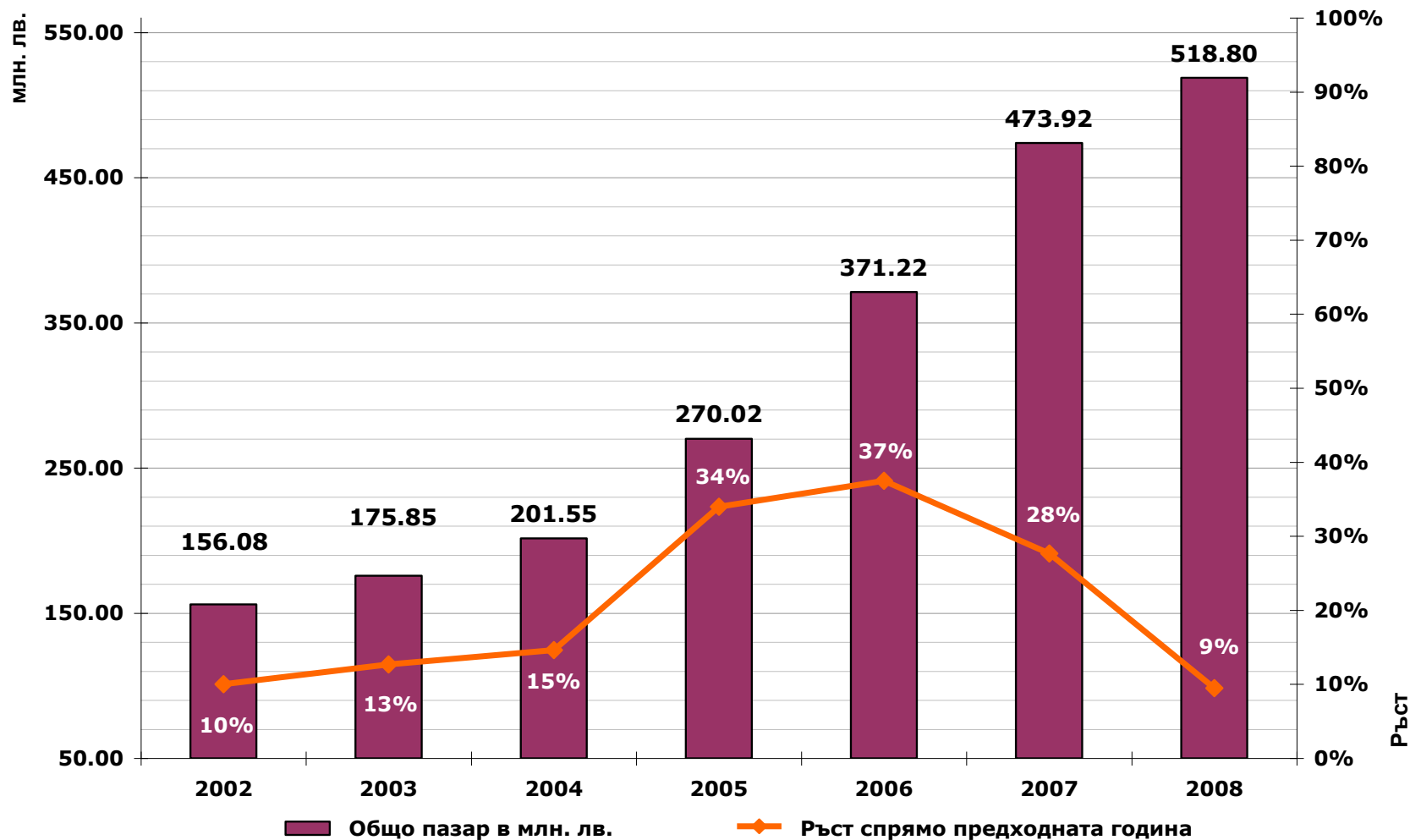


Рекламният пазар в България 2002 – 2008

Прогнози за 2009

Нетни бюджети и ръст на рекламния пазар в България, 2002 - 2008



Нетни бюджети и ръст на рекламния пазар в България, 2005 - 2008

2007	Увеличение спрямо 2006	НЕТНИ бюджети в лева	Дял
Телевизия	31%	240 312 832 лв	50.71%
Преса	9%	101 781 393 лв	21.48%
Радио	8%	36 965 187 лв	7.80%
Външна реклама	63%	71 387 795 лв	15.06%
Интернет	89%	12 908 478 лв	2.72%
Други (BTL)	13%	10 561 482 лв	2.23%
Ръст 2007/2006	28%	473 917 167.30 лв	

2008	Увеличение спрямо 2007	НЕТНИ бюджети в лева	Дял
Телевизия	7%	257 653 021 лв	49.66%
Преса	7%	109 407 174 лв	21.09%
Радио	13%	41 928 203 лв	8.08%
Външна реклама	8%	76 763 891 лв	14.80%
Интернет	62%	20 927 381 лв	4.03%
Други (BTL)	15%	12 126 146 лв	2.34%
Ръст 2008/2007	9%	518 805 816.40 лв	

2005	Увеличение спрямо 2004	НЕТНИ бюджети в лева	Дял
Телевизия	33%	140 115 661 лв	51.85%
Преса	27%	68 454 050 лв	25.33%
Радио	95%	24 095 826 лв	8.92%
Външна реклама	24%	27 645 657 лв	10.23%
Интернет	86%	3 638 822 лв	1.35%
Други	14%	6 258 656 лв	2.32%
Ръст 2005/2004	34%	270 208 671.57 лв	

2006	Увеличение спрямо 2005	НЕТНИ бюджети в лева	Дял
Телевизия	31%	183 339 504 лв	49.39%
Преса	37%	93 508 232 лв	25.19%
Радио	42%	34 227 025 лв	9.22%
Външна реклама	59%	43 908 384 лв	11.83%
Интернет	88%	6 845 405 лв	1.84%
Други	50%	9 387 984 лв	2.53%
Ръст 2006/2005	37%	371 216 534.00 лв	

Нетни бюджети и ръст на **рекламния** **пазар** в България, по медии 2005 - 2008

Телевизия	Увеличение спрямо предната година	НЕТНИ бюджети в лева	Дял
2008	7.22%	257 653 021 лв	49.66%
2007	31.08%	140 115 661 лв	50.71%
2006	30.85%	183 339 504 лв	49.39%
2005	32.72%	5 476 324 лв	51.85%

Преса	Увеличение спрямо предната година	НЕТНИ бюджети в лева	Дял
2008	7.49%	109 407 174 лв	21.09%
2007	8.85%	101 781 393 лв	21.48%
2006	36.60%	93 508 232 лв	25.19%
2005	27.09%	68 454 050 лв	25.33%

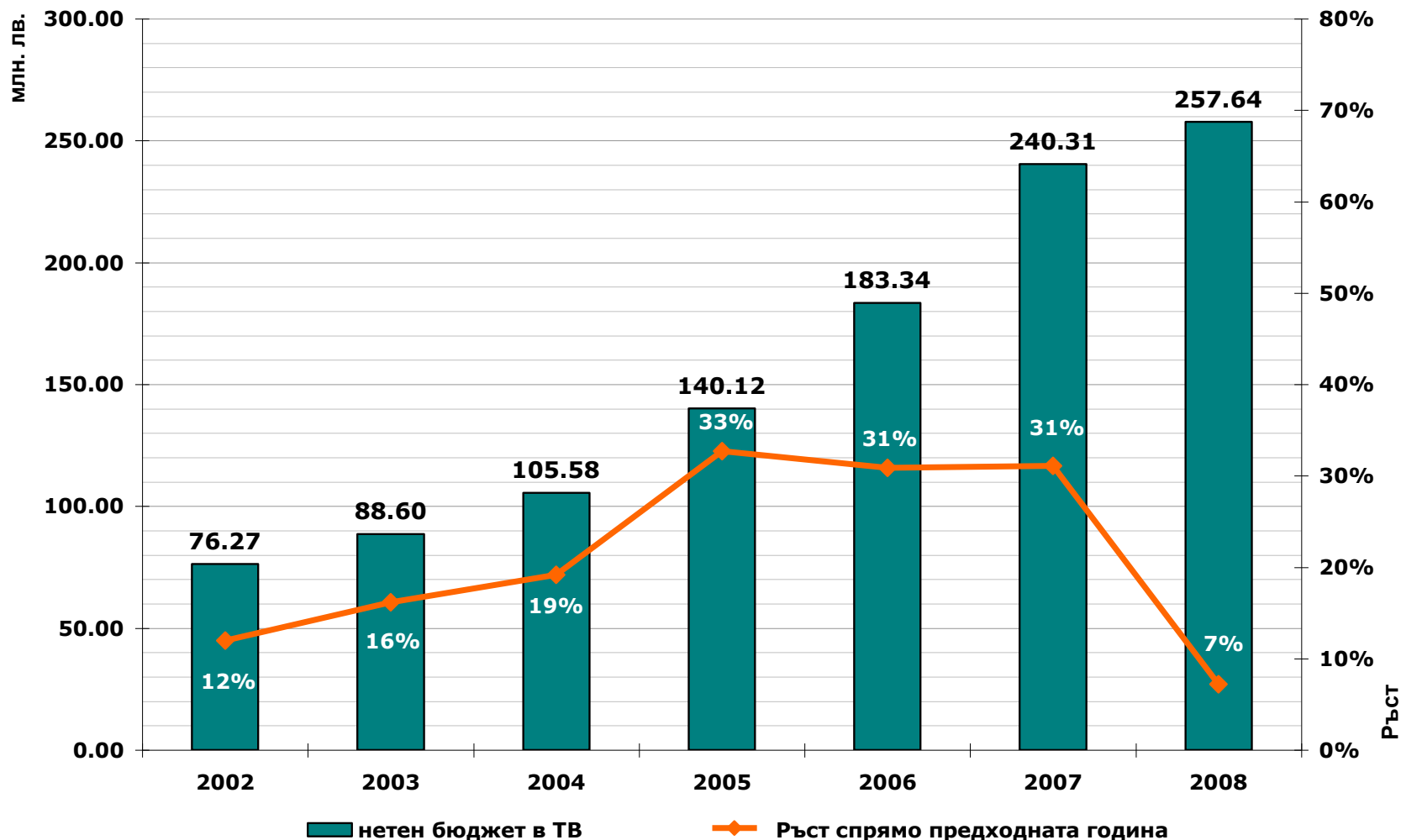
Радио	Увеличение спрямо предната година	НЕТНИ бюджети в лева	Дял
2008	13.43%	41 928 203 лв	8.08%
2007	8.00%	36 965 187 лв	7.80%
2006	42.05%	34 227 025 лв	9.22%
2005	94.63%	24 095 826 лв	8.92%

