

Рекламная пауза

Введение с 1 июля поправок в Закон "О рекламе" может привести к частичному переделу регионального рынка рекламы, который в прошлом году превысил 25 млн. долл.

Телеканалы могут потерять 10-20% своих клиентов, на рекламные бюджеты которых претендуют радиокомпании, печатные СМИ и агентства, обеспечивающие наружную рекламу. По мнению пессимистично настроенных экспертов, вследствие нововведений в течение полутора-двух лет может измениться расклад игроков на медийном рынке Иркутской области. Некоторые телекомпании, возможно, поменяют собственников.

Новой версией закона о рекламе вводятся несколько норм. Главным образом они касаются сокращения количества рекламного времени на телевидении. Так, с 1 июля 2006 года по 2007 год на рекламные паузы должно отводиться не более 20% рекламного времени, а в 2008 году оно уменьшится до 15%. Причём рекламные паузы должны сократиться до 4 минут.

Попавшие в сети

Анализ рынка, проведённый компанией "Видеоинтернешнл" показывает, что общее рекламное время в связи с введением новой версии закона практически не уменьшится, но произойдёт перераспределение его из прайма в офф-прайм. Главным образом потому, что не все компании сегодня полностью обеспечивают рекламную наполняемость. Более того, на канале "Россия" существует возможность роста рекламного времени на 7%. Вячеслав Плахотнюк, старший партнёр АБ "Легат", считает, что от нововведений менее пострадает ИГТРК как часть федеральной структуры, а также ТВЦ как наименее зависящая от рекламы компания. В свою очередь, наиболее серьёзный удар, по мнению экспертов, будет нанесён по сетевым партнёрам каналов СТС, НТВ, РенТВ, ТНТ.

"Сетевые каналы будут сокращать свои рекламные блоки и, конечно, в первую очередь, за счёт более дешёвых региональных", - отметил директор агентства "Видеоинтернешнл-Байкал" Сергей Бредихин. По его оценкам, сетевые партнёры сократят свои рекламные блоки на 10-15%, а ещё более - в прайм-тайм. Директор рекламного агентства "Прайм" Наталья Бут считает, что региональные телеканалы потеряют в связи с этим 10-20% своих клиентов.

Эксперты оценивают региональный рынок рекламы в 2005 году в сумму более 25 млн. долларов. Более трети из которых приходилось на телевизионную рекламу, 7 млн. - на наружную рекламу, а остальное - на прессу и радио. Причём российский рынок рекламы в прошлом году достиг 5 млрд. долларов, из которых примерно половина пришлась на телевидение.

Закон выгоден крупным телехолдингам и компаниям, контролируемым ФПГ, которые благодаря этому закону могут начать скупать предприятия в регионах, считает Сергей Бредихин. "Эти игроки заинтересованы в увеличении собственного влияния накануне выборов 2007-2008 годов. Но вряд ли речь может идти о массовом движении активов, скупаться будут главным образом откровенно слабые компании, в нашем регионе таких практически нет", - добавил он. В то же время следует отметить, что недавно контрольный пакет телекомпании "Пионер" поменял собственника. Им стал канал ТВ-3, чьи программы ретранслирует "Пионер".

Почём эфир

Аналитики убеждены, что три месяца - минимально разумный срок для введения нового закона. За это время компании успеют урегулировать отношения с партнёрами, привести рекламный продукт в соответствие с требованиями нового закона и разработать новые рекламные концепции, считает он. С ним согласна Наталья Бут. Дата введения нового закона - 1 июля 2006 года, по её мнению, более удобна, чем 1 января. У телеканалов будет возможность подготовиться, ведь летом количество рекламы уменьшается на 20-30%, говорит Наталья Бут. Кроме того, летом цены традиционно ниже, чем в ноябре или декабре.

В конечном итоге, по её мнению, новый закон увеличит стоимость рекламы на телевидении и затраты рекламодателей, которые используют для продвижения своих товаров ТВ. Это операторы сотовой связи, магазины бытовой техники, бытовая химия и косметика, продукты питания, кинотеатры, страховые и банковские услуги. Причём свои рекламные затраты они компенсируют за счёт повышения цен на продукцию.

