

Алексей Волин: Объем ТВ-рекламы сократился почти на 30%

В январе 2015 года объем рекламы на телеканалах снизился на 28%, объем радиорекламы сократился на 30%. Сильнее всего пострадали печатные СМИ, где рекламы стало меньше на 35–40% в зависимости от сегмента. Наибольшие потери наблюдались у журналов. Об этом в интервью телеканалу РБК заявил заместитель главы Минкомсвязи Алексей Волин.



По данным чиновника, рынок наружной рекламы продолжает падать с лета прошлого года. Оценка объема рекламного рынка в медиа в целом упала с 10 млрд долларов в 2013 году до 5 млрд, заявил он. Эти цифры сопоставимы с кризисным 2009 годом. Волин подчеркнул, что «СМИ находятся в очень тяжелом состоянии», поэтому для выхода из кризиса государство и сами медиа должны предпринять «ряд шагов».

Замминистра посоветовал СМИ работать над качеством, поскольку государство не собирается «раздавать деньги», но будет создавать условия для заработка в медиаотрасли. Сейчас индустрия предлагает вернуть рекламу алкоголя и табачных изделий, а также разрешить продвижение рецептурных лекарств.

Министерство поддерживает возвращение рекламы на платные каналы с 75% отечественного контента и рассчитывает, что в течение нескольких месяцев эта норма начнет работать. «Если бы зависело от Минкомсвязи, заработало бы уже вчера», – цитирует Волина Sostav.ru.

<http://jourdom.ru/news/66994>

4 февраля 2015