ВР	Увеличение спрямо предната година	НЕТНИ бюджети в лева	Дял
2008	7.53%	76 763 891 лв	14.80%
2007	62.58%	71 387 795 лв	15.06%
2006	58.83%	43 908 384 лв	11.83%
2005	23.99%	27 645 657 лв	10.23%

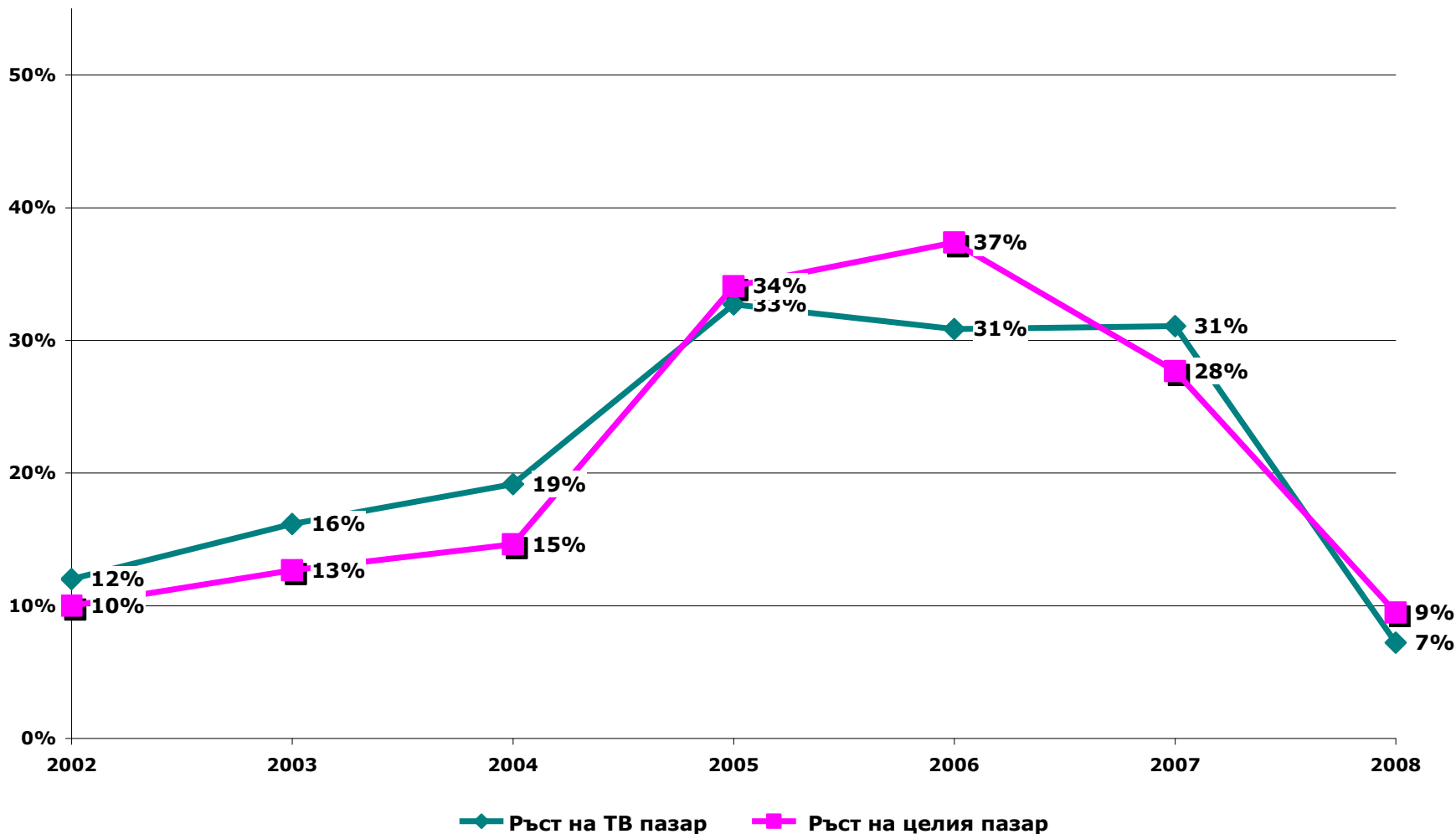
Интернет	Увеличение спрямо предната година	НЕТНИ бюджети в лева	Дял
2008	62.12%	20 927 381 лв	4.03%
2007	88.57%	12 908 478 лв	2.72%
2006	88.12%	6 845 405 лв	1.84%
2005	85.96%	3 638 822 лв	1.35%

Други (BTL)	Увеличение спрямо предната година	НЕТНИ бюджети в лева	Дял
2008	14.81%	12 126 146 лв	2.34%
2007	12.50%	10 561 482 лв	2.23%
2006	50.00%	9 387 984 лв	2.53%
2005	14.29%	6 258 656 лв	2.32%

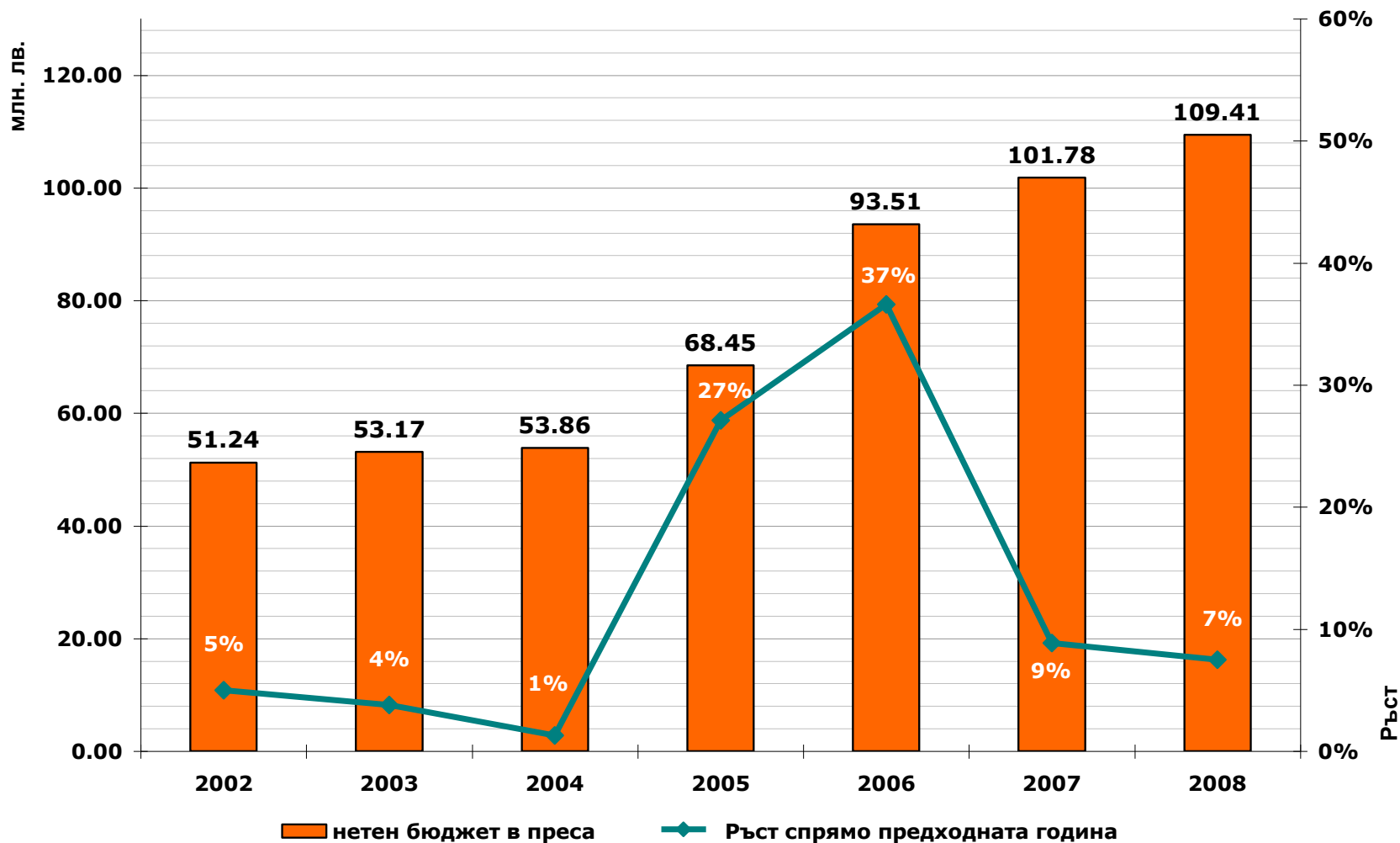
Нетни бюджети и ръст на телевизионния пазар в България, 2002 - 2008



