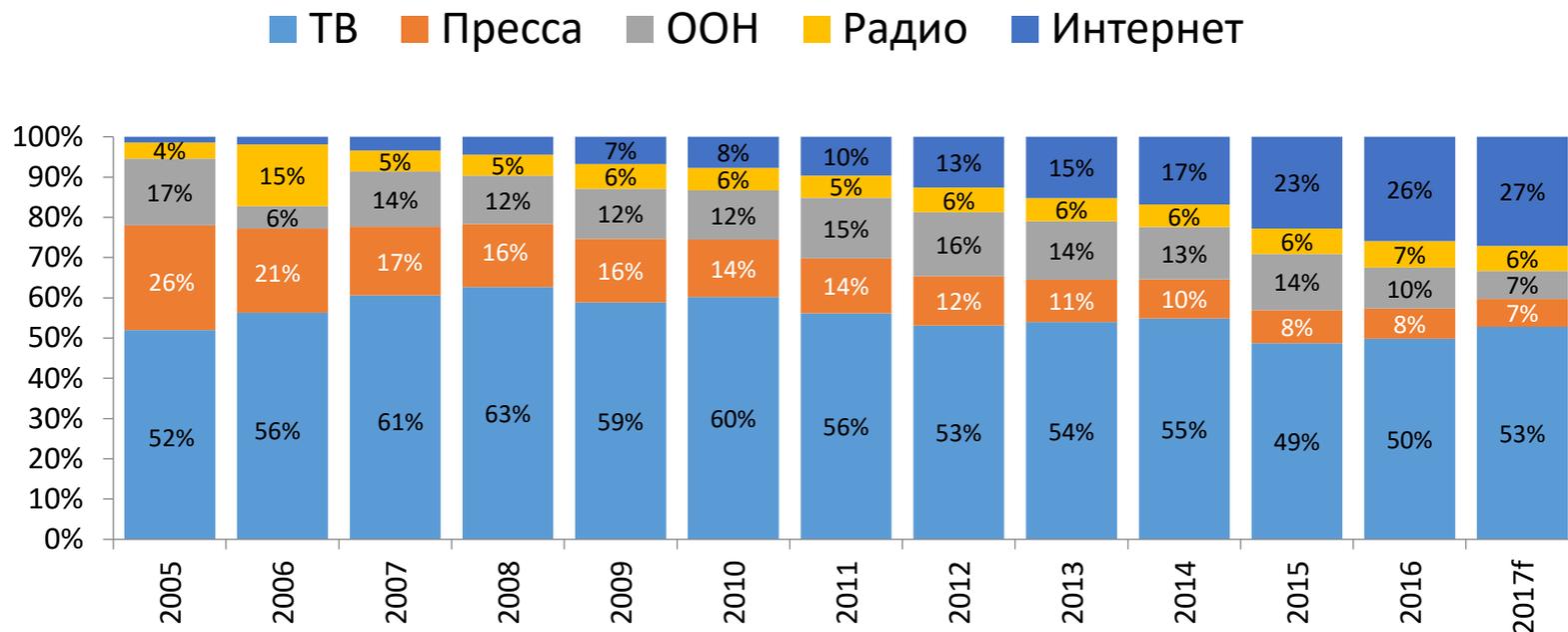


ДИНАМИКА ОБЪЕМОВ МЕДИА РЫНКА, 2005-2016 NET, \$ МЛН



В 2015 наблюдается падение медиа рынка на 36% в связи с кризисными явлениями в экономике. В 2016 году рынок также продемонстрировал отрицательную динамику (-7%). В 2017 году можно ожидать стабилизацию рынка за счет положительной динамики в некоторых медиа.

ЗАТРАТЫ НА РЕКЛАМНУЮ АКТИВНОСТЬ В РАЗНЫХ МЕДИА, 2005-2016



Телевидение остается основным медиаканалом, где сконцентрирован наибольший объем затрат рекламодателей.

