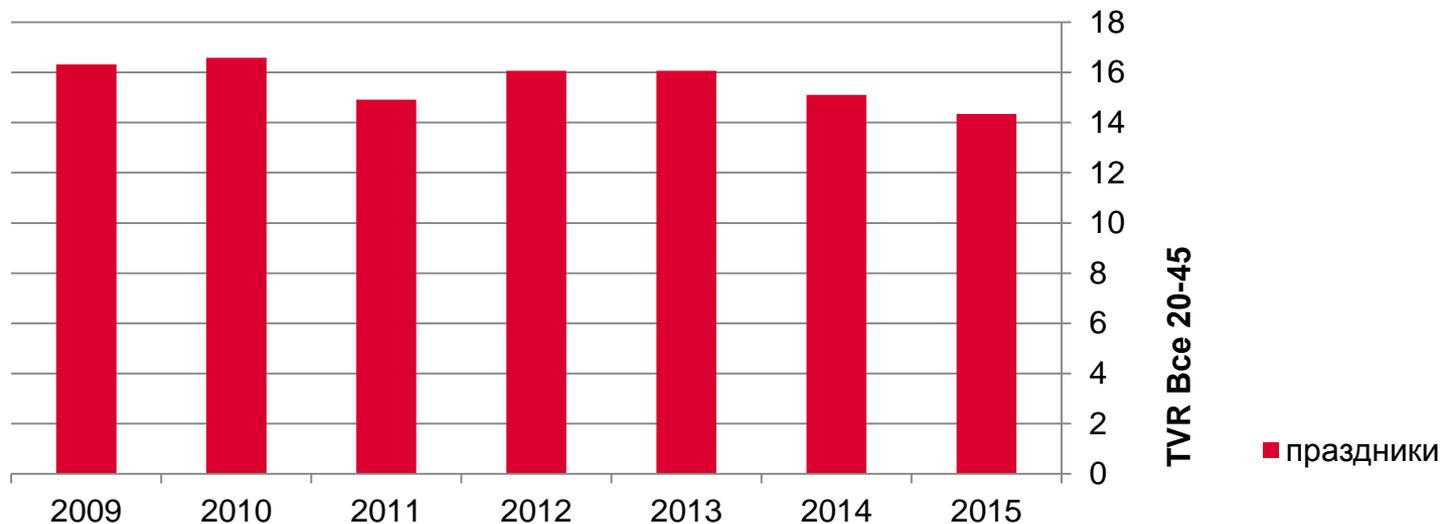


■ АГЕНТСТВО HAVAS MEDIA  
■ ПРЕДСТАВЛЯЕТ АНАЛИЗ  
НОВОГОДНИХ КАНИКУЛ НА ТВ:  
ЗРИТЕЛИ ВЫБРАЛИ КИНО И  
НОВОСТИ,  
А РЕКЛАМОДАТЕЛИ  
ЗНАЧИТЕЛЬНО СОКРАТИЛИ  
АКТИВНОСТЬ

## Среднее телесмотрение



### Илья Куценко, коммерческий директор Havas Media Group:

Статистика 2009-2010 годов демонстрирует, что обычно, в кризисные периоды уровень телесмотрения несколько растет. Люди начинают меньше выезжать на праздники за границу и коротать время у телевизора. Как только экономическая ситуация в стране стабилизируется – телесмотрение возвращается на прежний уровень, как это произошло в 2011 году. Вопреки ожиданиям, вместо роста, в новогодний период 2015 года, ТВ-рейтинги показали отрицательную динамику - самый низкий уровень просмотра за последние 7 лет. Это можно объяснить ухудшением качества инвентаря каналов, постановкой в эфир непремьерных фильмов и передач, которое, вероятно, происходит «по кризисным соображениям», с целью сокращения затрат телеканалов на производство контента.

