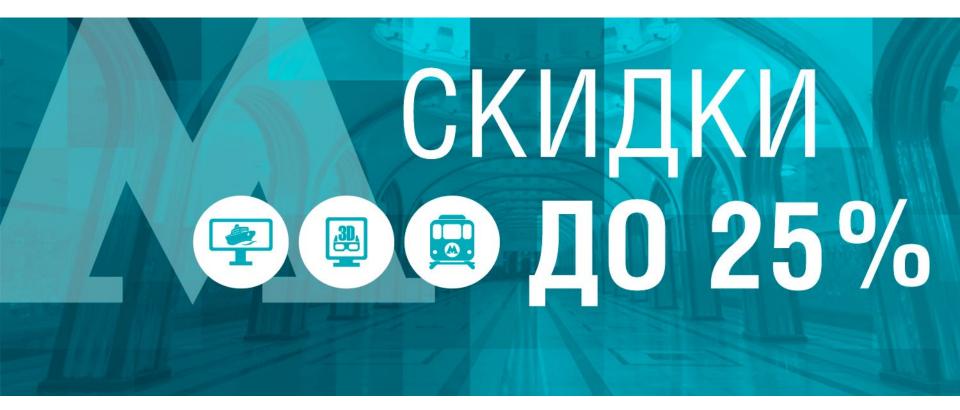


Реклама в московском метрополитене







Наша компания предлагает эксклюзивные условия по размещению в Московском метрополитене





#### Московский метрополитен сегодня



- Пассажиропоток в день более 7 млн. чел.
- Пассажиропоток в год 2,388 млрд. чел.
- Общая протяженность 305,7 км.
- Кол-во линий 12, кол-во станций 185
- Среднее время, проводимое пассажиром в метро за всю жизнь более 2 лет.
- Московское метро вторая в мире по интенсивности использования система метро после Токио.







# Реклама в «номерных»\* вагонах



\* «Номерные» вагоны — это классические вагоны 81-й серии, составляющие сегодня основу подвижного парка Московского метрополитена . Наименование «номерные» получили из-за того, что не имеют словесного наименования (в отличие от, например, вагонов «Русич»).

«Номерные» вагоны курсируют по линиям: Замоскворецкая, Каховская, Сокольническая, Таганско-Краснопресненская, Калужско-Рижская, Серпуховско-Тимирязевская, Калининская, Люблинская





#### Схема размещения рекламных мест







#### Стикеры 30х40 см в простенке





- Формат: 30х40 см.
- Стикеры могут располагаться в простенке на **первом** и **втором** ярусах: это один из **самых популярных** форматов рекламы в метро.
- Первый ярус рекламные места, расположенные в верхней части простенка с правой и левой стороны от дверей. При таком размещении стикеры видны даже при максимальном заполнении вагона в пиковые часы (фото слева).
- Второй ярус рекламные места, расположенные в простенке под первым ярусом, непосредственно над спинками диванов для пассажиров (фото справа). Стоимость мест на 30 50% ниже по сравнению с первым ярусом.





#### Стикеры 30х40 см в торцах вагонов



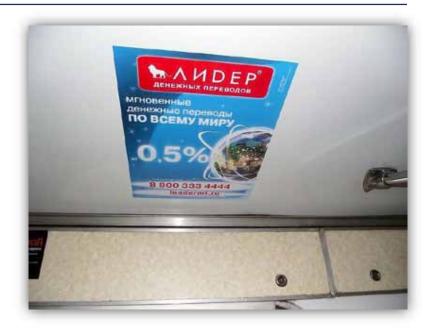
- Формат: 30х40 см.
- Стикеры могут располагаться в торцах головных и последних вагонов поезда.





#### Стикеры 30х40 см на скосах





- Формат: 30х40 см.
- Стикеры могут располагаться на наклонной части потолка (скосы вагонов)
   в непосредственной близости от поручней для пассажиров.
- Стикеры на скосах открыты для обзора в любое время вне зависимости от заполненности вагона.





