

Онлайновая реклама в России растет

Общий рост рекламных бюджетов в России в 2008 году, согласно данным Аналитического Центра «Видео Интернешнл» (АЦВИ), составит порядка 22%. При этом, в нашей стране наблюдаются следующие тенденции в распределении бюджетов среди разных видов рекламных носителей: доля телевизионной рекламы, в отличие от общемировых тенденций, по-прежнему велика и в 2008 году еще больше вырастет и составит порядка 53% (в 2007 г. - 50%). Доля печатных СМИ несколько снижается (с 25 до 23%) и в абсолютных цифрах будет равняться 63,0 млрд. рублей. В то же время, рынок Интернет-рекламы растет соизмеримо с общими темпами роста рынка. В 2008 году произойдет увеличение бюджетов на Интернет-рекламу с 4,1 млрд. р. до 6 млрд. руб., при сохранении доли рынка в 2%. Надо заметить, что здесь мы не очень сильно отстаём от общемировых тенденций – по данным автора статьи, Интернет будет занимать 10% рынка в 2009 году, а в России, по прогнозам АЦВИ, рынок медийной Интернет-рекламы в этот период составит около 8,6%, а в 2010 году эта доля уже превысит 12%.

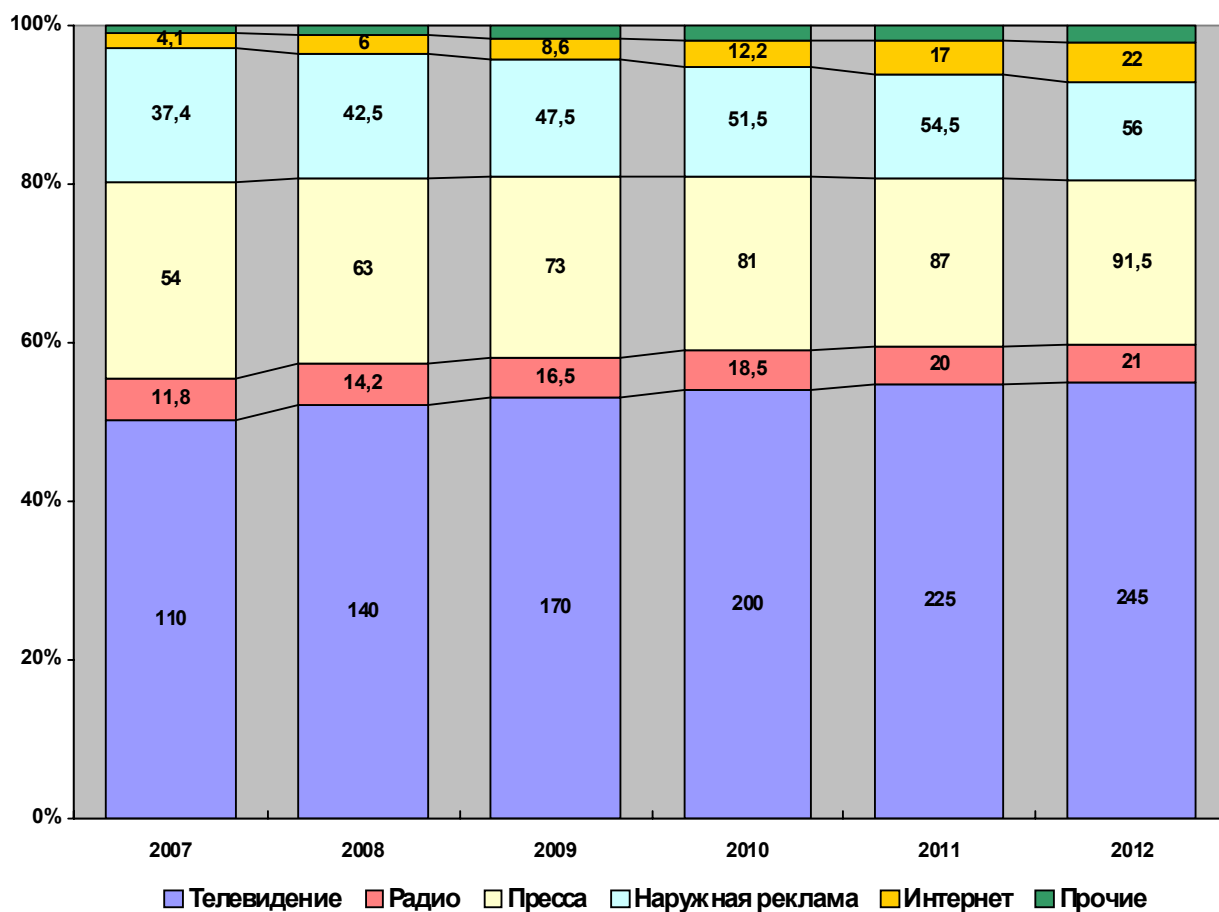
Важно отметить, что, несмотря на приведённые выше данные, в настоящий момент нет серьёзной угрозы для традиционных (бумажных) изданий со стороны онлайн-СМИ, хотя, надо признать, что люди проводят всё больше времени в Интернете.

Прогноз объема медиа рекламных бюджетов млрд. руб.

Медиа сегменты	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Телевидение	110	140	170	200	225	245
Радио	11.8	14.2	16.5	18.5	20	21
Пресса	54	63	73	81	87	91.5
<i>вкл. газеты</i>	11.8	14.5	17	19	20.5	21.5
<i>журналы</i>	23.8	28	31	33	34	35
<i>Рекламные издания</i>	18.4	20.5	21.5	22.5	23	23
Наружная реклама	37.4	42.5	47.5	51.5	54.5	56
Интернет	4.1	6	8.6	12.2	17	22
Прочие	2.2	3.5	5.5	7	8.5	9.5
ИТОГО по рынку	220	269	321	370	412	445

Данные Аналитического Центра "Видео Интернешнл" по состоянию на 1 сентября 2007

Доля каждого медиасегмента в общей сумме рекламных бюджетов (2007-2012 гг.)



Несколько удивляет выжидательная позиция крупных издательских домов и телевизионных каналов по выводу на рынок собственных Интернет-проектов, в то время как на Западе наблюдаются настойчивые попытки традиционных СМИ прорваться на экраны мониторов. В России 2008 год в этом смысле должен быть переломным.

Кроме того, наступающий год должен быть решающим для рынка рекламы в мобильном контенте. В частности, планируется запуск активных продаж рекламы на мобильных версиях онлайн-СМИ, в том числе и сайтов печатных изданий (Kommersant.ru, Afisha.ru). По общим оценкам, рекламный рынок мобильного контента может составить более 25 млн. рублей.

Развитие в России широкополосного доступа к Интернету стимулирует Интернет-издания к созданию собственного видео-контента, при этом данная тенденция прослеживается как у традиционно онлайн-изданий (например, Newsru.com), так и у

онлайн-версий бумажных изданий (примерами могут служить Kommersant.ru и Afisha.ru). В 2008 году они начинают продажи рекламных роликов в своем видео-контенте. Не останутся в стороне и видео-проекты сайтов Liveinternet.ru, RuTube.ru, Rambler.ru.

Инвестиции в видео-рекламу в Интернете на российском рынке в 2008 году могут составить порядка 75 млн. рублей.

Ольга Джагинова, Ведущий специалист по работе со СМИ (компания ИМНО VI, ГК «Video International»).

Ольга Джагинова, Ведущий специалист по работе со СМИ (компания ИМНО VI, ГК «Video International») утверждает, что