# Телезрители выбрали кино и новости

	Duration**	Доля времени в эфире	Average Time View*	Доля телесмотрения	Динамика 31.12.14-07.01.15 к 31.12.13-07.01.14	
	31.12.14 - 07.01.15	31.12.14-07.01.15	31.12.14 - 07.01.15	31.12.14-07.01.15	Duration	Average time view
Кинофильм	3,542,769	21%	29,828	30%	-9%	-11%
Телесериал	2,944,593	18%	17,089	17%	31%	-20%
Современная музыка, эстрадный концерт	1,676,430	10%	5,506	6%	19%	-11%
Мультипликационный сериал	1,491,853	9%	3,193	3%	29%	35%
Мультипликационный фильм	1,172,798	7%	7,004	7%	12%	-31%
Ежедневные новости	1,131,093	7%	3,341	3%	8%	39%
Юмористическая передача	912,926	5%	12,741	13%	51%	44%
Музыкально-развлекательная передача	586,873	3%	855	1%	20%	-34%
Документальный сериал	436,753	3%	1,363	1%	0%	-23%
Другая развлекательная передача	340,641	2%	1,410	1%	20%	53%
География и страноведение	252,181	2%	1,183	1%	13%	8%
Смешанный концерт, шоу, цирк	242,914	1%	3,614	4%	24%	6%
Документальный фильм	240,815	1%	1,164	1%	-2%	34%
Игра-викторина, соревнование	231,025	1%	3,032	3%	17%	36%
Трансляция спортивного мероприятия	185,226	1%	704	1%	-42%	-53%
Другая информационная передача	178,356	1%	463	0%	60%	136%
Информационно-аналитическая передача	130,227	1%	423	0%	116%	243%
Социально-публицистическая передача	112,746	1%	901	1%	632%	661%
Передача о животных, растениях	106,937	1%	147	0%	834%	346%
Женская передача, кулинарное шоу	106,580	1%	224	0%	181%	197%
Реалити-шоу	92,195	1%	1,293	1%	-71%	-35%
Классическая музыка, балет, опера	80,011	0%	100	0%	3%	-19%
Ток-шоу	55,219	0%	1,160	1%	431%	1720%
Религиозная передача	51,573	0%	280	0%	20%	-8%
Научно-популярная передача	49,961	0%	135	0%	-47%	-85%
Передача о спорте и спортсменах	46,783	0%	135	0%	156%	123%

Источник: TNS Media Research, TV Index Russia, 31дек-7января 2013-2014 и 2014-2015 гг, Аудитория: Все 20-45

\* Суммарная длительность просмотра передач жанра за период на одного человека из целевой аудитории

\*\* Суммарная фактическая длительность передач жанра на телевидении

# Телезрители выбрали кино и новости

2014 год оказался богатым на политические, экономические и социальные события. Повышенный интерес аудитории обусловил рост просмотра новостных и информационных передач и, соответственно, увеличение их объемов в эфире. Эти тенденции сказались и на новогодних теле-эфирах. Однако, несмотря ни на что, традиционно господствовал праздничный контент.

Кинофильмы и телесериалы собрали наибольшую аудиторию, хотя, просмотр кинофильмов снизился на 11%, а их количество сократилось с 380 до 346. Несмотря на рост общей продолжительности сериалов в эфире на 31%, их совокупный просмотр снизился на 20%.

Значительно выросла популярность «не праздничных» форматов: новостей, социально-публицистических и информационно-аналитических программ. Их суммарное время в эфире увеличилось. Так, просмотр новостей выросло на Первом канале, России 1 и России 24. Последний - обеспечил рост категории информационно-аналитических программ («Вести. Интервью», «Вести. Экономика» и «Вести. Репортаж»), а т/к Пятница – социально-публицистических («Ревизорро»).

Значительный рост показали юмористические передачи – и просмотр, и длительность в эфире увеличились на 51%: лидерами оказались выросшие «Comedy Club» и «Comedy Woman» (а также, новый для этого периода проект - «Однажды в России») на ТНТ, на СТС - «Уральские Пельмени». Свой вклад в копилку жанра осуществила и Россия 1 с пятью крупными программами.

