



Министерство здравоохранения Российской Федерации
**НАЦИОНАЛЬНЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЦЕНТР ТЕРАПИИ И ПРОФИЛАКТИЧЕСКОЙ МЕДИЦИНЫ**

Медийное пространство и поведение детей: влияние на образ жизни

Концевая Анна Васильевна



Дети в современном цифровом пространстве

**1998-2005гг. –
первоисточники
информации
межличностные
каналы**



**2012г. – значительное
опережение интернета**



Дети – потребители «три в одном»

- они делают покупки на свои карманные деньги;
- влияют на решения родителей;
- формируют свои собственные предпочтения, которые в будущем превращаются в лояльность к брендам



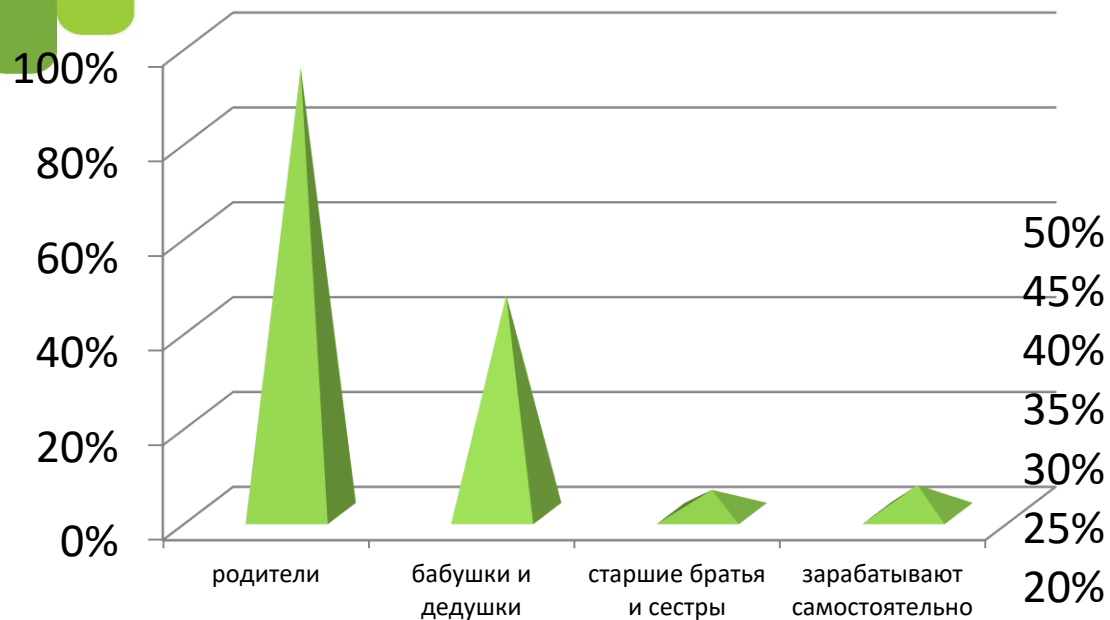


Товары для детей: что нового?