Наибольшую динамику роста демонстрирует интернет. Начиная с 2012 года интернет вышел на второе место. Уровень медиа-инвестиций в интернет-рекламу растёт за счёт сокращения доли offline-каналов (наружной рекламы, прессы и радио).

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В МЕДИА



ТВ

ТВ остается главным медиа-каналом в Беларуси для кампаний национального масштаба, благодаря максимальному охвату и низкой стоимости тысячи контактов.

50% медиа-инвестиций рекламодателей приходится на телевидение.



Интернет

Наиболее динамично растущее медиа (как с точки зрения рекламных инвестиций, так и охвата населения).

Прирост интернет-аудитории – за счёт людей старших возрастов и регионов.

Увеличивается распространение мобильного интернета, растёт потребление видео-контента.



ООН

Наружная реклама в целом становится более эффективной (растет число автомобилей и увеличивается трафик)

Выросло количество сторон бхЗ (за счет периферии Минска).

Появляются новые нестандартные возможности, которые позволяют выделиться на фоне рекламного клаттера.



Радио

Отсутствуют значительные изменения в списке радиостанций и в их программах.

Значительно возросла конкуренция со стороны интернета, часть клиентов меняет структуру медиа-инвестиций в пользу интернета.



Пресса

Наблюдается тенденция падения уровня медиа-инвестиций в прессу.

Клиенты стремятся увеличивать размещение в региональных изданиях, поскольку в таких изданиях стоимость гораздо ниже, чем в республиканских.