Кроме того, **наблюдается всплеск формата Ток-Шоу** за счет инвентаря Первого Канала. Если на рубеже 2013 и 2014 годов Первый Канал показывал только «Модный приговор», то в последние каникулы к нему добавилось целых четыре программы: «Пусть говорят», «Сегодня вечером», «Наедине со всеми» и «Мужское/Женское». Три из пяти программ - не являются новыми, однако, на прошлых праздниках почти все были сняты с эфира.

Стоит заметить, что на просмотр оказывают влияние три фактора: 1) Объем минут в эфире; 2) Канал, на котором расположен объем; 3) Интерес телезрителей.

Если говорить о 10-ке лидеров эфира 31 декабря, то 8 из 10 событий прошлогодних праздников попали и в свежий ТОП. Это традиционные новогодние кинофильмы и развлекательные передачи и, конечно же, поздравление Президента. Кинофильмы лидируют и с 1 по 7 января: Первый канал снова поставил в эфир «Аватар» и «Один дома – 2» – и они заняли 1 и 2 места в топе. Кроме того, в ТОП-10 попали два новостных выпуска за 3 января.



## **Елена Белова, генеральный директор Navas Media:**

*Неизменная популярность у аудитории кинофильмов и сериалов, а соответственно, и значительная доля эфирного времени, отведенного для их трансляций – хорошо прогнозируемы, какой же Новый год без мандаринов и «Иронии судьбы»?*

*Рост востребованности новостей определен сложной экономической ситуацией, а также, разнообразными политическими волнениями вокруг России. К кризисной составляющей можно отнести и увеличение в теле-эфире количества программ формата «ток-шоу», поскольку, производство ток-шоу обходится телеканалам дешевле, нежели закупка программинга.*

Источник: TNS Media Research, TV Index Russia, 31дек-7января 2013-2014 и 2014-2015 гг, Аудитория: Все 20-45

\* Суммарная длительность просмотра передач жанра за период на одного человека из целевой аудитории

\*\* Суммарная фактическая длительность передач жанра на телевидении

# ТОП-10 Передач 31 декабря

## 31 декабря 2013 года

Программа	Время начала	Дата	Телеканал	Категория	TVR
Новогоднее обращение Президента России Владимира Владимировича Путина	23:54:35	31.12.20	ПЕРВЫЙ 13 КАНАЛ	Поздравление	15.1 1
Новогодняя ночь на Первом	0:04:37	31.12.20	ПЕРВЫЙ 13 КАНАЛ	Смешанный концерт, шоу, цирк	7.99
Ирония судьбы, или с легким паром	18:15:19	31.12.20	ПЕРВЫЙ 13 КАНАЛ	Кинофильм	7.62
Проводы Старого года на Первом	21:22:02	31.12.20	ПЕРВЫЙ 13 КАНАЛ	Смешанный концерт, шоу, цирк	7.09
Иван Васильевич меняет профессию	16:44:35	31.12.20	ПЕРВЫЙ 13 КАНАЛ	Кинофильм	6.95
Новогоднее обращение Президента России Владимира Владимировича Путина	23:54:36	31.12.20	13 РОССИЯ 1	Поздравление	6.94
Бриллиантовая рука	19:15:00	31.12.20	13 РОССИЯ 1	Кинофильм	6.19
Новогодний парад Звезд	22:36:33	31.12.20	13 РОССИЯ 1	Современная музыка, эстрадный концерт	5.35
Три богатыря	21:01:56	31.12.20	13 РОССИЯ 1	Кинофильм	5.07
Джентльмены удачи	17:41:03	31.12.20	13 РОССИЯ 1	Кинофильм	4.98

