

Развитие рекламного рынка России обсудили представители власти и бизнеса

04.10.2016

Заместитель руководителя ФАС Андрей Кашеваров привел анализ регулирующего воздействия мер, определенных Законом о рекламе, рассказал о том, как повлияли изменения в законе на рекламный рынок России. Одна из самых существенных поправок касается рекламы по сетям электросвязи, сообщил представитель ФАС. В первом полугодии 2014 г. 45% всех нарушений приходилось на незаконную SMS-рассылку, после введения регулирования в целом в 2015 году эта цифра снизилась до 31%. В 2016 г. ожидается дальнейшее сокращение по данным видам нарушений. Число жалоб граждан на специальном ресурсе ФАС по этому поводу сократилось с 1,5 тыс. заявлений в месяц в 2014 г. до 100-200 в настоящее время. О трендах рекламных технологий в Интернете и отношении отраслевых экспертов к регулированию этого рынка говорил директор Российской ассоциации электронных коммуникаций (РАЭК) Сергей Плуготаренко. По приведенным им экспертным оценкам, рынок интернет-рекламы растет, при этом по итогам 2015 г. контекстная реклама составила 80 млрд руб., показав динамику роста на 15%, медийная реклама – около 20 млрд руб., демонстрируя падение на 10%. Темпами 20–25% растет новый сегмент – видеореклама – около 5 млрд руб., совсем новое направление – СММ составляет порядка 9 млрд руб., отметил глава РАЭК. Руководитель департамента СМИ и рекламы Москвы Иван Шубин отметил, что выставка «Реклама-2016» отражает развитие современных технологий: «Несколько лет назад на такой выставке преобладали системы печати на тех или иных носителях. А сегодня в экспозиции в основном мы видим светодиоды, экраны, в то время как стендов с печатными носителями стало меньше. Выставка вместе с рынком становится более высокотехнологичной». Он сообщил, что рекламный рынок в столице динамично развивается – используются цифровые технологии, активно идет замена обычных носителей на цифровые, электронные, что перспективно и с точки зрения оперативного размещения социальной рекламы. Существует много проектов по переходу наружной рекламы в цифровой формат с онлайн-регулированием, и в Москве такие сети частично реализованы. «Десятки крупноформатных жестких носителей разные фирмы уже перевели в цифровой формат. Этот тренд присутствует и на нынешней выставке», – сказал Иван Шубин. По данным департамента, сегодня в столице операторами наружной рекламы эксплуатируются более 100 цифровых билбордов 6х3 м, 30 светодиодных конструкций на фасадах домов, а также порядка 40 экранов формата 5х15 м. «То, что мы сейчас видим на выставке, абсолютно отражает нынешнюю реальность» – согласился Андрей Кашеваров. Но при этом, считает он, рекламодателям в продвижении своих товаров и услуг следует также ориентироваться на молодежную среду и будущее поколение. Высокотехнологичность нынешней выставки, по мнению председателя комитета по печати и взаимодействию со СМИ Санкт-Петербурга Сергея Серезлеева, говорит о том, что участники рынка рекламы готовы работать, вкладываться и получать доходы, которые позволят развиваться новым технологиям. При этом по данным комитета с начала 2016 г. в Северной столице было составлено более 4,8 тыс. протоколов, рассмотрено почти 5 тыс. об административных правонарушениях. В было вынесено почти 3 тыс. постановлений о наложении штрафа на общую сумму около 100 млн руб. Сергей Серезлеев сообщил, что в октябре в Петербурге заработает система автодозвона по номерам, указанным в незаконных объявлениях. Источник: Outdoor.Ru

Адрес страницы: <http://gorinfor.mos.ru/presscenter/news/detail/3883893.html>

[ГБУ ГОРИНФОР](#)