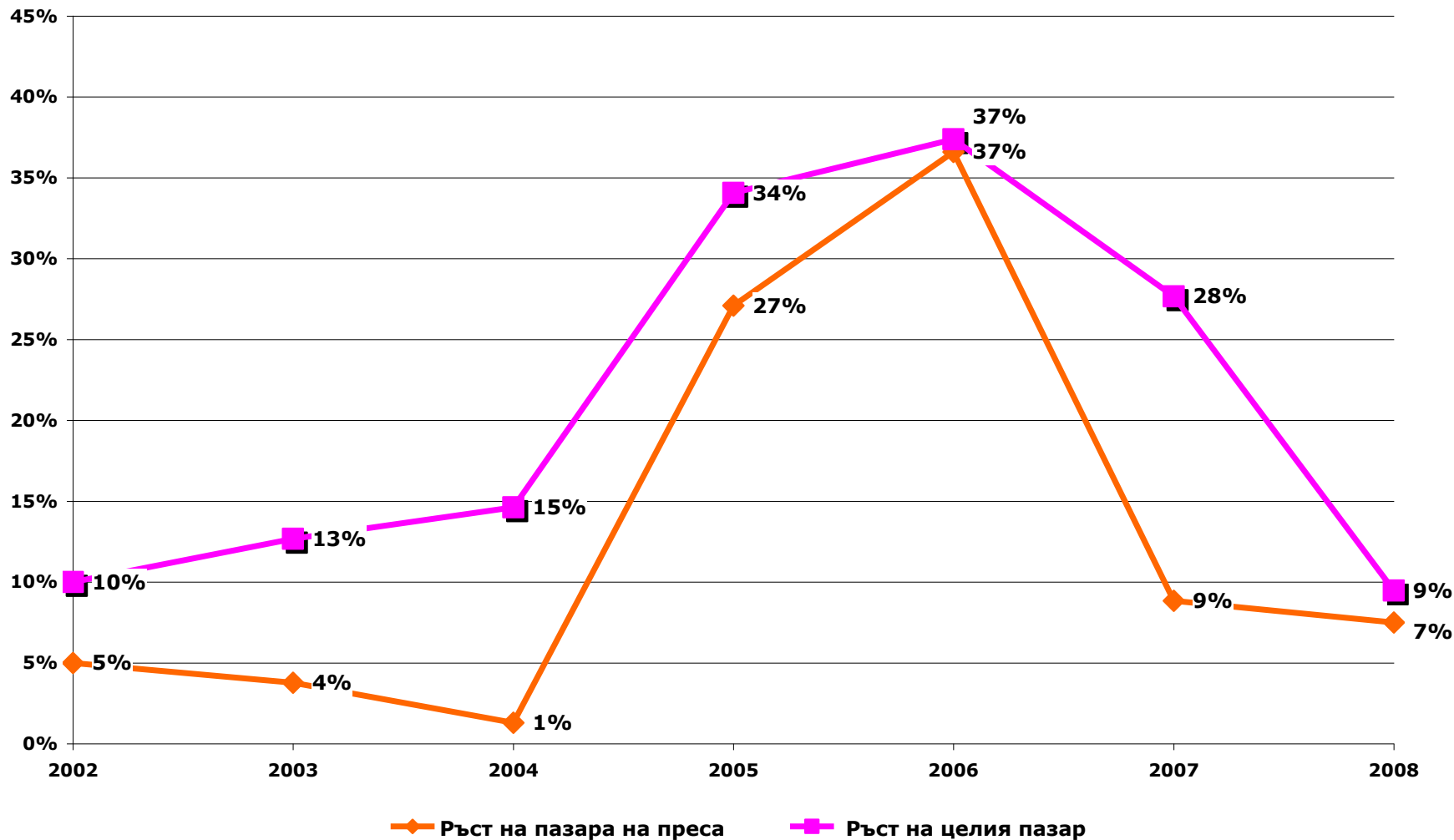
Ръст на ТВ пазара спрямо ръста на целия пазар



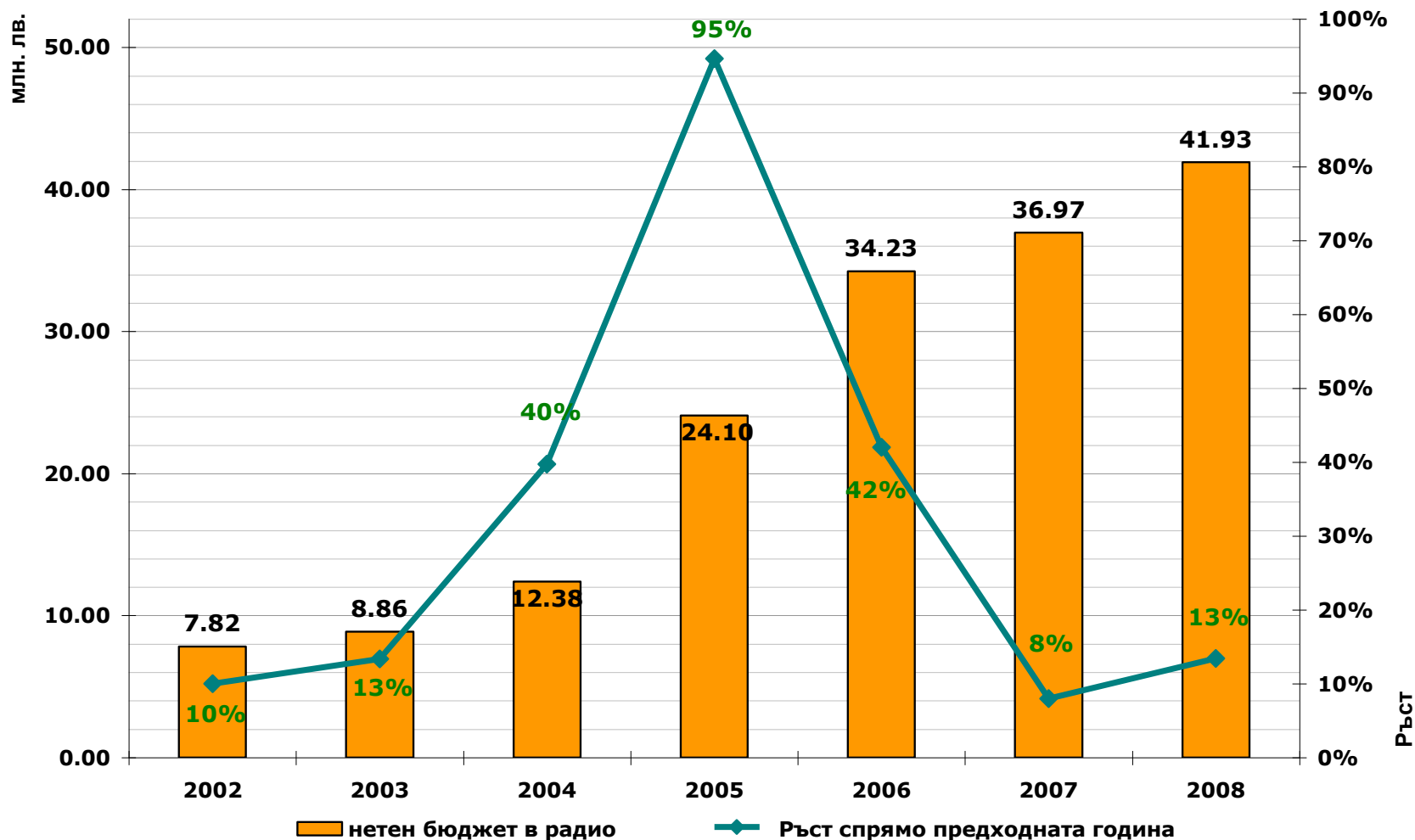
Нетни бюджети и ръст на прес-рекламата в България, 2002 - 2008