## 31 декабря 2014 года

Программа	Время начала	Дата	Телеканал	Категория	TVR
Новогоднее обращение Президента России Владимира Владимировича Путина	23:56:16	31.12.2014	ПЕРВЫЙ КАНАЛ	Поздравление	12.6 9
Новогоднее обращение Президента России Владимира Владимировича Путина	23:56:10	31.12.2014	РОССИЯ 1	Поздравление	8.6
Джентльмены удачи	17:58:19	31.12.2014	ПЕРВЫЙ КАНАЛ	Кинофильм	7.71
Ирония судьбы, или с легким паром	19:23:38	31.12.2014	ПЕРВЫЙ КАНАЛ	Кинофильм	7.58
Проводы Старого года на Первом	22:30:09	31.12.2014	ПЕРВЫЙ КАНАЛ	Смешанный концерт, шоу, цирк	6.85
Иван Васильевич меняет профессию	20:38:06	31.12.2014	РОССИЯ 1	Кинофильм	6.48
Новогодняя ночь на Первом	24:04:45	31.12.2014	ПЕРВЫЙ КАНАЛ	Смешанный концерт, шоу, цирк	6.21
Новогодний парад Звезд	22:16:03	31.12.2014	РОССИЯ 1	Современная музыка, эстрадный концерт	5.92
Самогонщики	17:38:15	31.12.2014	ПЕРВЫЙ КАНАЛ	Кинофильм	5.59
Уральские пельмени	22:54:21	31.12.2014	СТС	Юмористическая передача	5.22

# ТОП-10 Передач 1-7 января

## 1-7 января 2014 года

Программа	Время начала	Дата	Телеканал	Категория	TVR
Аватар	22:45:39	01.01.20	ПЕРВЫЙ 14 КАНАЛ	Кинофильм	8.93
Интерны	22:30:13	05.01.20	14 ТНТ	Телесериал	6.12
Один дома-2	13:51:43	03.01.20	ПЕРВЫЙ 14 КАНАЛ	Кинофильм	6.1
Голосащий КиВиН-2013	21:16:34	02.01.20	ПЕРВЫЙ 14 КАНАЛ	Игра-викторина, соревнование	6.01
КВН - 2013. Высшая лига	18:22:01	06.01.20	ПЕРВЫЙ 14 КАНАЛ	Игра-викторина, соревнование	5.86
Ледниковый период 4: Континентальный дрейф	12:10:27	02.01.20	ПЕРВЫЙ 14 КАНАЛ	Мультпликационны й фильм	5.76
Время	21:00:04	06.01.20	ПЕРВЫЙ 14 КАНАЛ	Ежедневные новости	5.65
Шрек - 2	20:58:31	04.01.20	14 СТС	Мультпликационны й фильм	5.53
Универ. Новая общага	22:30:44	07.01.20	14 ТНТ	Телесериал	5.47
Интерны	21:58:55	05.01.20	14 ТНТ	Телесериал	5.27

## 1-7 января 2015 года

Программа	Время начала	Дата	Телеканал	Категория	TVR
Аватар	22:34:29	01.01.2015	ПЕРВЫЙ КАНАЛ	Кинофильм	6.19
Один дома-2	14:06:18	02.01.2015	ПЕРВЫЙ КАНАЛ	Кинофильм	5.84
Ирония судьбы. Продолжение	18:15:28	01.01.2015	ПЕРВЫЙ КАНАЛ	Кинофильм	5.8
Подарок с характером	16:21:28	03.01.2015	ПЕРВЫЙ КАНАЛ	Кинофильм	5.44
Ночь в музее - 2	14:22:04	03.01.2015	ПЕРВЫЙ КАНАЛ	Кинофильм	5.21
КВН - 2014. Летний кубок	18:48:28	03.01.2015	ПЕРВЫЙ КАНАЛ	Игра-викторина, соревнование	5.02
Один дома	12:15:21	02.01.2015	ПЕРВЫЙ КАНАЛ	Кинофильм	4.98
Вечерние новости	18:00:13	03.01.2015	ПЕРВЫЙ КАНАЛ	Ежедневные новости	4.87
Джентльмены удачи	12:11:17	01.01.2015	ПЕРВЫЙ КАНАЛ	Кинофильм	4.77
Время	21:00:12	03.01.2015	ПЕРВЫЙ КАНАЛ	Ежедневные новости	4.76