#### Стикеры нестандартного размера



- Формат: 60х40 см, 30х80 см, 60х80 см.
- Стикеры, расположенные на первом и втором ярусах, могут иметь **нестандартный размер,** например, **60х40 см, 30х80 см, 60х80 см** (четыре объединенных в один стикера 30х40 см, на фото).





#### Стикеры 48х12 см на панели





- Формат: 48х12 см.
- Стикеры расположены на панели над окнами и дверьми вагонов.
- Месторасположение стикеров делает их заметными даже в пиковые часы.
- Оптимальное соотношение между затратами на рекламу и ее эффективностью делают стикеры на панели особенно привлекательными для представителей малого и среднего бизнеса.





#### Реклама на схеме линий метрополитена





- Формат: 330х160 мм, 660х160 мм и 208х293 мм.
- Рекламные поля расположены на схемах линий метрополитена.
- Схемы линий расклеены во всех вагонах, что обеспечивает 100% охват пассажиров.





# Реклама в вагонах типа «Русич»\*



\* Современные вагоны «Русич» составляют 10% от общего числа составов Московского метрополитена. Вагоны «Русич» курсируют по линиям: Кольцевая, Филевская, Бутовская, Арбатско-Покровская.





#### Схема размещения рекламных мест







#### Стикеры 30х40 см





- Формат: 30х40 см.
- Стикеры расположены в вагонах «Русич» в простенках между окнами и дверьми.
- **Первый ярус** рекламные места, расположенные в верхней части простенка с правой и левой стороны от дверей.
- **Второй ярус** стикеры размещаются в простенке под первым ярусом, непосредственно над спинками диванов для пассажиров.

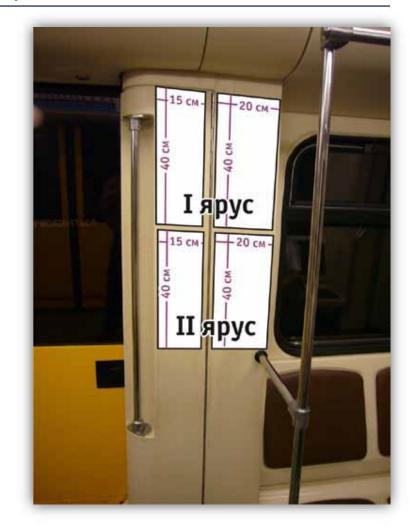




#### Стикеры 15х40 см и 20х40 см в простенке



- Формат: 15х40 см и 20х40 см
- Стикеры 15х40 см расположены слева в простенке, стикеры 20х40 см справа в простенке.







#### Стикеры 30х20 см на панели





- Формат: 30х20 см.
- Стикеры расположены на панели над окнами и дверьми вагонов.
- Месторасположение стикеров делает их заметными даже в пиковые часы.
- Оптимальное соотношение между затратами на рекламу и ее эффективностью делают стикеры на панели особенно привлекательными для представителей малого и среднего бизнеса.





## Реклама на эскалаторных сводах и в переходах













#### Щиты на эскалаторных сводах





- Формат: 1,8х1,2 м.
- Рекламные щиты формата **1,8х1,2 м** расположены по обеим сторонам эскалатора.
- На щитах возможно размещение как рекламы имиджевого характера, так и конкретной информации о деятельности компании, например, схемы прохода к офису или торговым точкам рекламодателя.





#### Световые щиты



- Формат: 2,5х1 м, 3х1,5 м и 5х1,6 м.
- Световые щиты («лайтбоксы», «лобовины») установлены в самых оживленных местах станций и благодаря внушительным габаритам всегда видны без помех.





#### Несветовые щиты





- Формат: 1,2x1,2 м, 1,2x1,8 м, 1,8x1,2, 1,4x1 м, 1x1,4 м, 1x1 м и 3x1 м.
- Несветовые щиты установлены на стенах и сводах пересадочных узлов.
   Удачное месторасположение относительно движения пассажиропотоков ежедневно привлекают внимание миллионов пассажиров.