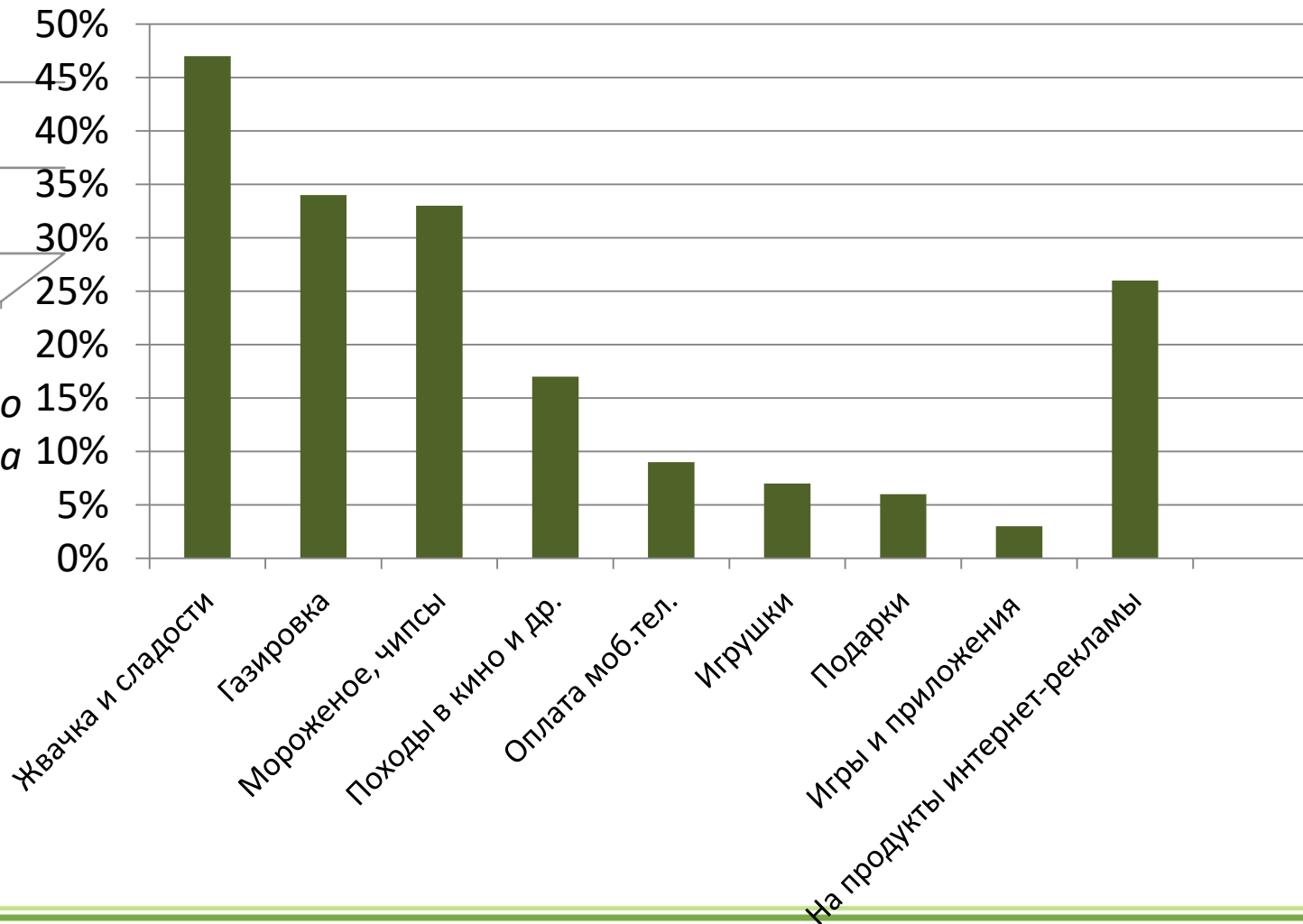
- Должны удовлетворять потребностям как взрослого, так и ребенка;
- Дети старше 7 лет активно участвуют в выборе детских товаров, недорогих категорий («сладости», «книжки» и т.д.)..
- В настоящее время дети и подростки получили больше возможностей самостоятельного приобретения



Карманные деньги: что говорят опросы?



* сумма карманных денег увеличивается по мере взросления ребенка





Всегда ли выбор только за ребёнком?

- Зачастую маркетинг детских товаров ориентируется на ситуацию, когда за покупку отвечает взрослый
- 55% родителей советуются с детьми перед покупкой
- 24% детей не ждут вопроса, а высказывают свое мнение сами
- При выборе некоторых групп товаров дети начинают выражать свое мнение уже с двух–трех лет
- Дети старшего возраста влияют на покупку более дорогих товаров, например, на покупку мобильного телефона, планшета или компьютера





Статистика детского интернет-серфинга - исследование Лаборатории Касперского [Kaspersky Safe Kids]