# Рекламодатели впервые за последние годы показали отрицательную динамику активности на национальном ТВ

---

Сопоставление данных периода времени с 31 декабря по 7 января за 4 последних года наглядно демонстрирует, что на протяжении 3-х предшествующих лет количество рейтингов в данный период держалось примерно на одном уровне и даже немного росло, а в нынешние новогодние выходные сокращение рекламных эфиров в сумме достигло 36%.

Традиционно, более 94% рекламных рейтингов праздничного ТВ занимает прямое размещение. Все три предыдущих года наибольшее количество прямой рекламы транслировали ТОП-5 телеканалов: ТНТ, СТС, Первый, Россия1 и НТВ. 2015 год поколебал рекламные позиции вещателей. На первую строчку поднялся канал СТС, за которым следуют: Первый, Россия1, ТНТ и РенТВ.

Практически на всех каналах зафиксировано сокращение рекламы - от 16 до 64 % (в 1.5-3 раза). Сохранить прежние позиции удалось телеканалам: Домашний и Перец; а каналы Россия 24, Карусель и МузТВ даже увеличили количество рекламных размещений. Количество рекламы в эфире лидера прежних лет – телеканала ТНТ - сократилось почти в 3 раза, в эфире НТВ - вдвое.

Аналитики Navas Media отмечают, что последние годы у ключевых телеканалов наблюдается социальная тенденция полного или частичного отказа размещать рекламу 31 декабря и 1 января. 2015 год лишь усилил этот тренд - рекламные паузы присутствовали только на телеканалах СТС, РенТВ, Домашний и Перец. Возвращение рекламы произошло 2-го числа, однако, в меньшем объеме, чем в предыдущие годы. В значительной степени, именно демонстрация рекламы 31 декабря позволила телеканалу СТС занять ключевую позицию в размещении рекламы по итогам новогодних праздников.

# Общий объем прямого размещения на всех национальных каналах сократился на 36%



- СТС
- Первый канал
- Россия 1
- ТНТ
- Рен ТВ
- НТВ
- Домашний
- Пятый канал
- Перец
- Пятница
- ТВ-3
- Россия 2
- ТВЦ
- Звезда
- Ю
- Дисней
- RU.TV
- Россия24
- 2X2
- CTC LOVE
- Карусель
- Муз ТВ
- Мир
- Euronews
- Россия К
- Семерка



## Илья Куценко, коммерческий директор Navas Media Group:

Ощутимое уменьшение объемов рекламы на ТВ можно объяснить влиянием нескольких значимых факторов.

