

Рекламодатели возвращаются в наружку

16.05.2016

Напомним, согласно оценкам комиссии экспертов Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР), объём российской индустрии наружной рекламы по итогам 2015 г. составил 32 млрд руб. (здесь и далее за вычетом НДС) Это на 21% меньше, чем годом ранее. Indoor-сегмент в прошлом году заработал 3,3 млрд руб., что на 20% меньше, чем в 2014 г. Объём рекламы в кинотеатрах снизился на 14%, до 0,9 млрд руб. Региональные сегменты outdoor-индустрии в прошлом году также демонстрировали падение. Больше всего в 2015 г. потеряла наружки Самары – минус 34% (400 млн руб.). Меньше всего – минус 8% – отрасль просела в Нижнем Новгороде (469 млн руб.) и Новосибирске (820 млн руб.). В абсолютных цифрах больше всего денег заработала наружка Санкт-Петербурга – 3,3 млрд руб. (минус 24%). Источник: Outdoor.Ru

Адрес страницы: <http://gorinfor.mos.ru/presscenter/news/detail/2951576.html>

[ГБУ ГОРИНФОР](#)