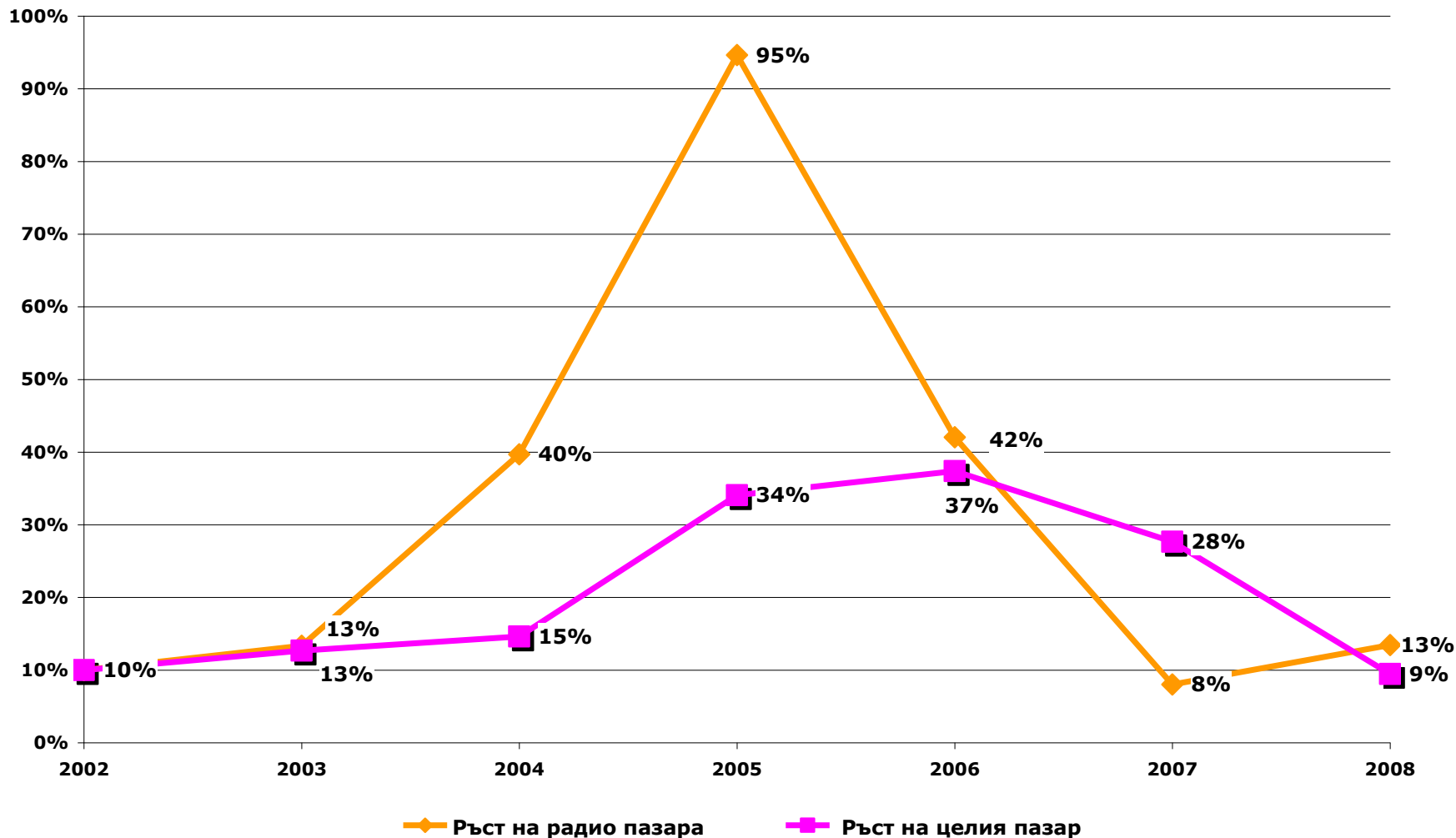
Ръст на прес-пазара спрямо ръста на целия пазар



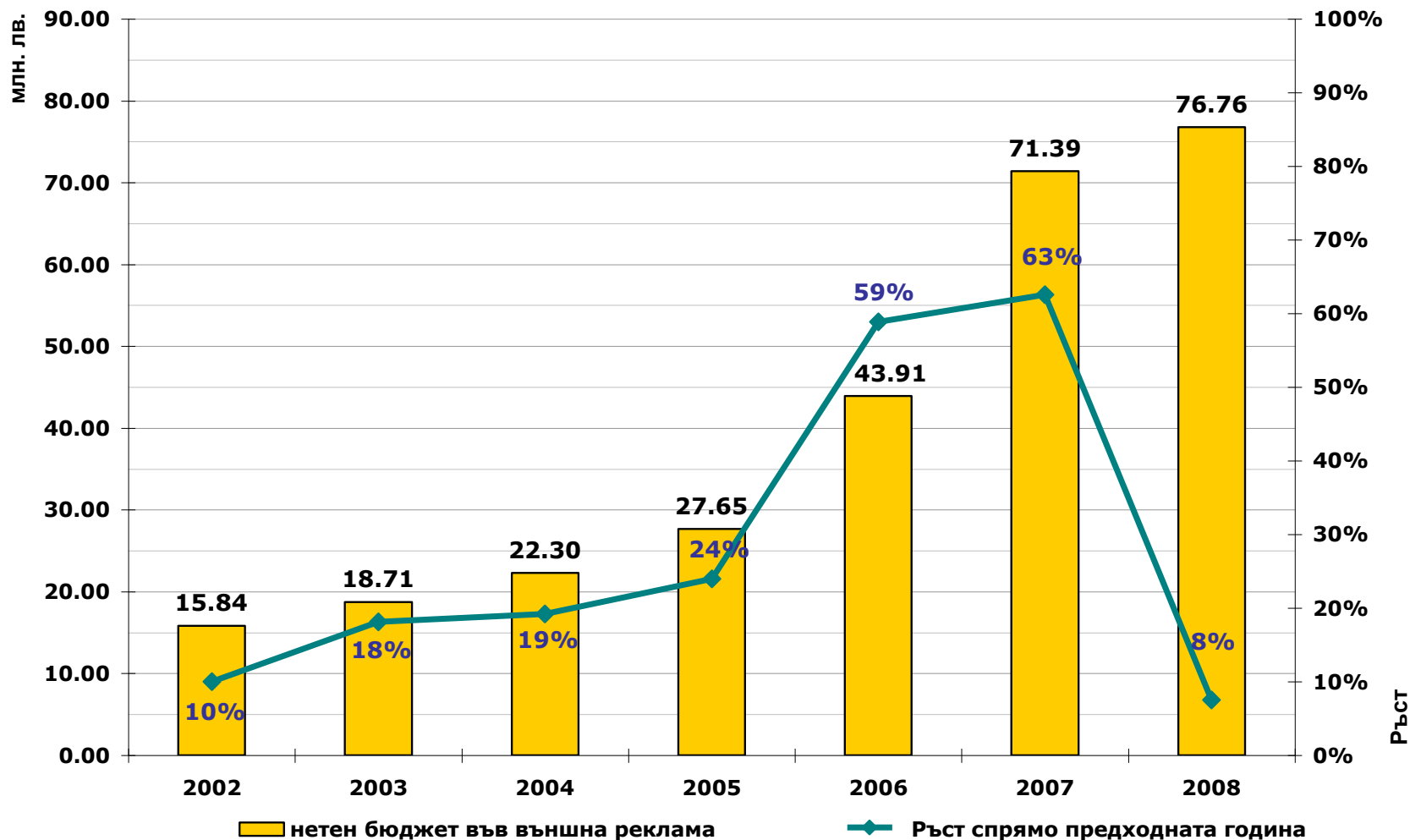
Нетни бюджети и ръст на радио-рекламата в България, 2002 - 2008



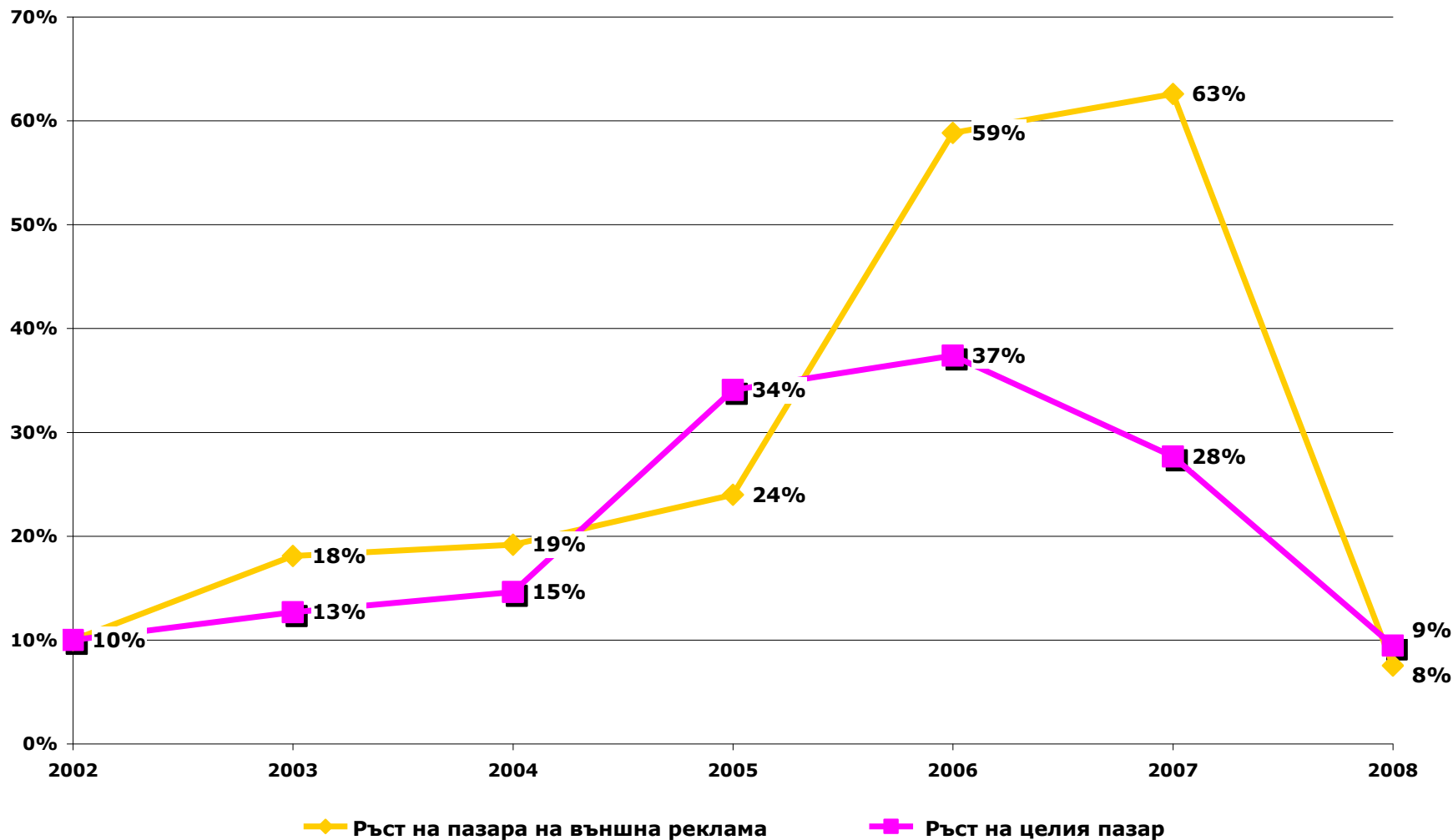
Ръст на радио-пазара спрямо ръста на целия пазар