СТРУКТУРА ТВ РЫНКА

Video International



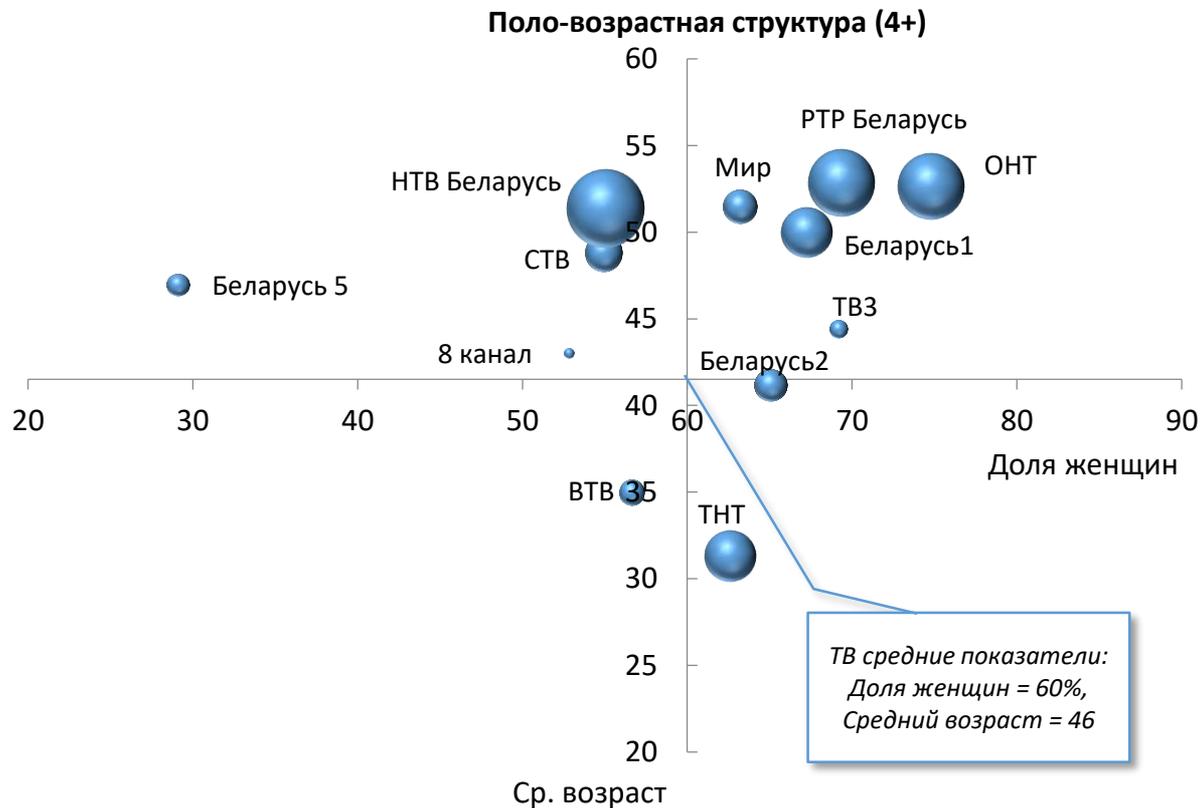
Alkasar Media Service



- Ретранслируемые российские каналы (программы частично заменяются белорусским контентом)
- Локальные каналы
- Ретранслируемые российские каналы (рекламные блоки заменяются локальными)

- Начиная с января 2017 года телеканал ТНТ присоединяется к «Alkasar Media Service».
- Телеканал «БелмузТВ» переходит в продажу «Video International».
- Запущена новая программа «AdVu» для закупки рекламного времени на ТВ. По прогнозам рынка к 4 кварталу 2017 года в программу будут включены интернет и радио закупка.

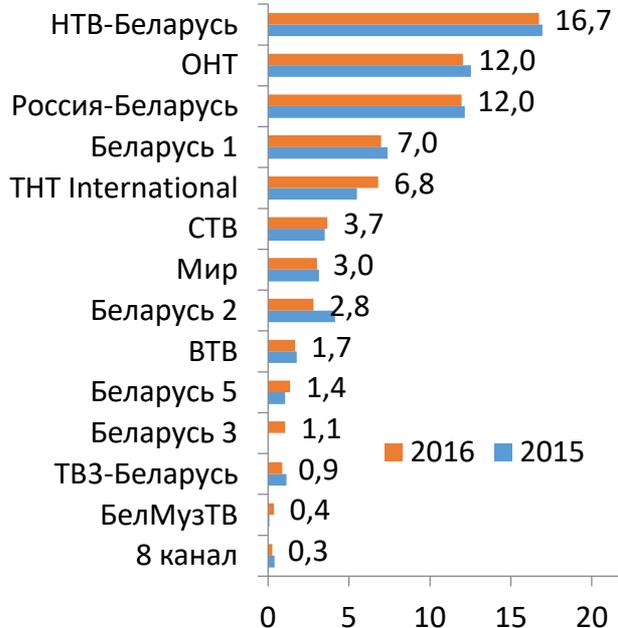
ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ ПРОФИЛЬ ТВ КАНАЛОВ