#### Реклама на флагах



- Формат: 1х1,5 м.
- Флаги формата обычно крепят в переходах на потолочных сводах.
   Реклама на флагах позволяет создать целые «истории» на висящих рядом рекламных носителях, а также продемонстрировать ассортимент товаров и услуг.
- Реклама наносится с двух сторон флагов и доступна для пассажиров, следующих в обоих направлениях.





### Реклама на платформах













#### Постеры на путевых стенах





- Формат: 4х2 м.
- Крупногабаритный носитель (4х2 м), обеспечивающий контакт с аудиторией в момент ожидания поезда.
- 3a 20 30 секунд пассажиры, ожидающие поезд, усваивают значительный объем информации о рекламируемых товарах или услугах.





### Реклама в вестибюлях













#### Световые щиты



- Формат: 1,2х1,8 м.
- Световые щиты («лайтбоксы») классического сити-формата **1,2х1,8 м** установлены в самых оживленный местах и гарантированно привлекут внимание пассажиров.





#### Несветовые щиты





- Формат: 1,2х1,2 м, 1,2х1,8 м, 1,8х1,2, 1,4х1 м, 1х1,4 м, 1х1 м и 3х1 м.
- Несветовые щиты органично вписаны в интерьер вестибюлей и позволяют организовать рекламную кампанию любого масштаба и сложности.





#### Информационные указатели





- Формат: 1,2х0,4 м.
- Указатели формата позволяют разместить лаконичное описание предлагаемых товаров и услуг, адресный блок, направление движения или схему прохода к офису или торговой точке.





#### Стикеры на дверях вестибюлей станций



- Формат: 23х57 см и 10х40 см.
- Носители расположены на входе и выходе станций метро. Существует два формата: 23x57 см (двусторонние стикеры, нижний блок) и 10x40 см (двусторонние стикеры, верхний блок).
- Пассажиры в буквальном смысле соприкасаются с рекламой на дверях





#### Стикеры на турникетах в вестибюлях станций





- Формат: 46x16 см и 16x16 см.
- Стикеры формата **46х16 см** размещаются на все турникеты в вестибюлях станции (фото слева).
- Стикеры формата **16х16 см** размещаются только на турникетах при выходе (фото справа).
- Такой формат делает контакт с размещаемой рекламой неизбежным и фиксируются пассажирами на подсознательном уровне при прохождении контрольно-пропускных устройств.





#### Стикеры на витражах выходных дверей станций



- Формат: 80х30 см.
- Хорошо подходят для имиджевой рекламы, рекламный носитель для четких и понятных сообщений.
- Реклама на витражах заметна со значительного расстояния.





## Нестандартные виды рекламы













#### Внутреннее брендирование вагонов



- Внутреннее брендирование вагонов это **полное** внутреннее оформление вагонов одним рекламодателем.
- Исследования показали большой **положительный интерес** пассажиров к новому и масштабному средству ознакомления с продвигаемым брендом.
- Новый формат позволяет разместить множество рекламных сюжетов, при этом реклама **заметна на 100%.**
- Больше возможностей для создания **нового, нестандартного** креатива.
- Стоимость одного стикера при полном брендировании существенно меньше,
   чем при размещении без брендирования.





#### Брендирование щитов на эскалаторных сводах





- Брендирование щитов на эскалаторных сводах размещение рекламы одного рекламодателя на всех местах, предусмотренных на эскалаторных сводах.
- Брендирование дает отличную возможность рассказать «историю» бренда от щита к щиту.