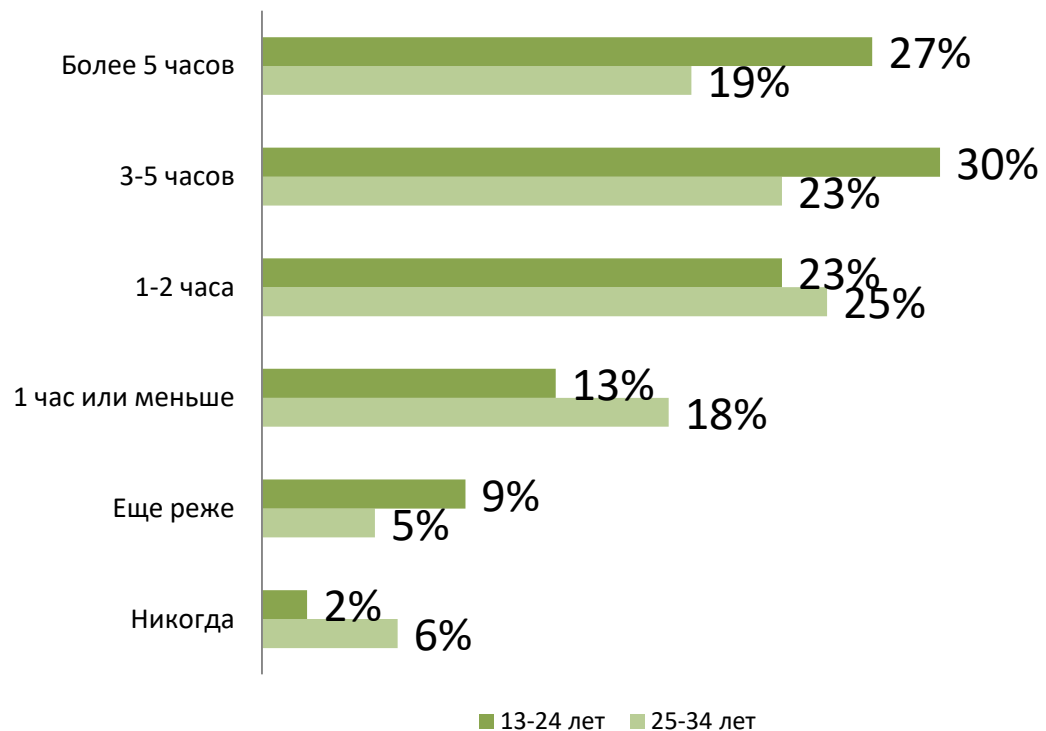
1. Видеоконтент – 17,2% (мультки, видеоблоги, трансляции компьютерных игр)
2. Сервисы перевода – 13,6%
3. Компьютерные игры (9,1%)
4. «взрослый» контент (8,6%)
5. Запросы об учебе, решебники (4,9%)



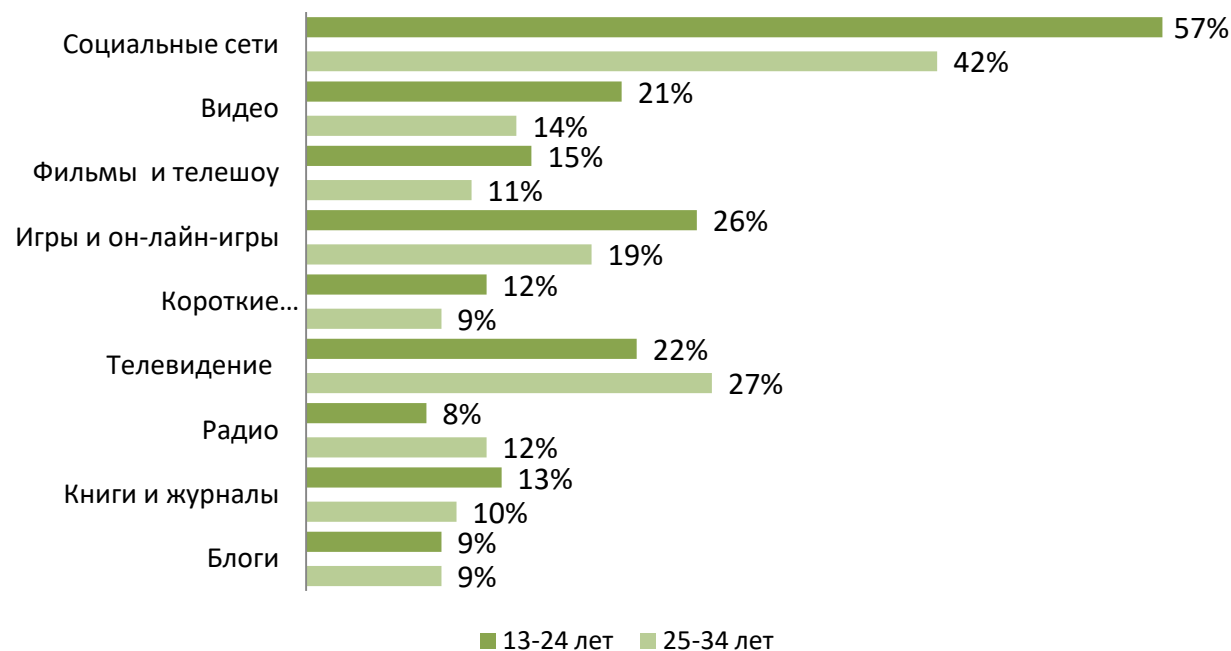
**Ежедневно в используют интернет: более 60% взрослых, 98% молодежи*