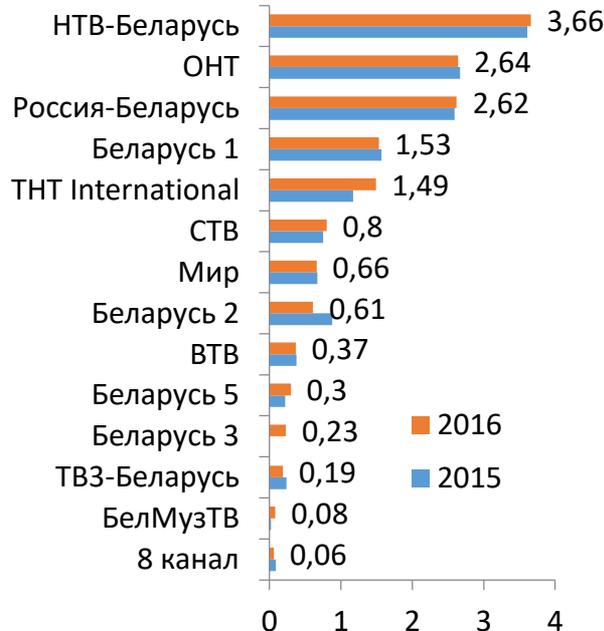
Размер пузырьков = Доли ТВ каналов

ДИНАМИКА ОСНОВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ТЕЛЕСМОТРЕНИЯ

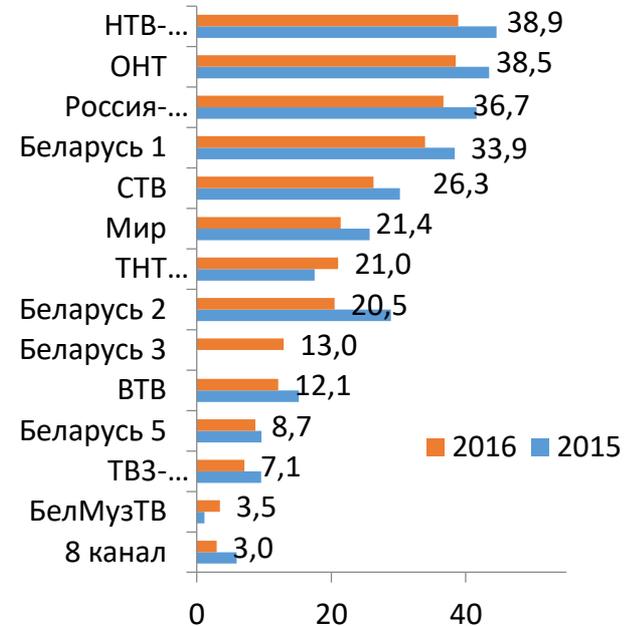
Ср. дневная доля



Ср. дневной рейтинг

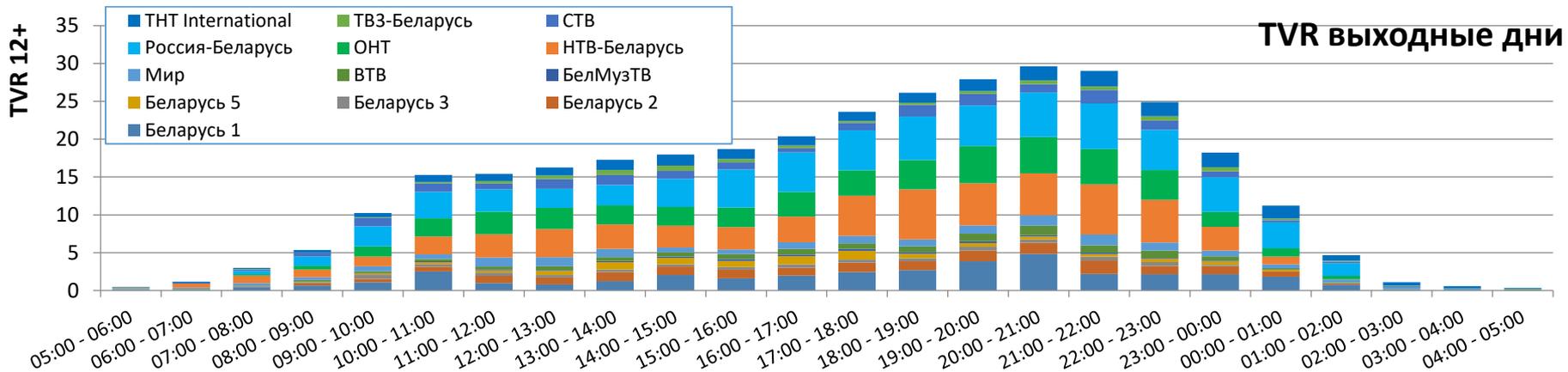
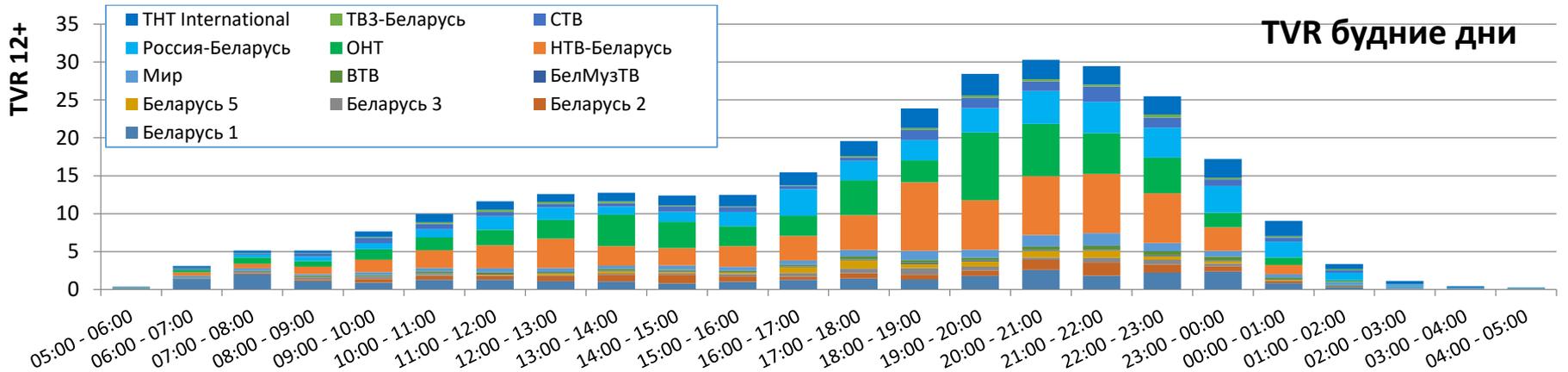