#### Справка о количестве вагонов под рекламу

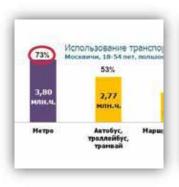
Данные на 2012.03.29

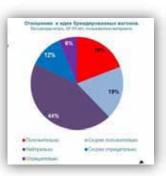
Линии метро	Общее кол - во вагонов, шт.	Кол-во вагонов под размещение стиров, шт.	Кол - во вагонов под брендирование , шт.
Сокольническая	416	232	154
Замоскворецкая	707	624	16
■ Калужско - Рижская	685	436	224
■ Таганско - Краснопреснеская	611	584	16
Серпуховско - Тимирязевская	738	664	16
<b>С</b>	218	170	16
■ Люблинская	467	338	16
■●■ Арбатско - Покровская	365	220	105
• Филевская	64	48	16
<b>■●■</b> Кольцевая	165	155	0
<b>Бутовская</b>	36	35	0



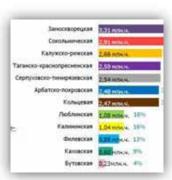


### Аналитические данные TNS















#### Метро - самый популярный вид общественного транспорта\*

- **Метро самый популярный** вид транспорта среди москвичей: метро пользуются **72%** жителей столицы в возрасте от 16 лет, то есть **6,59 млн.** человек.
- Наиболее активная часть населения (интернет-пользователи в возрасте от 18 до 54 лет)
   ездит на метро ничуть не меньше: 73% из них пользуются им хотя бы один раз в месяц.
   При этом, каждый третий (более миллиона человек) спускается в метро каждый день.



<sup>\*</sup>по данным TNS Marketing Index, 4 квартал 2011 г.







#### Метро - самый популярный вид общественного транспорта\*

Пользуются метро хотя бы раз в месяц

72% = 6 млн. 591 тыс. человек

Пользуются метро в будни

62% = 5 млн. 681 тыс. человек

Пользуются метро в выходные

42% = 3 млн. 858 тыс. человек

<sup>\*</sup>по данным TNS Marketing Index, 4 квартал 2011 г.







#### Отношение к рекламе в брендированных вагонах\*

- Исследование показало, что люди
   в целом хорошо относятся к идее
   брендированных вагонов: только 18%
   воспринимают ее негативно.
- Основными плюсами брендированного вагона пассажиры считают то, что он способен привлечь внимание к марке, предоставить большее количество информации о рекламируемом бренде. Кроме того, вагон респондентам кажется более стильным и аккуратным.

#### Отношение к идее брендированных вагонов.



<sup>\*</sup>по данным TNS, исследование "Эффективность брендирования вагона в Московском метрополитене", январь-февраль 2012 г.

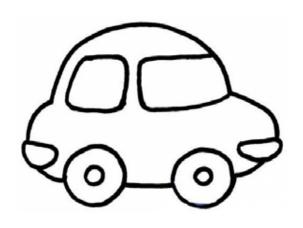






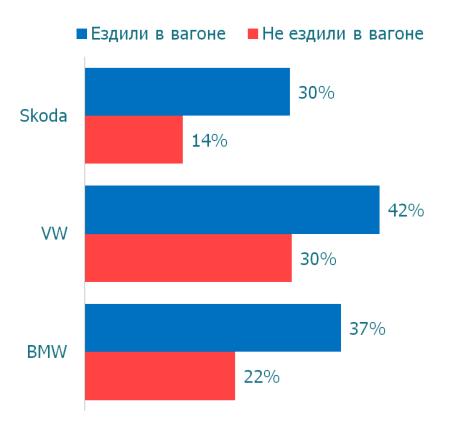
## Эффективность брендирования вагонов (по результатам PK Skoda, VW и BMW в янв-фев 2012 г.)\*

 Те, кто ездил в вагонах определенных марок, чаще рассматривает их в качестве потенциальной покупки, чем те, кто не ездил.



#### Марка будущего автомобиля

Пассажиры метро, 18-54 лет, пользователи интернета, планируют покупку авто



<sup>\*</sup>по данным TNS, исследование "Эффективность брендирования вагона в Московском метрополитене", январь-февраль 2012 г.







