

Московский метрополитен задумался о новом рекламном подрядчике

20.07.2015

Напомним, вчера стало известно, что с 1 августа 2015 г. компания «Авто Селл» временно приостанавливает приём заявок на размещение рекламы в Московском метрополитене, о чём письменно уведомила своих партнёров гендиректор оператора Гюля Коган. Такое сообщение, по данным РБК, получили официальные дилеры «Авто Селла» и рекламные агентства. Компания «Авто Селл» выиграла торги по выбору нового оператора рекламы в подземке в 2011 г. При стартовой цене в 1,586 млрд руб. оператор предложил почти 2,38 млрд руб. в первый год с дальнейшим ежегодным увеличением на коэффициент инфляции, но не менее чем на 8,3%. В целом за пять лет действия контракта компания должна заплатить более 14 млрд руб. То, что у «Авто Селла» существуют проблемы с реализацией рекламных возможностей подземки, видно невооружённым глазом: количество постеров на эскалаторных щитах и стикеров внутри вагонов сократилось в разы. Новые обещанные форматы так и не появились. В свою очередь, как пишет газета «Ведомости», «Авто Селл» потребовал от ГУП «Московский метрополитен» компенсацию в размере 3 млрд руб. Оператор посчитал, что метрополитен с начала действия контракта, предоставлял для размещения рекламы вагоны, которые часть времени простаивали в депо и на запасных путях. Из-за этого реклама, размещенная на внутренних стенах вагонов, не всегда была доступна пассажирам. Как именно была оценена сумма ущерба, в соответствующем письме ГУПу, не указано. Источник: Outdoor.Ru

Адрес страницы: <http://gorinfor.mos.ru/presscenter/news/detail/2017305.html>

[ГБУ ГОРИНФОР](#)