Ср. дневной охват

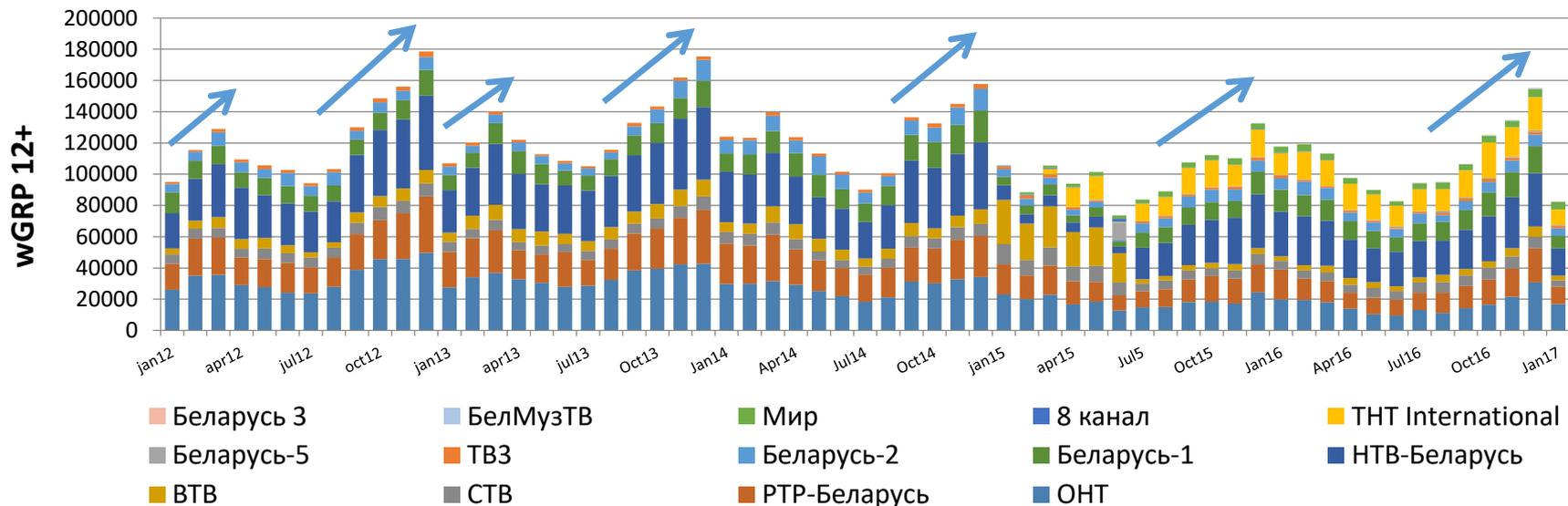


- Национальные каналы НТВ Беларусь, ОНТ и РТР-Беларусь являются лидерами по телесмотрению.
- Динамика доли телесмотрения обусловлена миграцией телезрителей в связи с изменением программы вещания, спортивными трансляциями и запуском новых передач.

ДИНАМИКА РЕЙТИНГОВ, АИ 12+



ГОДОВАЯ ДИНАМИКА РЕКЛАМНОЙ АКТИВНОСТИ (WGRP 12+)



- В течение года наблюдается 2 пика рекламной активности. Первая волна – весной, вторая – в осенне-зимние