#### Использование линий метро за месяц\*

- Наиболее востребованной является Замоскворецкая линия: каждый второй пассажир пользуется ей не реже одного раза в месяц.
- Более трети пассажиров
  пользуются хотя бы раз
  за месяц Сокольнической,
  Калужско-Рижской, ТаганскоКраснопресненской,
  Серпуховско-Тимирязевской,
  Арбатско-Покровской
  и Кольцевой ветками метро.



<sup>\*</sup>по данным TNS Marketing Index, 4 квартал 2011 г.







#### Социально-демографический портрет пассажиров метро\*

	Пол	% от пассажиров	тыс. чел.
_	Мужской	44%	2 878
<ul><li>В целом, социально-</li></ul>	Женский	56%	3 713
демографическая	Возраст		
структура пассажиров	16-24	13%	890
метро <b>не сильно</b>	<i>25-34</i>	19%	1 269
•	<i>35-44</i>	17%	1 136
отличается от структуры	45-54	20%	1 282
населения в целом.	<i>55-64</i>	15%	965
	<i>65+</i>	16%	1 047
_	Образование		
<ul><li>Половина пассажиров</li></ul>	Высшее	40%	2 619
метро – люди <b>активного</b>	Среднее	55%	3 596
возраста.	Ниже среднего	5%	376
200640141	Семейное положение		
<ul> <li>40% пассажиров метро</li> </ul>	Женат/Замужем	52%	3 421
имеют <b>высшее</b>	Холост/Не замужем	48%	3 170
образование.			
ооразование.	Наличие детей в семье		
<ul> <li>У трети есть дети в семье.</li> </ul>	Есть	33%	2 150
	Нет	67%	4 440
	Количество человек в		
<ul> <li>Большинство пассажиров</li> </ul>	семье		
живут с <b>семьей</b> , однако	Один	13%	883
13% живут одни.	Два	21%	1 394
	Три	22%	1 478
о данным TNS Marketing Index, 4 квартал 2011 г.	Более четырех	22%	1 434
	Более пяти	21%	1 403

<sup>\*</sup>п







## Социально-демографический портрет пассажиров метро (продолжение)\*

64% пассажиров	Занятость	% от пассажиров	тыс.чел.
метро	Работают	64%	4 194
трудоустроены.	Не работают	36%	2 397
	Социальный статус		
Более чем у 40%	Руководители	10%	682
работа связана	Специалисты	16%	1 048
с умственным	Служащие	16%	1 037
трудом.	Рабочие	11%	727
Подавляющее	Студенты/ учащиеся	5%	307
большинство	Пенсионеры	23%	1 499
пассажиров	Безработные	3%	214
не испытывает	Домохозяйки	5%	351
серьезных	Материальное положение	% от ответивших	
финансовых	Хватает в лучшем случае на еду	1%	69
затруднений.	Хватает на еду и одежду	59%	3 846
1-71-1	Могут покупать дорогие вещи	40%	2 675
	Финансовый статус	% от ответивших	
	Высокообеспеченные	24%	1 469
	Обеспеченные	42%	2 552
	Средние	26%	1 626
	Малообеспеченные	8%	509

<sup>\*</sup>по данным TNS Marketing Index, 4 квартал 2011 г.







## Социально-демографический портрет пассажиров метро (продолжение)\*

<ul><li>У 43% пассажиров есть хотя бы один</li></ul>	Наличие автомобиля в семье	% от пассажиров	тыс. чел
автомобиль в семье.	Есть	43%	2 810
	Нет	55%	3 646
<ul><li>Более четверти пассажиров</li></ul>	Количество автомобилей	% от владельцев	
за последние полгода отдыхали	Один	33%	2 162
<b>в России,</b> а 16% -	Два	9%	583
за границей.	Три	1%	65
	Ни одного	55%	3 646
	Отдых	% от пассажиров	
	В России	28%	2 541
	За границей	16%	1 479

<sup>\*</sup>по данным TNS Marketing Index, 4 квартал 2011 г.



+7 (495) 902-52-52

zakaz@ekspertus.ru www.ekspertus.ru