



Обзор рекламного рынка Казахстана



Селлеры и телеканалы

Vi Казахстан Казахстан

- 31 канал
- Мир
- Седьмой
- Астана



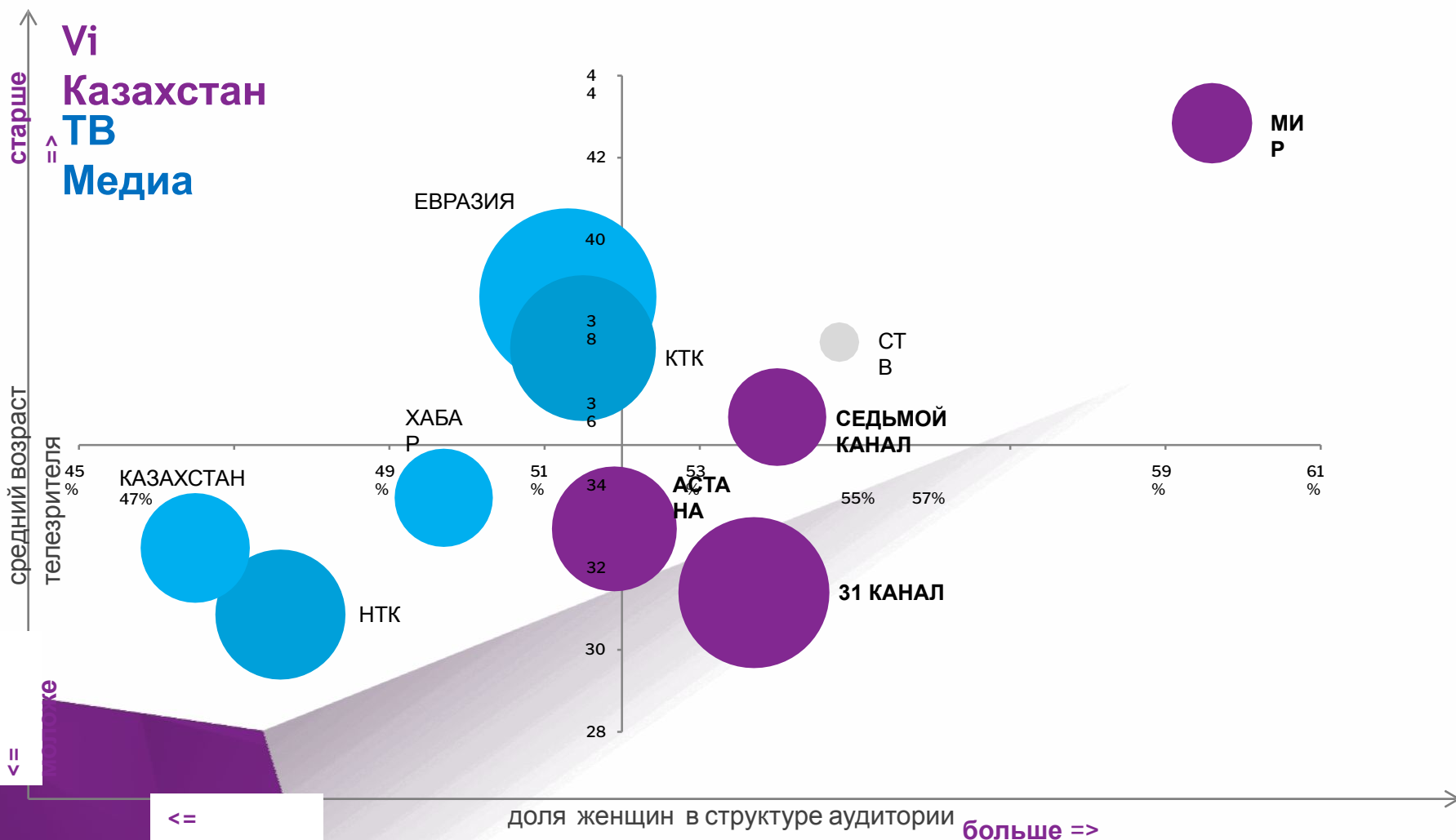
ТВ Медиа Медиа

- КТК
- НТК
- Казахстан
- Первый Евразия
- Хабар