Между тем заместитель генерального директора ТК АИСТ Валерий Почекунин в повышение цен на рекламу на ТВ верит слабо. "В Иркутске цены находятся практически на пределе, поэтому повысить их не так-то просто", - отметил он. С ним согласен Сергей Бредихин. По его мнению, закон станет проверкой профессионализма рекламщиков, которые должны будут найти новые варианты взаимодействия с рекламодателями. "Пока, по нашим оценкам, радикального изменения расценок не должно произойти. Местные рекламодатели ещё не до конца оценили офф-прайм, который заполнен на иркутских телеканалах приблизительно на 10-20%, а реклама здесь дешевле, она отличается от прайма раз в пять", - сказал Бредихин.

Смерть "бегушки"

Сергей Бредихин полагает, что первой жертвой новой версии закона станет реклама в бегущей строке. "Она будет учитываться в общем объёме рекламного времени, - говорит он. - При снижении общего объёма на бегущую строку времени не остаётся". Телеканалам более выгодно перейти на размещение роликов, которые обходятся рекламодателю в 10-20 раз дороже бегущей строки.

Так называемая "бегушка" сегодня является самым доступным видом телерекламы. К тому же она могла выйти в тех программах, где у местного вещателя нет времени. По оценкам экспертов, доходы от этого вида рекламы на некоторых каналах составляют от 10% до 50%, а на отдельных каналах - до 60%. Следует, правда, отметить, что действие закона не распространяется на объявления, связанные с нуждами населения. Это означает, что "бегушка" умрёт лишь как вид рекламы, но не исчезнет с телеканалов вовсе.

Наталья Бут также считает, что от объявлений бегущей строкой ТВ каналам придётся отказаться. В результате часть малобюджетных рекламодателей - магазины и торговые предприятия, чьи рекламные бюджеты не превышают 500 долларов в месяц, - перейдёт с ТВ на радио, "наружку" и печатные СМИ. Получат развитие пока не очень распространённые sales promotion (когда предлагается что-то попробовать или продегустировать) и почтовые рассылки.

Шкура неубитого бюджета

Директор рекламного агентства "КП-Байкал" Дарья Оланцевич рассчитывает на то, что иркутские печатные СМИ могут получить дополнительно пятую часть рекламного рынка, который перейдёт от телевидения к газетам. "Иркутск - областной город. В наших газетах размещаются рекламодатели не только из Иркутска, но и из других городов Сибири", - пояснила она. Причём основной куш сорвут популярные и рейтинговые газеты. В привилегированном отношении окажутся сетевые газеты, которым проще получить рекламодателя.

Большинство экспертов считают, что в структуре бюджетов рекламодателей расходы будут перераспределяться в сторону "печатной" рекламы, рекламы в местах продаж, оказания услуг, адресной рекламы. Агентства, предлагающие такие услуги, получают преимущества. А производители и продавцы увеличат затраты на упаковку, дистрибуцию, проведение стимулирующих лотерей.

Автор: Елена Лисовская, Наталья Мичурина © Восточно-Сибирская правда ЭКОНОМИКА , ИРКУТСК 2953
19.03.2006, 13:13 242

URL: <https://babr24.com/?ADE=28574> Bytes: 6911 / 6883 Версия для печати

 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- Телеграм
- Джем
- ВКонтакте
- Одноклассники

Связаться с редакцией Бабра в Иркутской области:
irkbabr24@gmail.com

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: @babr24_link_bot
Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь
Телеграм: @bur24_link_bot
эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова
Телеграм: @irk24_link_bot
эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская
Телеграм: @kras24_link_bot
эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская
Телеграм: @nsk24_link_bot
эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин
Телеграм: @tomsk24_link_bot
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"
Телеграм: @babrobot_bot
эл.почта: eqquatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)