

СКРЫТАЯ «НАРУЖКА» ХАРАКТЕРНЫМИ ПРИЗНАКАМИ РЫНКА НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ НОВОРОССИЙСКА ЯВЛЯЮТСЯ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПОВЕРХНОСТЕЙ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО СРЕДИ МЕСНЫХ ИГРОКОВ, «ДЛИННЫЕ» КОНТРАКТЫ С МЭРИЕЙ И ПРЕОБЛАДАНИЕ УСТАРЕВШИХ ФОРМ И ВИДОВ РЕКЛАМЫ. ЭКСПЕРТЫ И УЧАСТНИКИ РЫНКА ТАКЖЕ ОТМЕЧАЮТ ПЕРЕНАСЫЩЕННОСТЬ ГОРОДА ПРОДАЮЩИМИ ПОВЕРХНОСТЯМИ И НЕДОСТАТОЧНО ВЫСОКИЕ ДОХОДЫ ГОРОДА ОТ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ПРАВА НА РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ.

АНДРЕЙ НИМЧЕНКО

В целом по России первая половина 2018 года не показала значительных изменений на рынке наружной рекламы. По данным ГК «Финам», на ее долю по-прежнему приходится 8,8% объема рынка, эта цифра сохраняется стабильной с 2017 года. Аналитик ГК «Финам» Алексей Коренев отмечает определенную консервативность этого сегмента рекламоносителей, подчеркивая, что есть категории товаров и услуг, предложение которых именно посредством наружной рекламы дает наибольшую эффективность. Он также подчеркивает, что городская «наружка» более ориентирована на рекламу местных товаров в сравнении с интернетом или телевидением. Все это дает основание считать, что рынок «наружки» будет сохранять стабильность и в дальнейшем.

РЫНОК СТАБИЛЕН Одним из наиболее крупных муниципальных рынков наружной рекламы в Краснодарском крае является Новороссийск. Практически все участки под рекламные поверхности здесь находятся в собственности мэрии. По данным администрации города-героя, на них расположены 652 рекламные конструкции. При этом две трети поверхностей были распределены в ходе конкурсных процедур в 2013 году, а разрешения выданы победителям конкурсов сроком до 2023 года.

В настоящий момент основными операторами наружной рекламы Новороссийска являются пять компаний: ООО «Агни», ООО «Сайлайн-Про», ООО «Медиа

Профи», ПК «Dress code», ООО «Медиа Сити». Все победители конкурсов зарегистрированы в Новороссийске, краевых или федеральных игроков среди них нет. Опрос этих компаний журналистами «ЭР» показал их высокую закрытость.

По данным «СПАРК-Интерфакс», стопроцентным собственником ООО «Сайлайн-Про» является Виктория Маслова, которой также принадлежат 100% долей в ООО «Европа плюс Новороссийск», ООО «Радио-Прогресс», ООО «РБС медиа», зарегистрированных в городе-герое. Госпожа Маслова входит в состав учредителей и другого победителя конкурсов мэрии — ООО «Агни», где ей принадлежит доля уставного капитала 16,7%. При этом директор ООО «Агни» Екатерина Литвинова одновременно является и директором ООО «Сайлайн-Про».

Раскрывать какие-либо подробности о том, сколько конкретно конструкций находятся в управлении обеих компаний, в обществах не стали, отказавшись от комментариев и по другим вопросам «ЭР». Также не стали отвечать на вопросы «ЭР» в компаниях «Dress code», «Медиа Сити» и ООО «Медиа-Профи». По данным сайта последнего, ООО «Медиа-Профи» принадлежит 104 скроллера и 119 билбордов в Новороссийске. По информации «СПАРК-Интерфакс», уставный капитал компании в равных долях поделен между жителями Новороссийска Артемом и Аветисом Антоньян.

В мэрии города-героя не ответили на запрос «ЭР», сколько и какие рекламные конструкции находятся в пользовании конкретных игроков рынка. Также не со-

общили суммы контрактов с компаниями-победителями муниципальных торгов на право размещения «наружки».

КОНСТРУКТИВНЫЙ ПЕРЕБОР Генеральный директор РПК «Гравитация» (занимается изготовлением и размещением наружной рекламы в Краснодаре и Краснодарском крае) Ирина Чумакова отмечает, что в смысле характера наружной рекламы Новороссийск можно назвать «городом щитов» формата 6x3 м. «Призматроны здесь не используются, только статичные поверхности. Также в Новороссийске много ситибордов 4x3 м. Форматов меньше 3 кв. м. рекламной площади (сюда входят сити-форматы и афиши) очень много, почти на каждой остановке — по информационной доске с рекламой», — сообщила госпожа Чумакова.

В администрации Новороссийска уточнили, что 210 рекламных поверхностей в городе — формата 1,9 м на 1,4 м (пилоны, сити-формат), 150 конструкций — 2,7 м на 3,7 м (скроллеры, сити-борды). Стандартные двусторонние билборды 3 м на 6 м являются наиболее частой формой наружной рекламы, их в Новороссийске 250 штук. Кроме того, в городе установлены три светодиодных экрана формата 7 м на 8 м.