Vi Казахстан – второй по величине селлер телерекламы



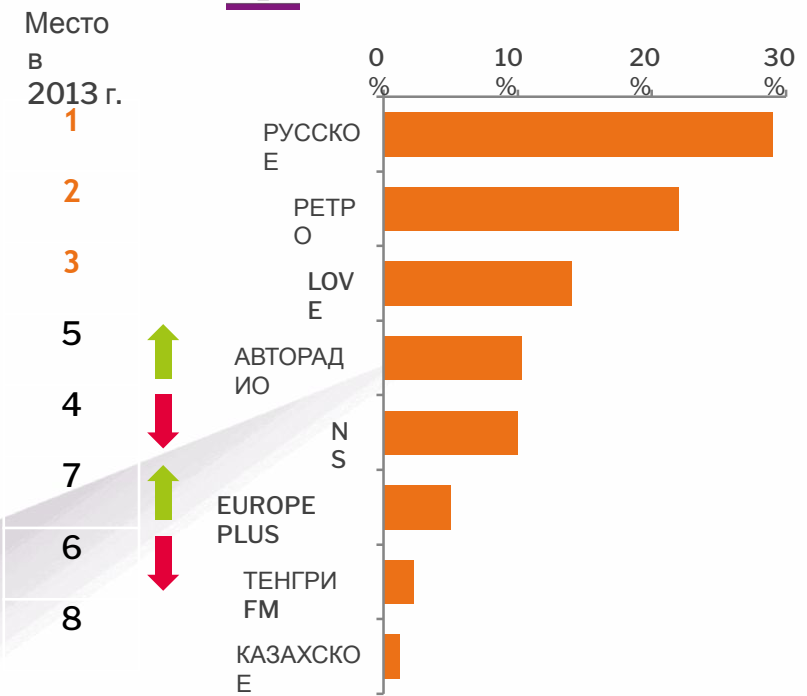
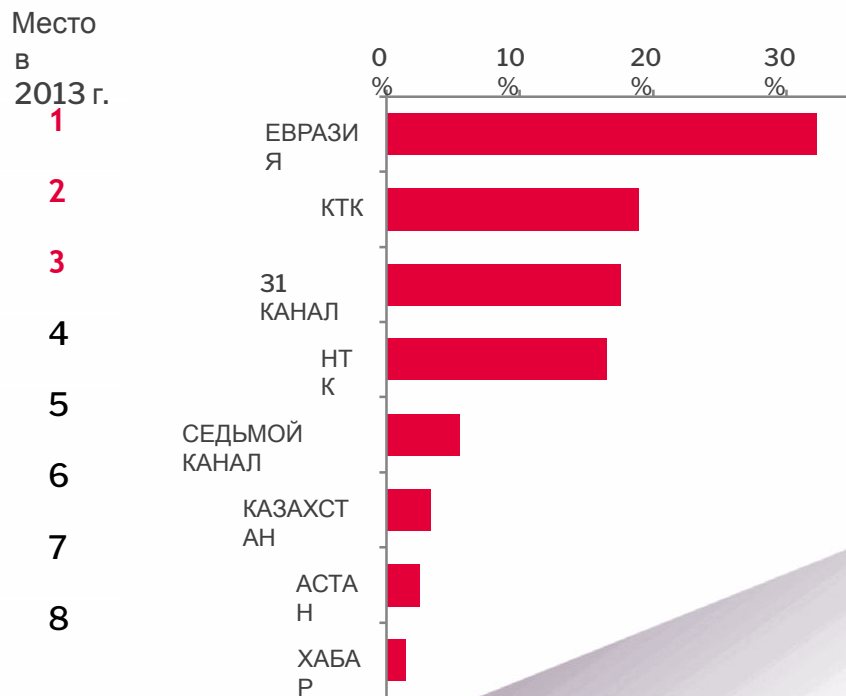
Источник: TNS CA, Казахстан, Все 6+, 1 кв. 2015г., Total Day. Размер шара=Rtg (000)



Доля ТОП телеканалов и радиостанций, 2014 г.