месяцы. Как правило активность возрастает перед праздниками и в связи с сезонностью телесмотрения.
- Во втором полугодии 2016 года наблюдается положительная динамика активности, по сравнению с аналогичным периодом 2015 года.

ТОП 10 ТВ КАТЕГОРИЙ

Gross USD (млн)



wGRP (000) 12+



ИНТЕРНЕТ В БЕЛАРУСИ

ОСНОВНЫЕ ФАКТЫ



68%

всего населения
в возрасте 15+
являются
интернет-
пользователями



80%

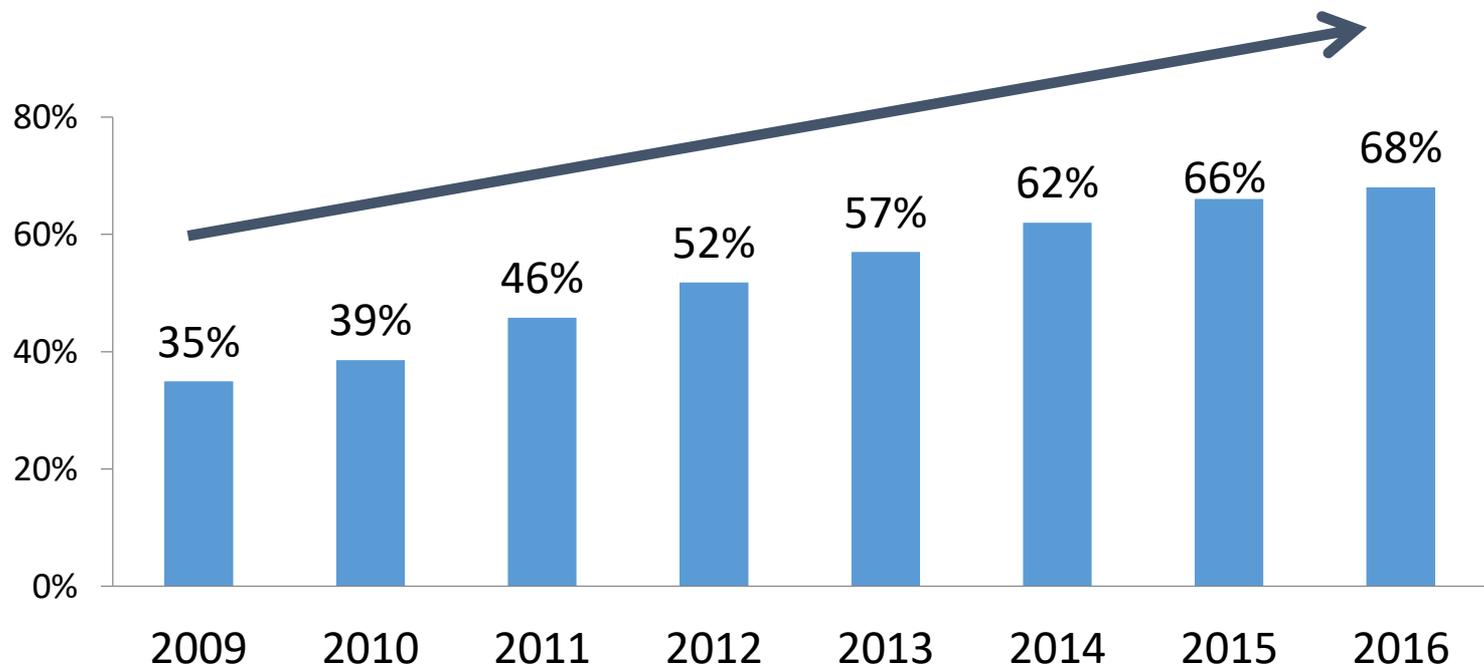
интернет-
пользователей
посещают
интернет
каждый день