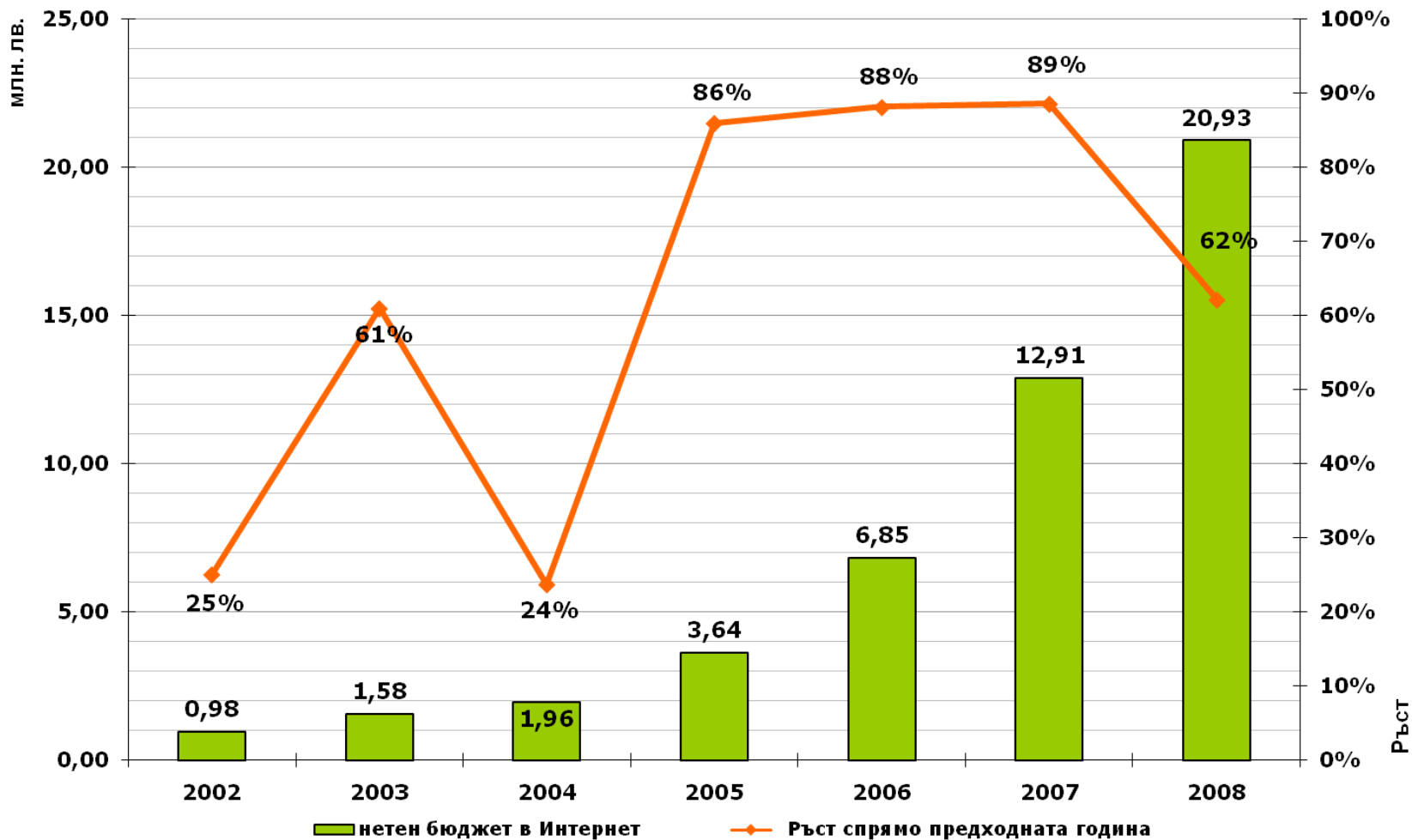
Нетни бюджети и ръст на външната реклама в България, 2002 - 2008



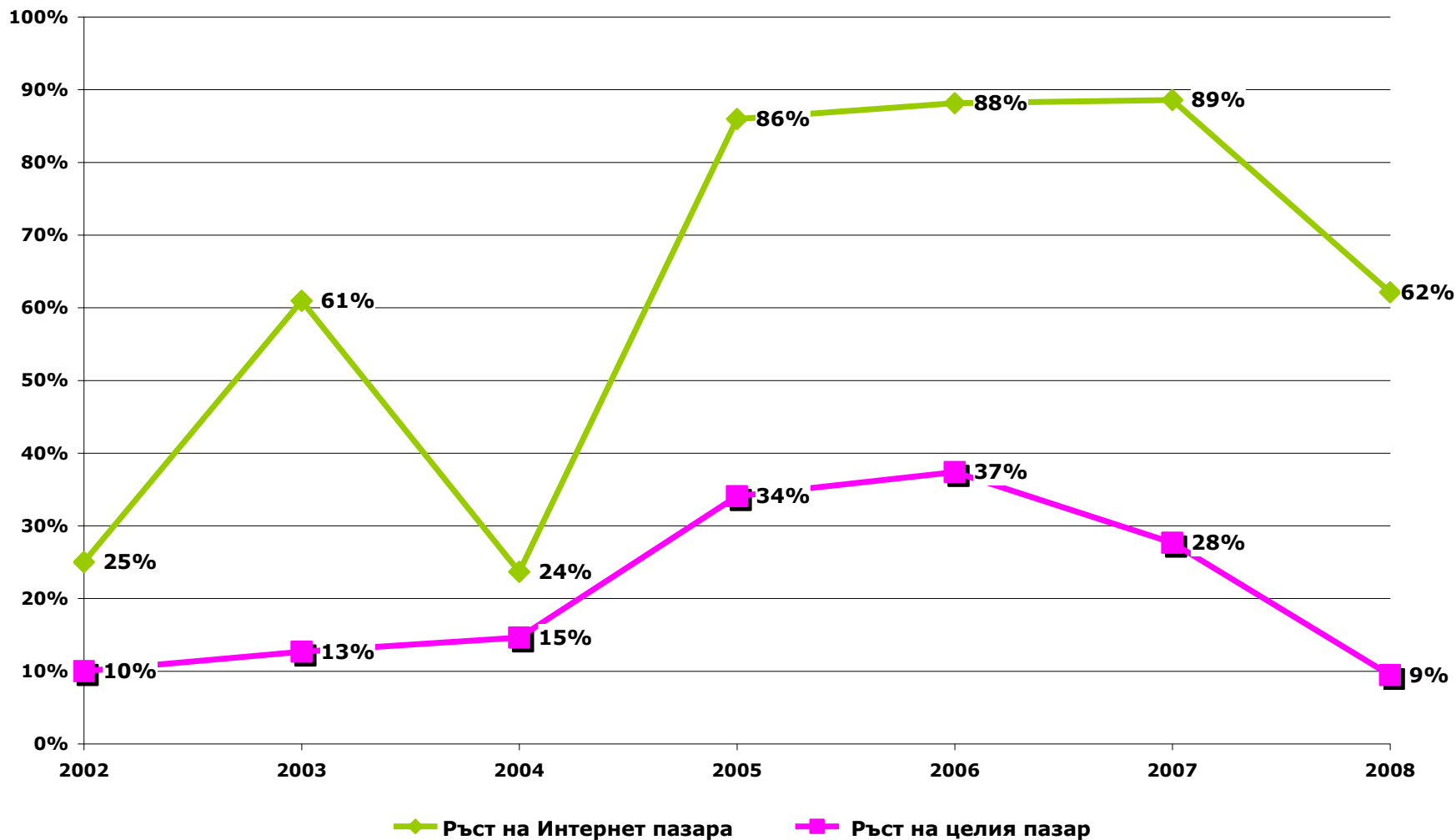
Ръст на пазара на **външна реклама** спрямо ръста на целия пазар