ТВ Радио



В 2014 г. (как и в 2013 г.) первую тройку национальных ТВ каналов по доле рекламных бюджетов составляет Евразия, КТК, 31 канал

В тройке лидеров Радио Русское радио, Радио Ретро, Love



Рекламные холдинги и агентства

Международные коммуникационные холдинги обозначили свое присутствие открытием офисов на базе существующих рекламных агентств

Рекламный холдинг	Рекламные агентства
VivaKi	MediaVest Starcom ZenithOptimedia Kazakhstan
Group M	Sky Central Asia Rating Point/MediaCom Kazakhstan, Das Marketing
Optimum Media OMD CIS Group	ABR Media Services Kazakhstan Big Idea Group
AEGIS Media/OKS	TFF/Aegis Media Central Asia
ADV Group	The Interpublic Group of Companies Havas

Локальные рекламные агентства:
Favourite Media Group, Advanced
Style, Mozaic Media, ШтабМедиа и т.
д.



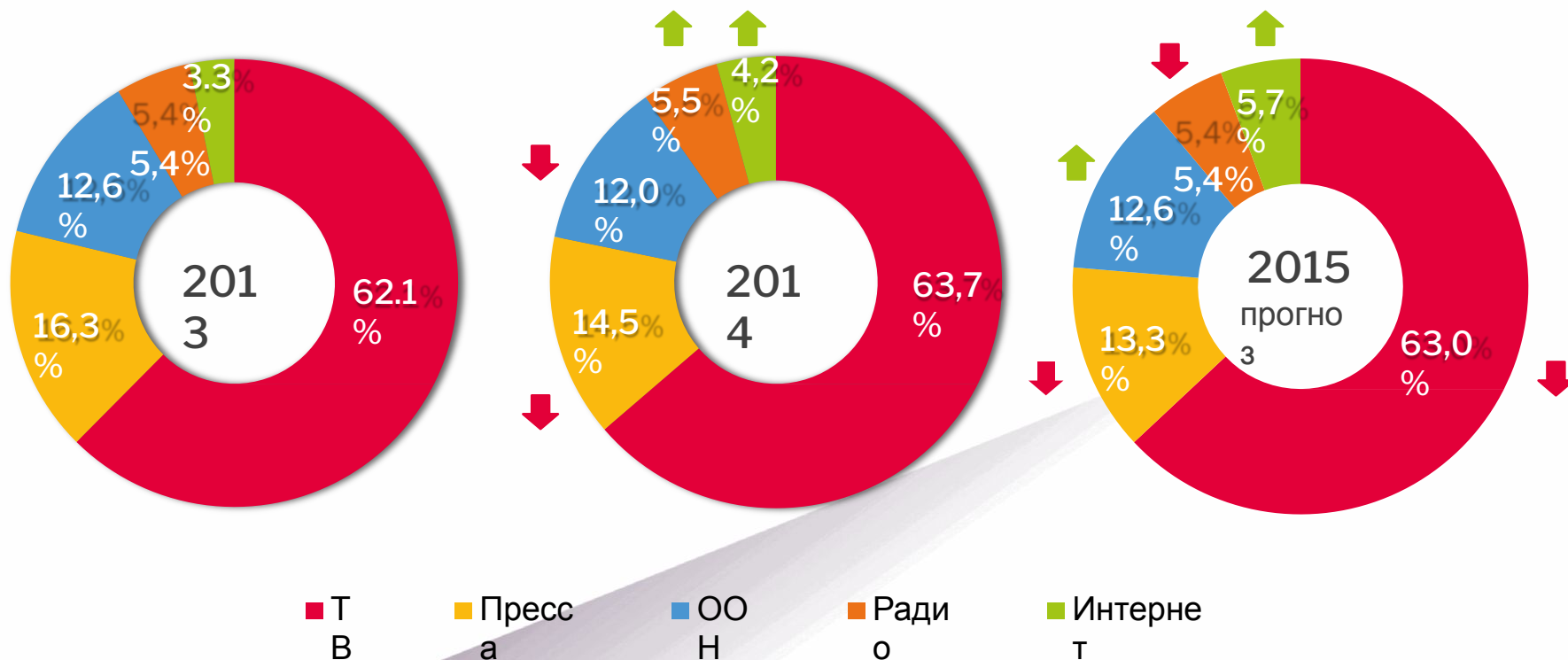
ТОП 20 рекламодателей в 2014 г.