Использование социальных сетей подростками и молодыми лицами 13-24 лет

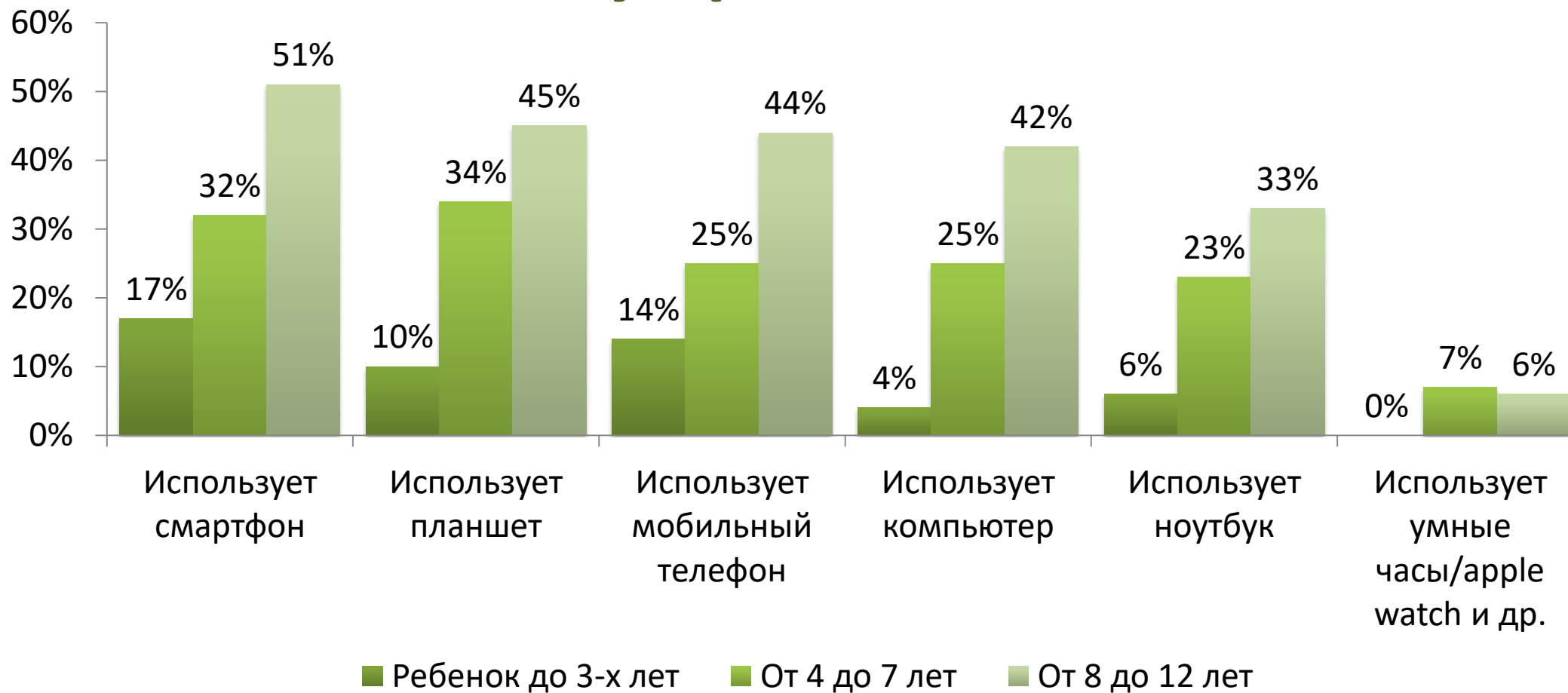


Интересы аудитории 13-24 лет в интернете по данным Thinkwithgoogle





Освоение детьми до 12 лет мобильных устройств





Исследование среди пользователей социальных сетей старше 14 лет

*Mail.Ru Group, декабрь 2016 г.

- **реклама в социальных сетях привлекает больше, вызывает доверие, а наибольшим интересом пользуются скидки и акции от брендов.**
- **Более 50% респондентов заявили, что реклама в социальных сетях привлекает внимание**
- **53% опрошенных полагают, что самая интересная реклама – у музыки и фильмов**
- **44% респондентов больше всего интересуется информация об одежде, обуви и моде;**
- **43% — о развлечениях;**
- **41% — реклама различных мобильных устройств, бытовой техники и электроники**
- **38% — рекламой путешествий.**

Что отличает интернет-рекламу?