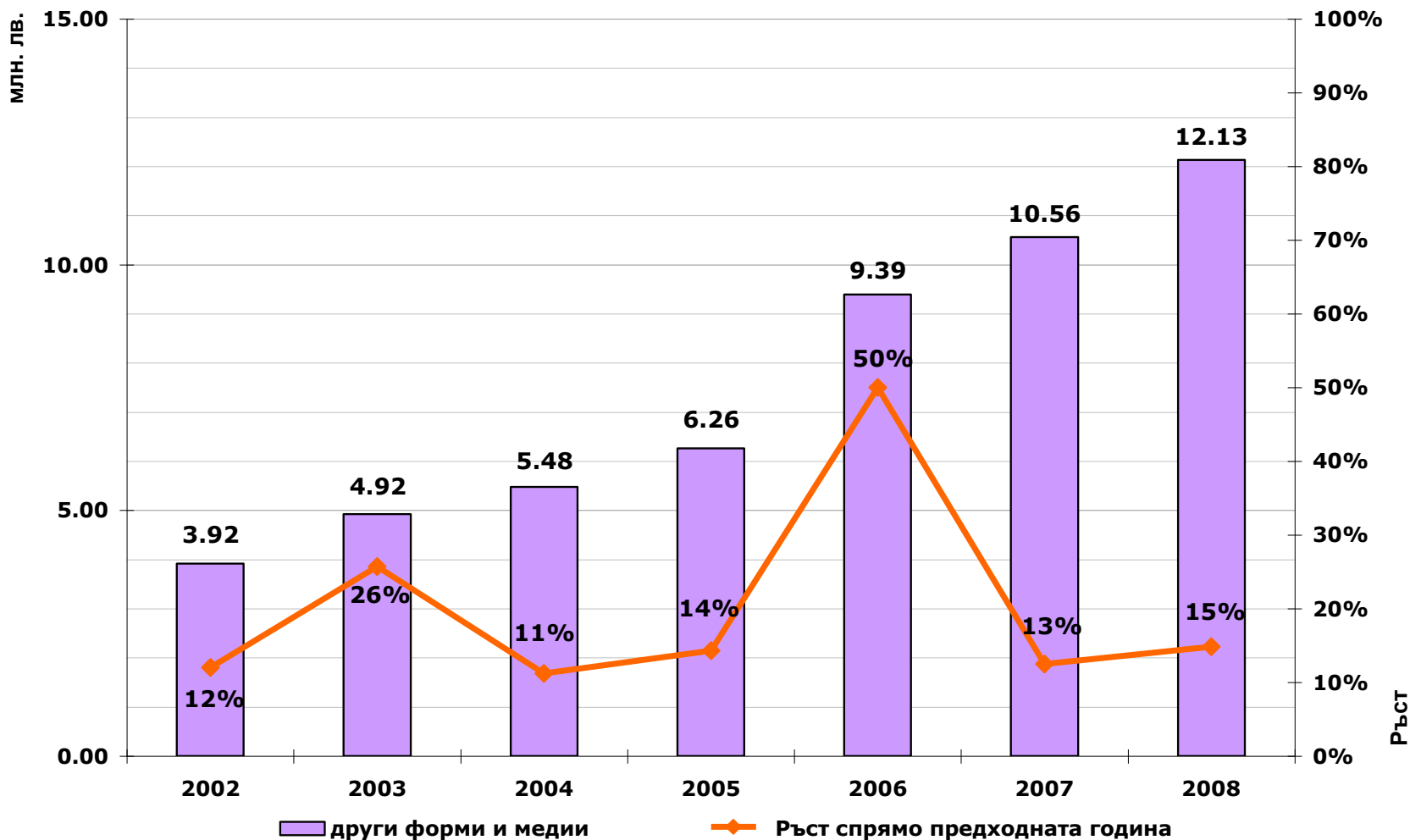
Нетни бюджети и ръст на Интернет пазара в България, 2002 - 2008



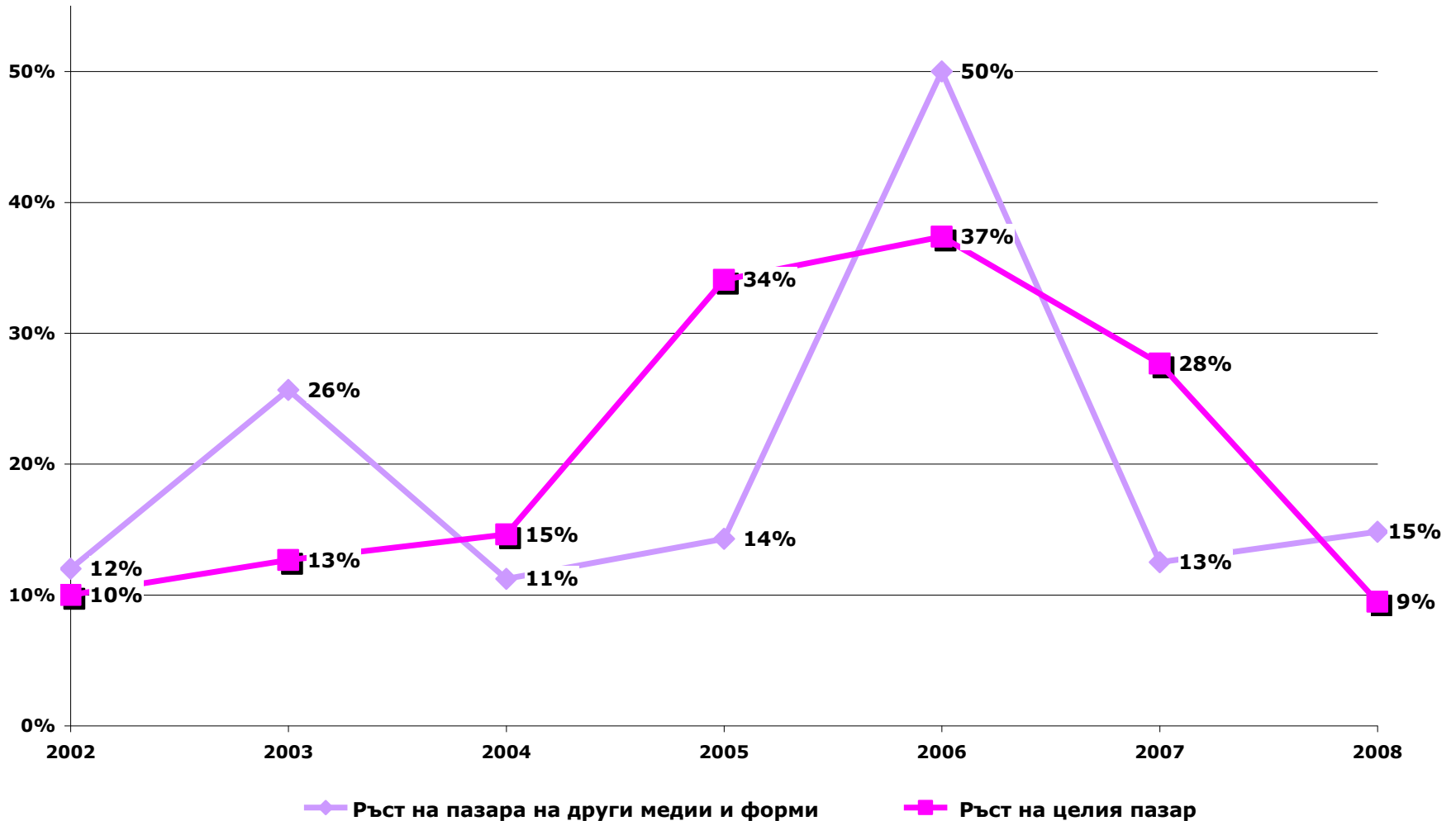
Ръст на Интернет пазара спрямо ръста на целия пазар