45%

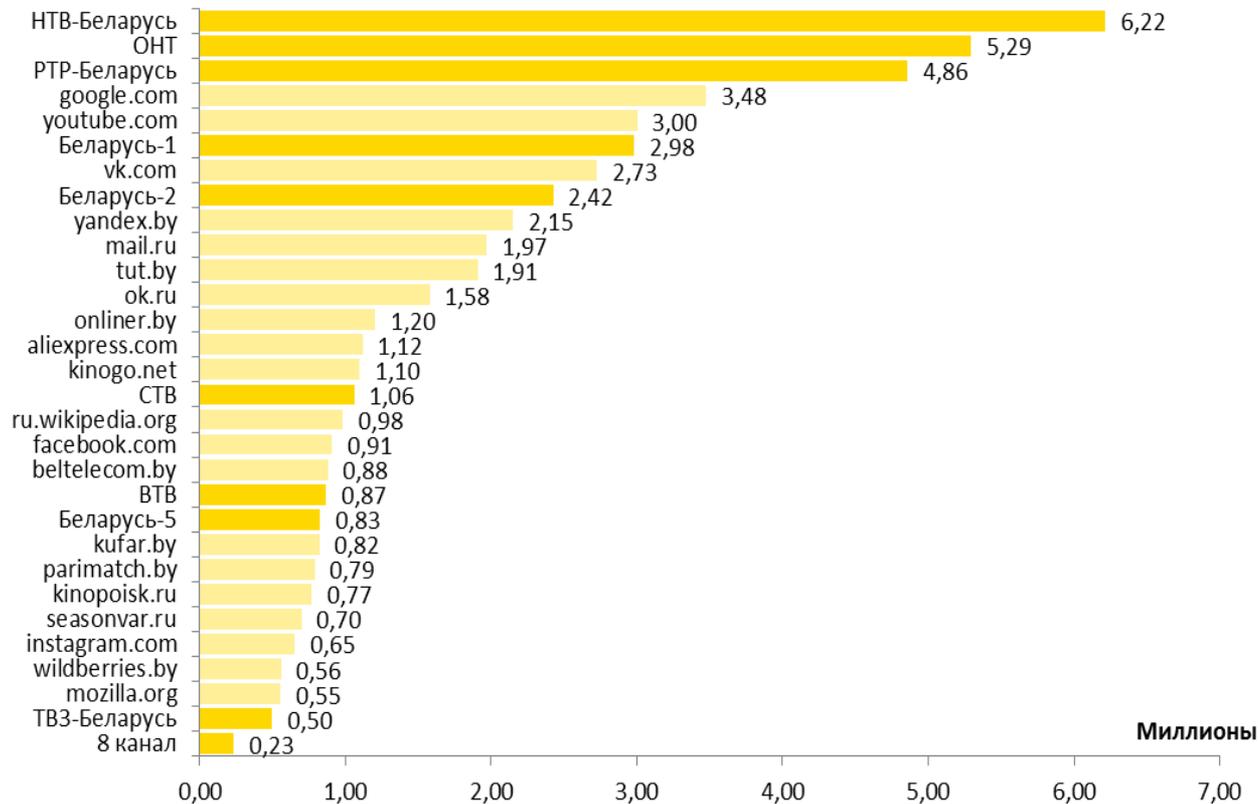
доля
пользователей
мобильного
интернета в
среднем в сутки

