

# «GROUPM» ПОНИЖАЕТ СВОЙ ПРОГНОЗ РОСТА МИРОВОГО РЕКЛАМНОГО РЫНКА ДО 4,5%

**ПРОДОЛЖАЮЩАЯСЯ** стагнация экономик США и Европы вносит свои поправки в прогнозы роста мирового рекламного рынка 2013-го года. Опубликованная в прошлом июне аналитикой «GroupM» цифра в 5,3% изменена на более скромную в 4,5%. Таким образом, общие затраты на рекламу в 2013 году составят 531 миллиард долларов США.

Снижение роста затрат на рекламу показывали в последние годы практически все крупнейшие участники рынка.

И если США смогли показать небольшой рост в 3,5%, Европа продолжает испытывать серьезные трудности. Наиболее критичной ситуацией является в странах юга Европы (Греция, Ирландия, Португалия, Испания), где показатели 2012-го года зафиксировали падение в 15%. По отношению к 2007-му году, общее падение рекламных затрат в этом регионе составляет 40%, возвращая рекламный бюджет к уровню 1998 года.

В 2012 году Западная Европа в целом показала самый низкий показатель (-2,6%), считая с 2009-го года, когда рекламный рынок упал на рекордные 11%. Доля Западной Европы в мировом рекламном рынке сегодня составляет 20%, в то время как в 1999-м она равнялась 30%. Прогнозы специалистов предсказывают дальнейшее снижение до 17% к 2017-му году.

Стабильный рост за пределами американского континента показывают лишь Россия и Турция, входящие в отчеты в группу стран, объединенных в понятие Центральная и Восточная Европа. Показатель роста в этих странах в два раза выше, чем в Западной Европе, хотя общая сумма затрат на рекламу в этом регионе составляет лишь пятую часть от цифры последней.

Говоря о рекламных медиа, лишь телевидению, которое собирает 43% всех рекламных бюджетов, и Интернет-рекламе удалось в 2012 году показать рост. Доля рекламы в электронных ресурсах достигла в прошлом году 19,5% и вырастет, по оценке GroupM, в 2013 до 21,4%.

## МИРОВЫЕ ЗАТРАТЫ НА РЕКЛАМУ ПО РЕГИОНАМ

(В ДОЛЛАРАХ США, В СКОБКАХ РОСТ В %)

	2011	2012	2013 (прогноз)
<b>СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА</b>	<b>160</b> (3,2%)	<b>165</b> (3,5%)	<b>170</b> (2,6%)
<b>ЮЖНАЯ АМЕРИКА</b>	<b>28</b> (12,8%)	<b>31</b> (11,4%)	<b>35</b> (12,4%)
<b>ЗАПАДНАЯ ЕВРОПА</b>	<b>105</b> (0,9%)	<b>102</b> (-2,6%)	<b>103</b> (0,6%)
<b>ЦЕНТРАЛЬНАЯ И ВОСТОЧНАЯ ЕВРОПА</b>	<b>18</b> (12,7%)	<b>19</b> (6,9%)	<b>21</b> (6,8%)
<b>АЗИЯ ТИХООКЕАНСКИЙ РЕГИОН</b>	<b>158</b> (7,9%)	<b>171</b> (8,5%)	<b>182</b> (6,4%)
<b>БЛИЖНИЙ ВОСТОК И АФРИКА</b>	<b>17</b> (5,3%)	<b>19</b> (9,3%)	<b>21</b> (10,4%)
<b>ВСЬ МИР</b>	<b>486</b> (5,1%)	<b>508</b> (4,6%)	<b>530</b> (4,5%)

По материалам: [www.groupm.com](http://www.groupm.com)



**КОММЕНТАРИЙ МАПП:** Обороты рекламного рынка Восточной Европы, в которые входит и Россия, поразительно сходны с цифрами Ближнего Востока и Африки! Россия, наверное, как Ближний Восток, остальные страны — как Африка.

## НЕМЕЦКИЕ АССОЦИАЦИИ ОБЪЕДИНЯЮТСЯ



Германская Ассоциация поставщиков промпродукции (BWL) на своей ежегодной конференции в ноябре 2012 года в Оффенбахе поставила перед руководством задачу — в течение последующих двух лет образовать в Германии единую отраслевую ассоциацию. Новая структура заменила бы собой существующую и, по замыслу организаторов, объединила бы в своих рядах все рыночные силы промпродукции страны.