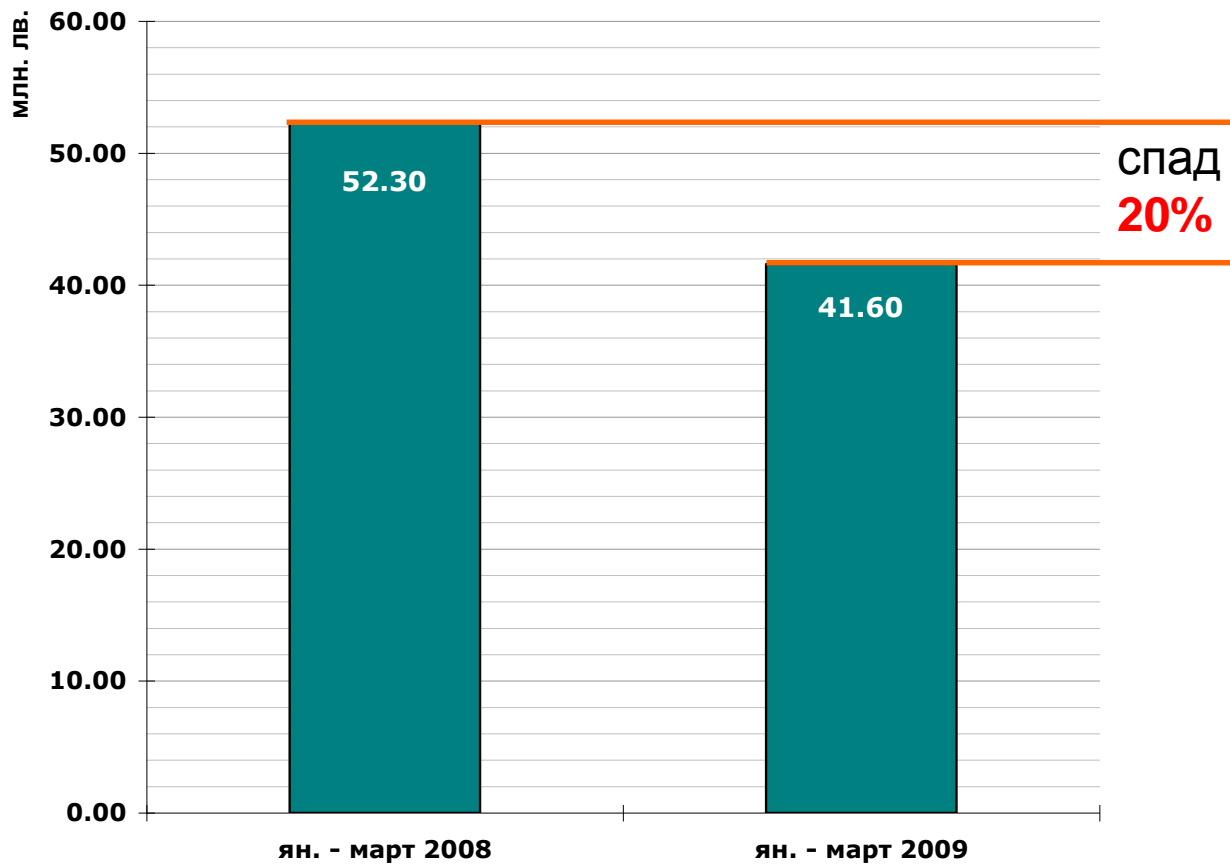
Нетни бюджети и ръст на пазара на други рекламни форми (BTL дейности, рекламни подаръци и др.) в България, 2002 - 2008



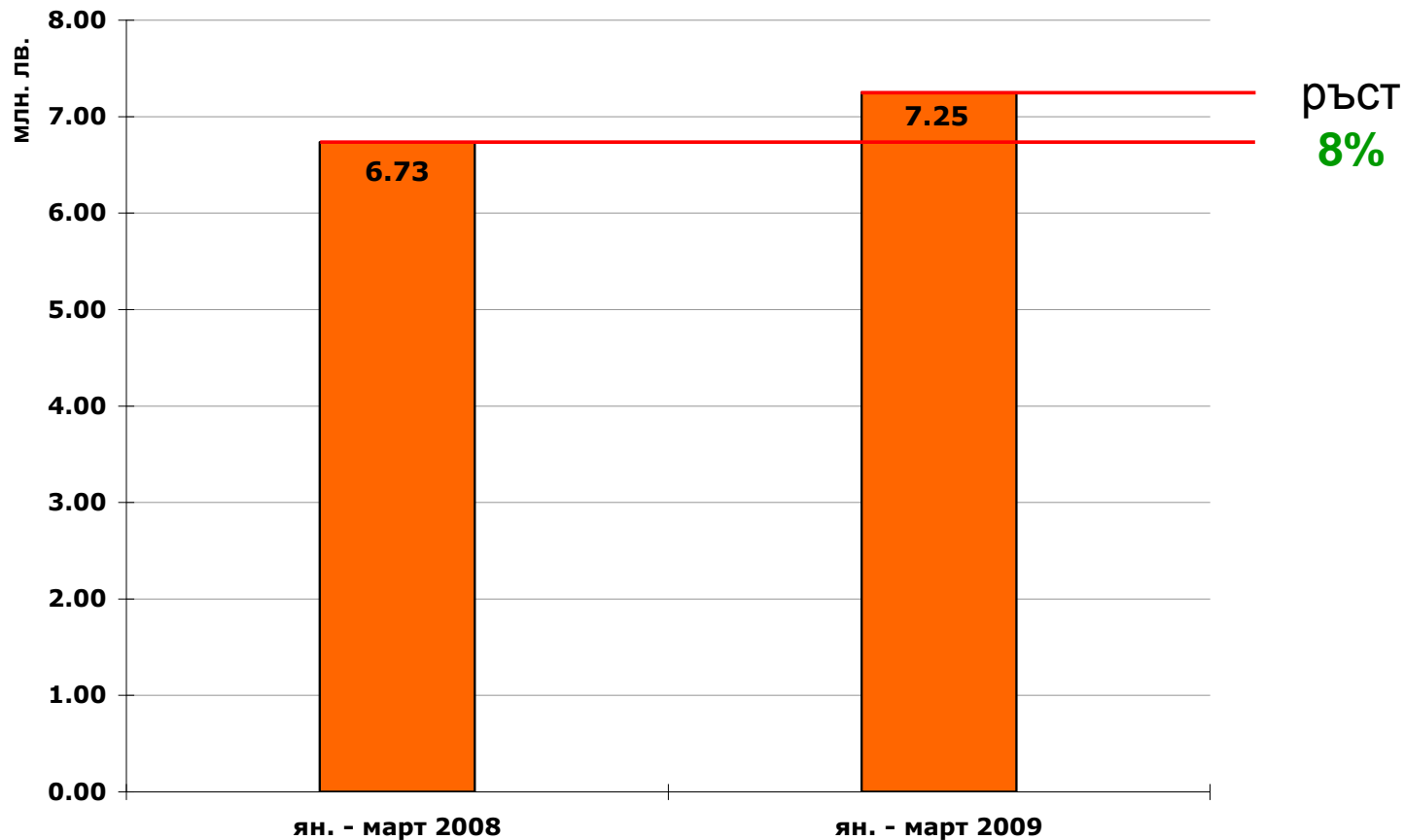
Други форми на реклама (BTL дейности, рекламни подаръци и др.) – ръст спрямо целия пазар



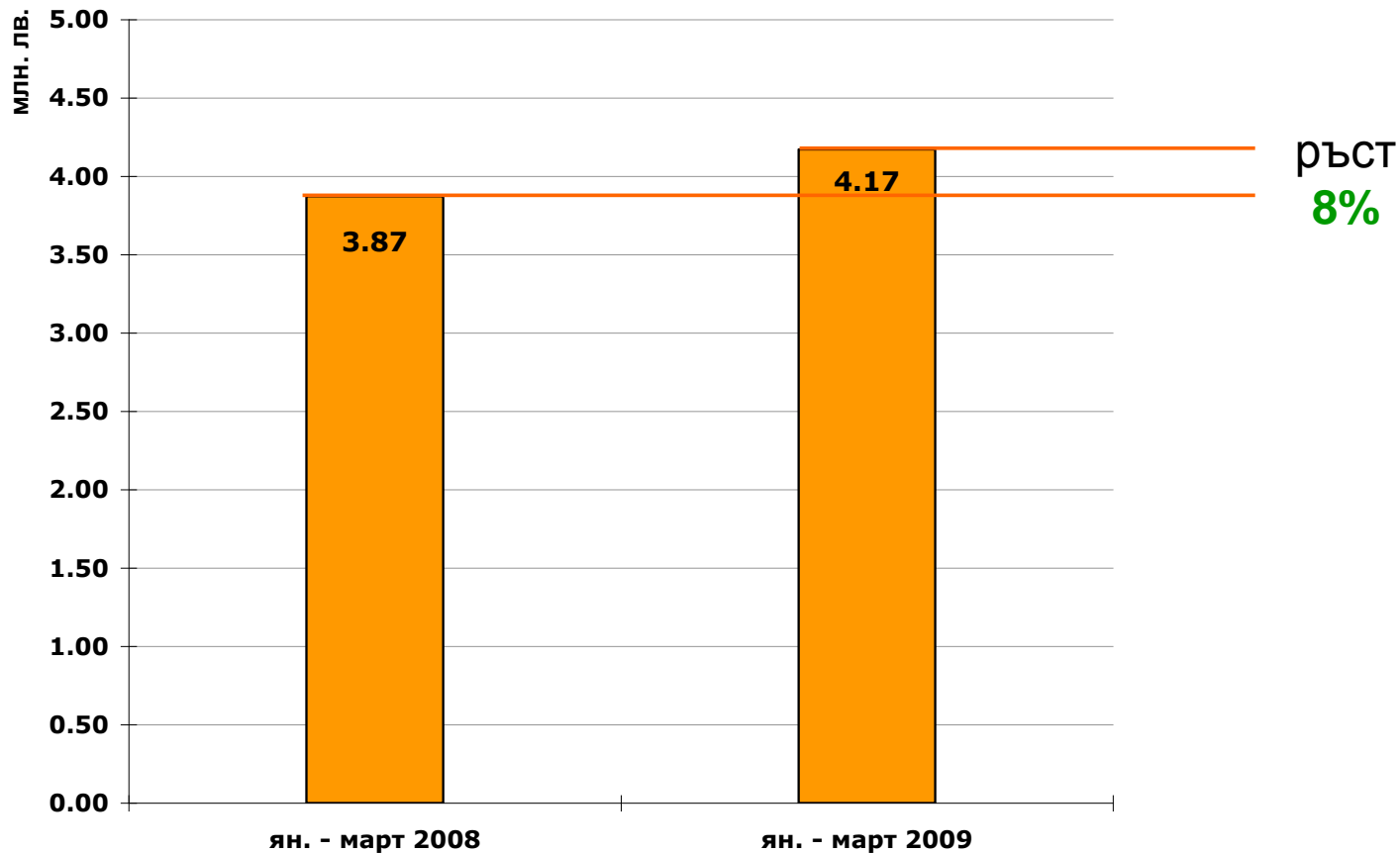
Нетни бюджети и ръст на телевизионния пазар в България, януари – март 2008 / януари – март 2009