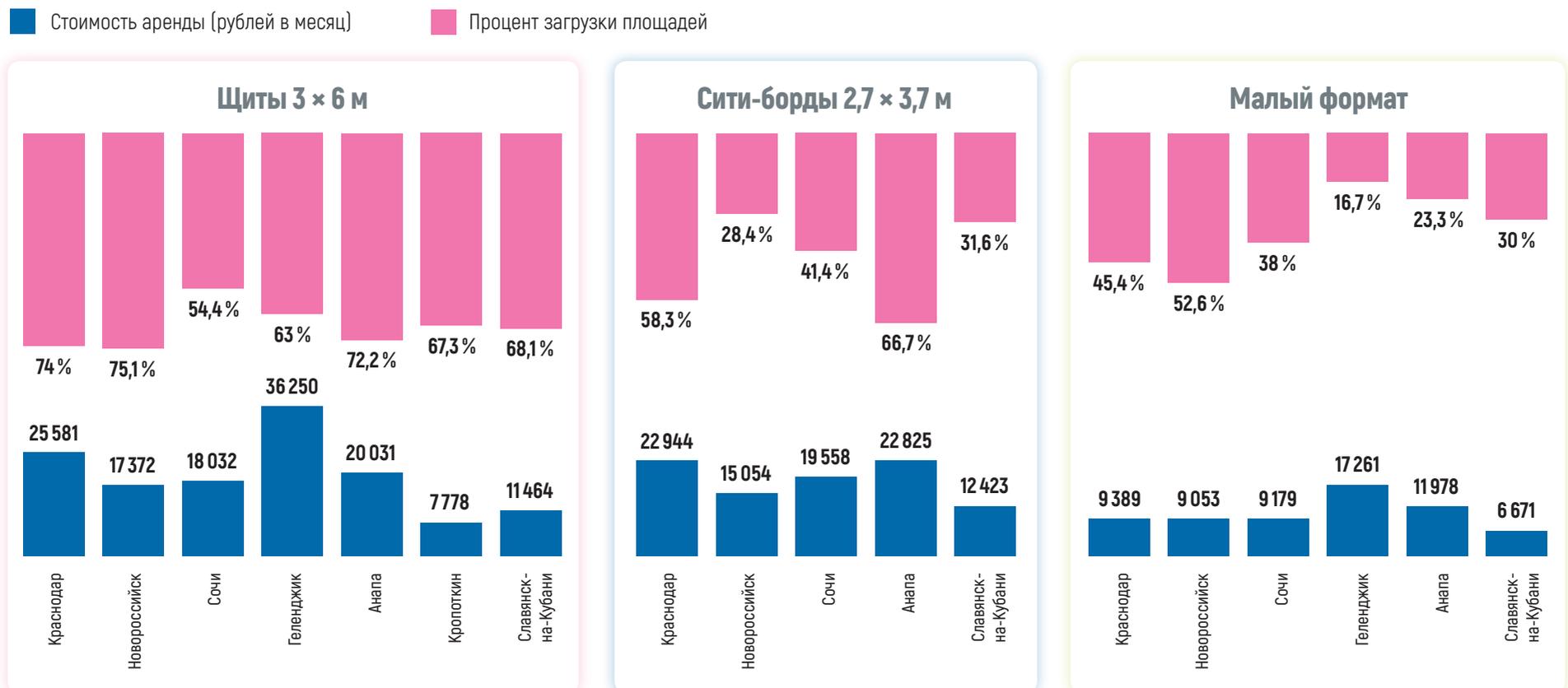
Опрошенные «ЭР» участники рынка считают, что Новороссийск перенасыщен наружной рекламой. «Их слишком много, при этом мы видим порой полное пренебрежение ГОСТом: на одном перекрестке могут находиться до десяти поверхностей, между некоторыми из них расстояние меньше одного метра», — говорит

госпожа Чумакова. По ее мнению, город должен был бы пойти по пути реформирования рынка рекламы, как это уже сделано, к примеру, в Краснодаре, Москве и Санкт-Петербурге, где отказались от такой «рекламной узурпации», значительно уменьшив общее количество рекламных конструкций. Напомним, в Краснодаре реформа была проведена в 2013 году. По данным мэрии города, на тот момент в нем насчитывалось около 5 тыс. конструкций больших, средних и малых форматов. Сейчас их порядка 1700. Общая площадь рекламных поверхностей в городе сократилась с 56,6 до 27,6 тыс. кв. м. Наибольшее сокращение коснулось конструкций «щит 6x3», отмечают в мэрии.

ЗАГРУЗКА И ОБЪЕМ РЫНКА Директор РА «МедиаТрон» (изготавливает и размещает наружную рекламу в 52 населенных пунктах Краснодарского края) Роман Губенко отмечает, что средняя стоимость размещения «наружки» в Новороссийске сопоставима с ценами в Краснодаре. «Но несмотря на это, спрос на наружную рекламу в Новороссийске высокий, предложения также на уровне. Благодаря чему мы отмечаем высокую заполняемость конструкций». Объем рынка наружной рекламы в денежном выражении господин Губенко оценил в 80–100 млн руб. в год.

Госпожа Чумакова назвала цифру в 132 млн руб. По ее данным, среднегодовая загруженность рекламных конструкций составляет 50–65% с максимальными показателями заполняемости в августе и декабре и минимальными — в январе и феврале. Собеседница

Средняя стоимость аренды и загрузка рекламных поверхностей в городах Краснодарского края



Данные all-billboards.ru на октябрь 2018 года