Рост проникновения интернета

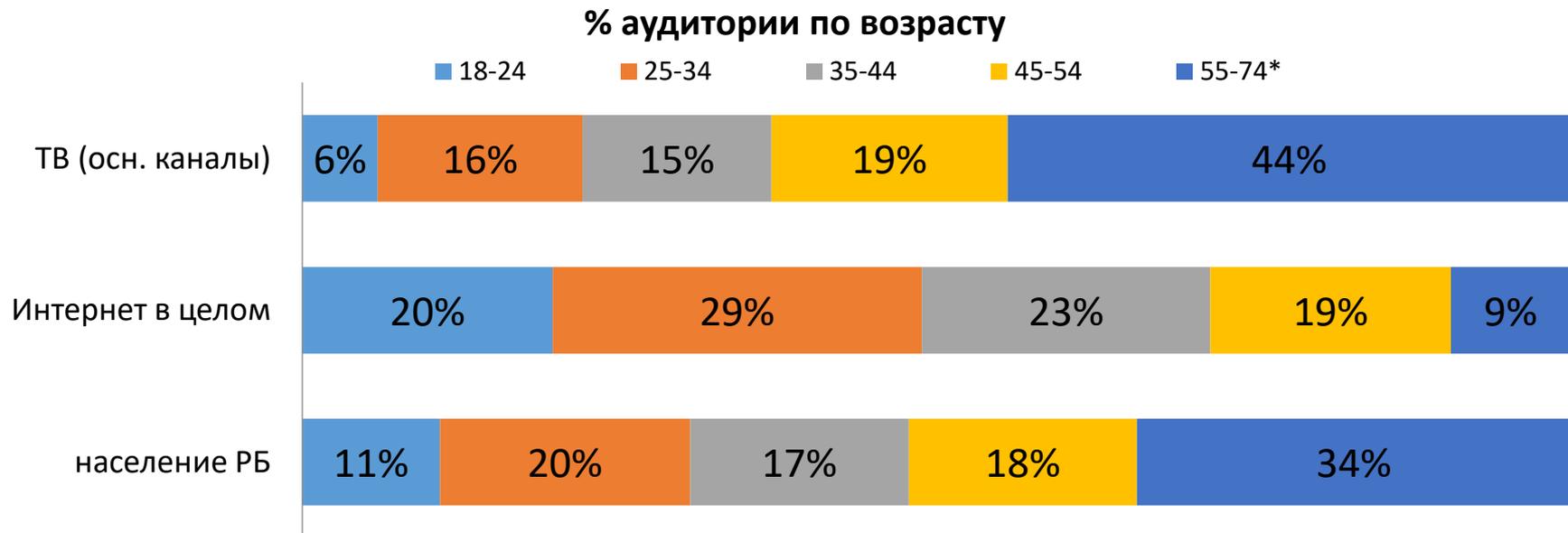


Интернет демонстрирует положительную динамику прироста охвата ежегодно. Охват интернет аудитории составляет 5,08 млн уникальных пользователей на начало 2017 года.

Охват наиболее популярных медийных ресурсов



Аудитория ТВ и Интернета



* ТВ и население – 55 и старше, Интернет – 55-74.

•63% аудитории ТВ старше 45 лет. В интернете преобладает более молодая аудитория: 72% интернет-пользователей моложе 45 лет.

Основные факторы роста интернет-рекламы в 2017 году



Спасибо за внимание