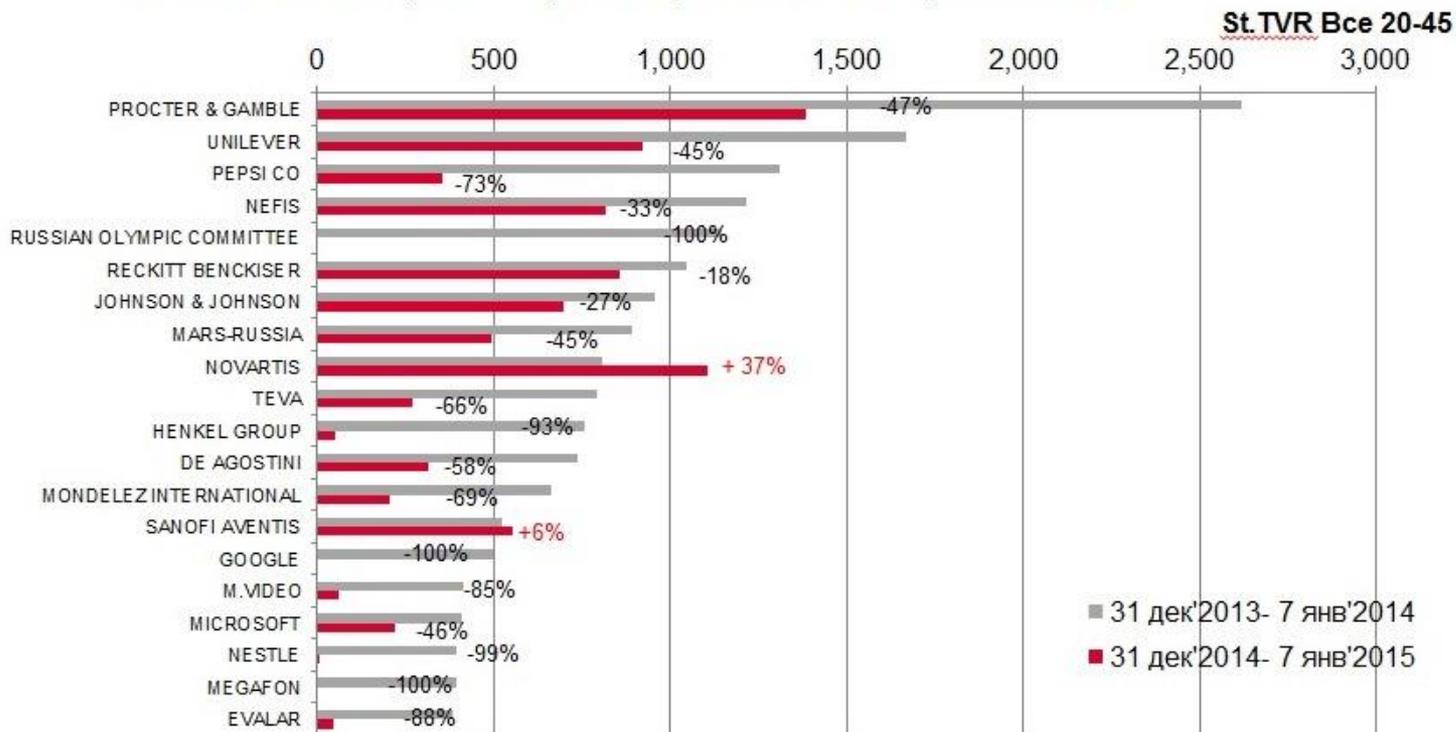
В первую очередь – рекламная база прошлого года была на порядок выше, поскольку, 16 % всех ТВ-размещений в период новогодних праздников приходилось на долю рекламодателей-спонсоров Олимпиады и продвижение Российского Олимпийского Комитета. Если же сравнить нынешнее уменьшение рекламных объемов с данными 2013 года, то доля падения сразу уменьшится до 28%.

Спад в экономике страны внес негативную лепту – в ожидании уменьшения продаж своих товаров и услуг многие бренды предпочли сократить маркетинговую активность в низкоприоритетный, с точки зрения продаж, январь.

Не последнюю роль сыграло и то, что сделки на 2015 год начали заключаться достаточно поздно, и в итоге, не более половины рекламодателей успели договориться с селлерами до конца 2014 года.

# Многие рекламодатели сократили объемы

## Изменение объемов рекламы у ТОП-20 рекламодателей прошлого года



### Илья Куценко, коммерческий директор Havas Media Group:

В 20-ке ключевых рекламодателей наблюдаются изменения: в новогодний период с экранов полностью исчезла реклама Google, Megafon, почти полностью – Nestle, Henkel, M.Видео. Подобная ситуация могла возникнуть вследствие того, что сделки на 2015 год начали заключаться достаточно поздно, и в итоге, не более половины рекламодателей успели договориться с селлерами до конца 2014 года.

Увеличивают объемы только фармацевтические корпорации, которые, вероятно, активно поддерживают на ТВ свои противовирусные препараты в период наиболее эффективный для увеличения продаж.