- На долю ТОП 20 РД приходится **69%** проданных рейтингов, при этом доля ТОП 5 РД в выкупленном инвентаре - **37%**.
- Из года в год список ТОП-10 рекламодателей практически не меняется и остается достаточно стабильным по своему составу

Рекламодатель	Доля выкупленного инвентаря, %
L'OREAL/NESTLE	9%
MARS	9%
PROCTER & GAMBLE	8%
UNILEVER	5%
HENKEL GROUP	5%
LACTALIS	4%
COCA-COLA	4%
MONDELEZ INTERNATIONAL	3%
DANONE	3%
RECKITT BENCKISER	3%
FERRERO	2%
NOVARTIS	2%
BEIERSDORF AG	2%
GLAXOSMITHKLINE	2%
JOHNSON & JOHNSON	1%
БИЛАЙН	1%
BERLIN-CHEMIE MENARINI GROUP	1%
KASPI BANK	1%
COLGATE - PALMOLIVE	1%
PEPSICO	1%

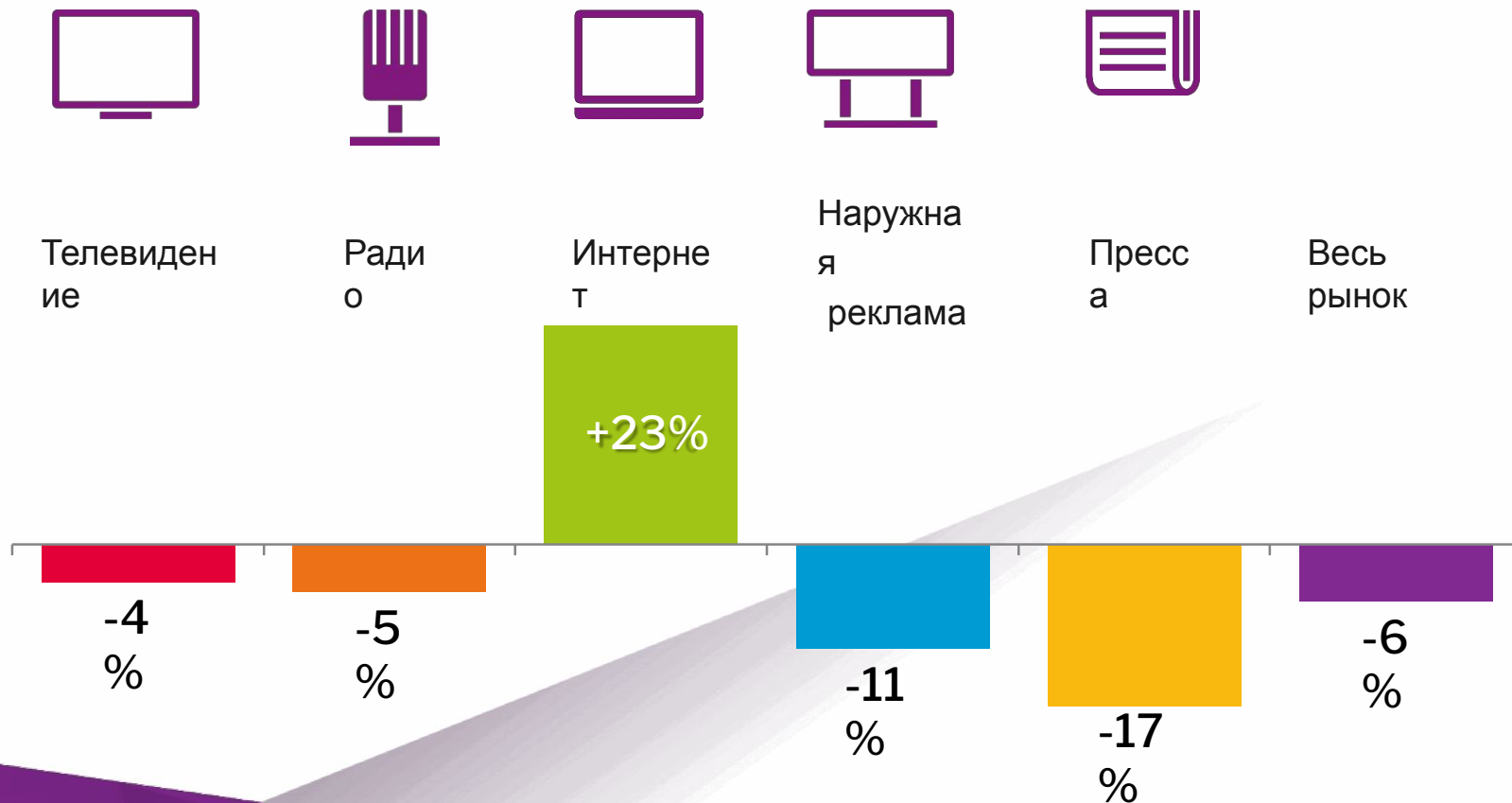


Распределение медиарекламных бюджетов по сегментам, 2013-2015 гг.





Динамика рекламных бюджетов по сегментам, 2014/2013



Источник: Экспертная оценка Vi
Казахстан



Измерение аудитории в Казахстане

- Как и в России, в Казахстане основным измерителем телеаудитории, рейтингов и показов рекламы является (TNS Central Asia)



- Измерение:

- ТВ
- Радио
- Пресса
- Наружная реклама
- Интернет (с мая 2014 г.)

ТВ измерения в **22**
городах (100
000+)

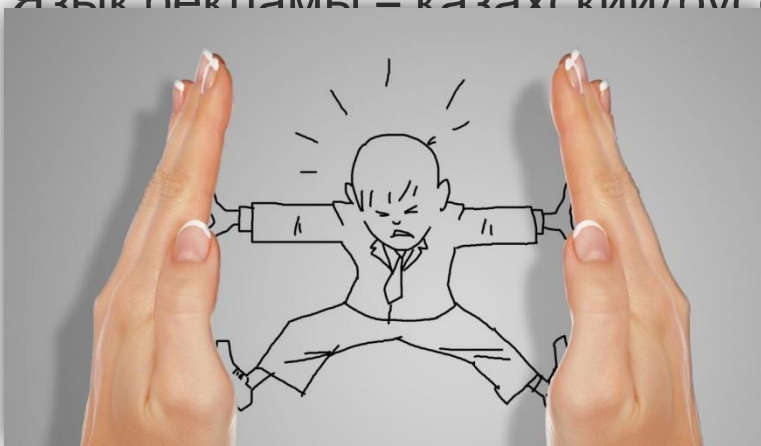
805 домохозяйств
(более **280** в Алматы и
Астане)