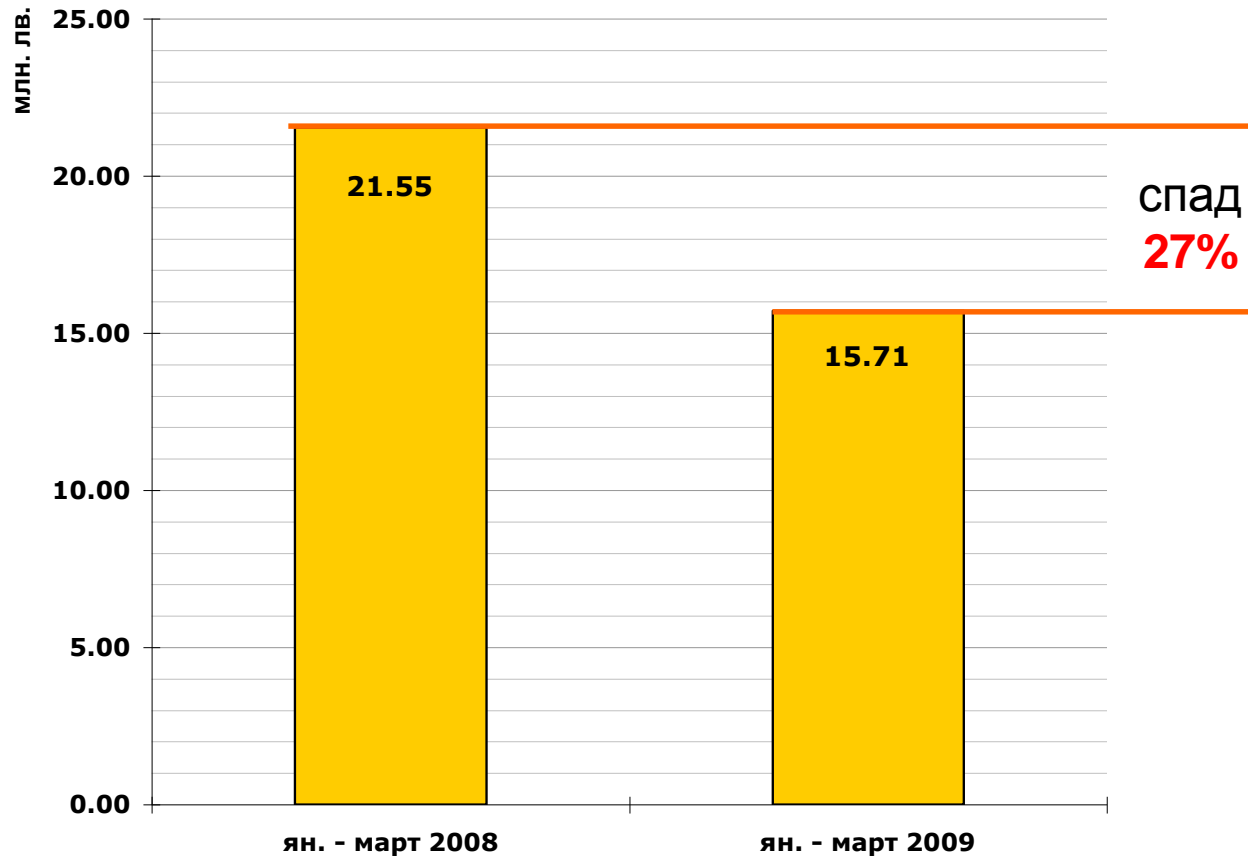
Нетни бюджети и ръст в преса януари – март 2008 / януари – март 2009



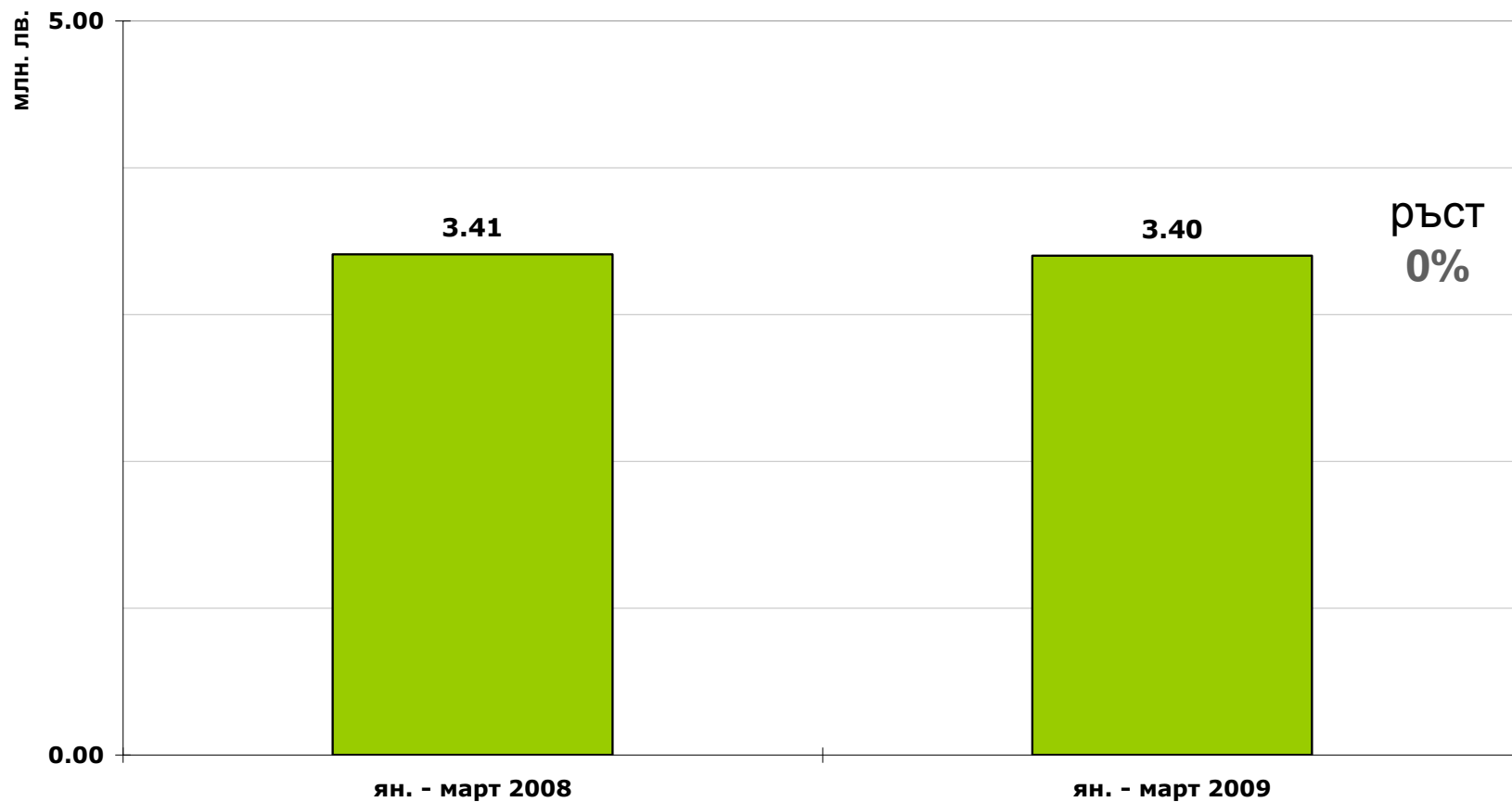
Нетни бюджети и ръст в радио януари – март 2008 / януари – март 2009



Нетни бюджети и ръст – Външна реклама, януари – март 2008 / януари – март 2009



Нетни бюджети и ръст на Интернет пазара в България, януари – март 2008 / януари – март 2009



Промени в цените за реклама в началото на 2009

Телевизия – **намаление** на цените 25 – 28%

Преса – **увеличение** на цените около 10%

Радио – няма промяна на цените от края на 2008

Интернет – няма промяна на цените

Външна реклама – **намаление** на цените около 15%

Какво **очакват** по света през 2009?

Спад на рекламните разходи във Великобритания с 8,4%, в САЩ - 6.6%, в Испания - 7,6%.

Силен **спад** в телевизията: във Франция спад от 5,5%, във Великобритания - 7.7%, в Испания - 12%.

Традиционните медии - преса и радио – намалението на рекламните бюджети **ще ускори спада** на аудиторията им.

Рекламата в Интернет не е имунизирана и също ще понесе **спад**.

Данните за Русия, за първите 11 седмици показват значителен **спад** от близо 30%.

Източник: сп. Screen Digest, февруари 2009 и др.