Участники конференции одобрили план создания такой структуры, в которой производители, импортеры-поставщики, дистрибьюторы, агентства рекламных консультаций и услуг объединились бы все вместе на одинаковых условиях и с одинаковыми правами.

Планируется создать внутри новой ассоциации секции для решения конкретных задач каждой из групп членов объединения.

На сегодняшний день в Германии действуют четыре бизнес-ассоциаций: BWL (ассоциация поставщиков промпродукции), bwwg (ассоциация дистрибьюторов промпродукции), AKW (ассоциация компаний-держателей брендов) и GWW (зонтичная ассоциация промпродукции Германии).

По материалам: [www.bwl-lieferanten.de](http://www.bwl-lieferanten.de)

**КОММЕНТАРИЙ МАПП:** Напомним, что объем проморынка Германии составляет 3,47 миллиарда евро, а население 82 миллиона человек.

## ПРОЕКТ «ЧЕРНЫЙ ЯЩИК». ПОРТРЕТЫ СТОЛИЦ



В Москве в начале декабря прошла презентация проекта компании Iggesund Paperboard «Черный ящик» с участием фотографа и режиссера Йенса Ассура.

В качестве материала для своих работ Йенс Ассур использовал материал Invercote.

Продукция марки Invercote уже несколько лет поставляется крупным российским потребителям в сфере упаковочной промышленности. Теперь компания предлагает продукцию оптовым импортерам, работающим с российской полиграфической и упаковочной промышленностью.

Начиная с декабря 2012 года компания Antalis Russia, оптовый поставщик бумажных материалов, начинает продвижение и продажу бумаги Invercote малым и средним клиентам в сфере полиграфии и производства упаковки.

Агентство промышленных новостей (INS), [www.iggesund.com](http://www.iggesund.com)

## ВЕЛИКОБРИТАНИЯ ПОКАЗЫВАЕТ НЕБОЛЬШОЙ РОСТ



Как сообщает британское отраслевое аналитическое агентство «Sourcing City», оборот промпродукции Великобритании и Ирландии в 2012 году составил 936 миллиардов евро. Аналитики отметили небольшой рост в 1,1% по сравнению с 2011-м годом. Доля Ирландии в цифре общего оборота составляет 52,7 миллиарда евро.

«Sourcing City» сообщает также, что в 2012 году на британском рынке действовали 1953 дистрибьютора и 1856 поставщиков промпродукции.

Также отмечается, что самым популярным промоизделием ушедшего года стала сумка, вторую позицию заняла ручка и далее за ними промосувениры из пластмассы, промоодежда и кружки.

**КОММЕНТАРИЙ МАПП:** Напомним, население Великобритании составляет 60,5 миллионов человек. Думаем, что если бы в России число поставщиков равнялось бы числу дистрибьюторов промпродукции, то и ее оборот мог бы быть совсем другим!

## ВЫСТАВКА СКАНДИНАВСКОЙ АССОЦИАЦИИ ОПТОВИКОВ ПРОМПРОДУКЦИИ



Ставшая уже традицией выставка поставщиков и производителей промпродукции из Скандинавии, организаторами которой является ассоциация PWA (Promotion Wholesalers Organisation — Скандинавская ассоциация оптовиков промпродукции), прошла в Хельсинки 29-30 августа 2012 г. Уютная выставочная площадка Wanhä Satama в центре Хельсинки рядом с пассажирским портом разместила на этот раз стенды 33 компаний из Финляндии, Швеции, Германии и Голландии. Выставка предназначена для профессионалов отрасли, желающих расширить круг своих поставщиков или найти новые интересные европейские разработки.

Выставки PWA проводятся в Финляндии уже 15 лет, как правило, два раза в год — в январе и в сентябре. Ассоциация МАПП готовит совместный проект с PWA по посещению выставки в Хельсинки представителями российского бизнес-сувенирного сообщества (август-сентябрь 2013).

МАПП • +7(812) 318-18-92/93 • [www.iapp.ru](http://www.iapp.ru)  
anna@iapp-spb.org • galya@iapp-spb.org