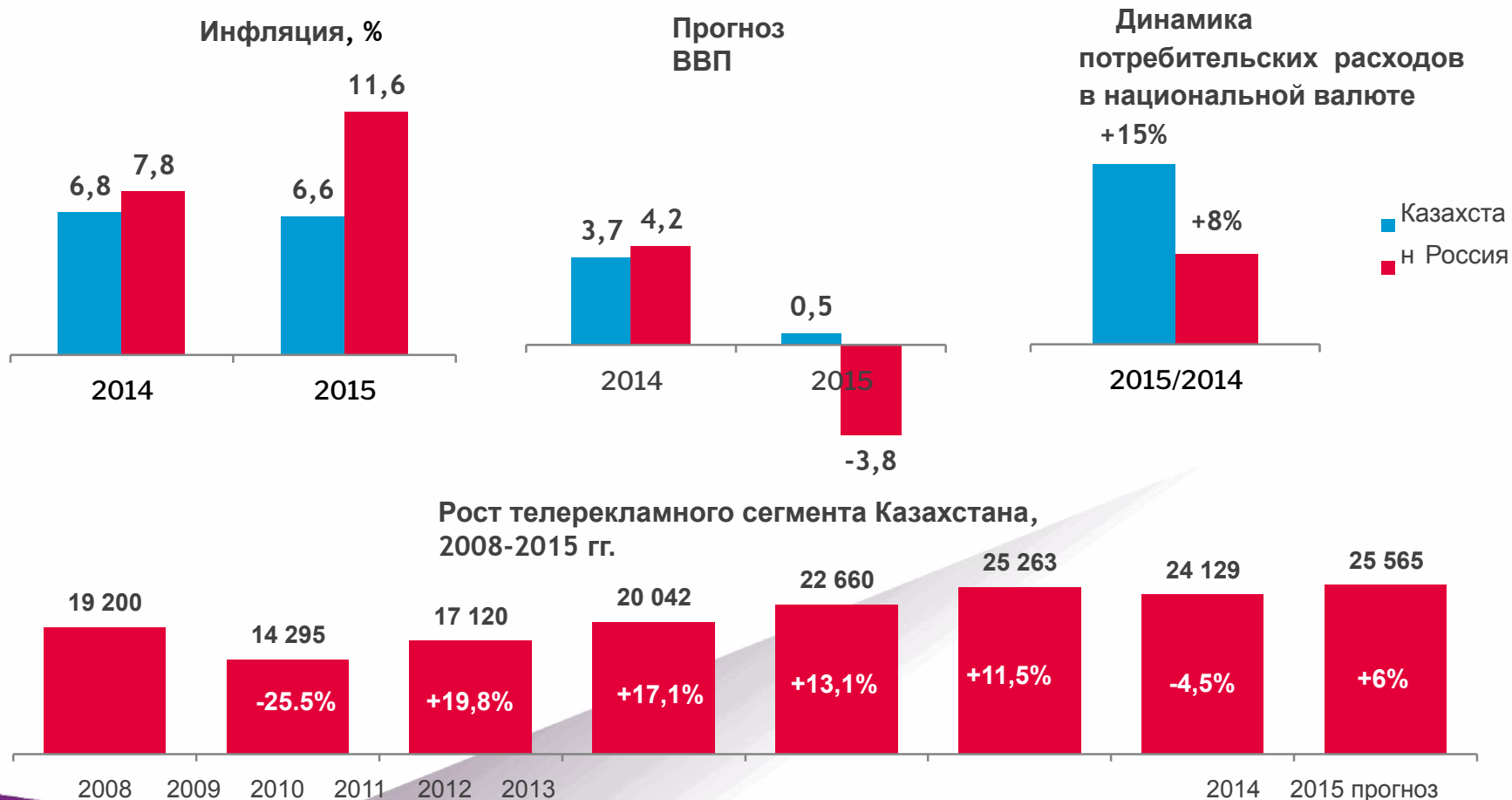
Особенности ТВ сегмента Казахстана

- Объем рекламы не должен превышать 20% эфирного времени
- Нет ограничения показа рекламы в течение часа
- Язык рекламы – казахский/русский 50/50





Особенности ТВ сегмента Казахстана



Положительные макроэкономические прогнозы аналитиков и сохранение внешнеполитической ситуации в Республике Казахстан, а также внутренняя оценка текущей ситуации со сделками, позволяет прогнозировать на 2015 г. динамику телерекламных бюджетов на уровне 6%

Источник: Euromonitor International 02.02.15, прогноз рост рынка телерекламы Казахстана экспертная оценка Vi Казахстан

Спасибо за внимание!