интерактивность

**учёт
личных
предпочтений**

таргетинг

**постоянно
растущая
аудитория**

мощная аналитика





8 компаний

32 веб-сайтов

10% (3) разработанные детские веб-страницы (в пределах 2 кликов домашней страницы)

Преимущества
здорового питания

Игрушки

Корпоративная
информация



[Партнерам](#) [Карьера](#)



[Рус](#) [Eng](#) [中文](#)

[весь сайт](#)

[О холдинге](#)

[Ассортимент](#)

ОБЪЕДИНЁННЫЕ КОНДИТЕРЫ

[Фабрики](#)

[Контакты](#)

Лидер

кондитерского рынка России

< **4000** наименований кондитерских изделий - ассортимент Холдинга >

- Лидерство
- Традиции
- Инновации
- Ответственность



30.05.2018

Конфеты «Москва» пришлись по вкусу покупателям торговой сети «Азбука ...»

[все новости](#)

АКЦИИ **КОНТАКТЫ** **НОВОСТИ**



НАСТОЯЩАЯ ИСТОРИЯ В КАЖДОЙ КОНФЕТЕ!



Алёнка
МОЛОЧНЫЙ ШОКОЛАД

- Музей славы
- Ассортимент
- Игрушки
- Фирменный магазин
- Контакты



Алёнка®

СЕТЬ ФИРМЕННЫХ МАГАЗИНОВ
ЗНАМЕНИТЫХ КОНДИТЕРСКИХ ФАБРИК

Адреса магазинов, новости и текущие акции вы можете узнать на сайте SHOP.ALENKA.RU

ШОКОЛАДНЫЙ ТЕТРИС

ПРАВИЛА ИГРЫ

Поворачивать фигуры можно с помощью стрелки вверх:

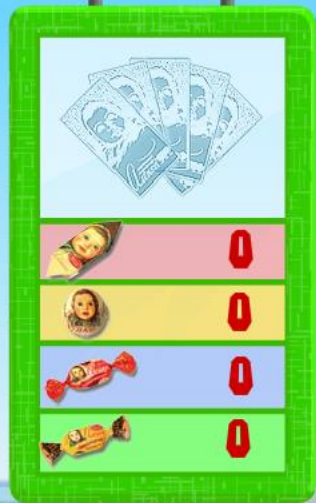
Двигать – стрелками вправо и влево:

Нажав на стрелку вниз, вы можете ускорить падение фигуры.

Для того, чтобы приостановить игру, нажмите клавишу «пробел».

▶ НАЧАТЬ ИГРУ

ВЫИГРАННЫЕ КОНФЕТЫ



...нашем детстве, и поделиться этим с новым поколением. В этом разделе – игры и забавы для детей, но в них интересно будет поиграть и взрослым. Заодно появится лишний повод рассказать ребенку, как папа и мама были маленькими, и во что они любили играть! Сидеть у компьютера совсем не обязательно – можно скачать и распечатать, например, раскраски или бумажную куклу с нарядами. А еще вы можете сделать собственную подарочную обертку для шоколадки «Аленка». Вставьте фотографию в онлайн-конструктор упаковки, впишите имя, и у вас получится самый



трудником Вычислительного центра азитновым игрушка, сперва привела в тем уже завоевала любовь всего мира. трис» был специально разработан в их для того, чтобы парализовать



х дней, мы же предлагаем вам «Тетрис» не

ные плитки в сплошные ряды, переходите на а хорошую игру сладкие бонусы!

Играть

мощью стрелки вверх. Двигать – стрелками вправо и влево. Нажав на стрелку в фигуру. Для того, чтобы приостановить игру, нажмите латинскую клавишу «Р».



Адреса магазинов, новости и текущие акции вы можете узнать на сайте SHOP.ALENKA.RU



Новости

11.10.2017 - Танцуй с "Аленкой" каждую субботу
Интернет-магазин "Аленка" стал организатором яркого танцевального марафона для юных посетителей магазина "Детский мир", расположенного на ул. Воздвиженка в Москве.

08.09.2017 - Магазин "Аленка" на Тверской-Ямской приглашает на праздник
Фирменный магазин "Аленка", расположенный по адресу: улица Тверская-Ямская, д. 12, приглашает москвичей и гостей столицы 9 и 10 сентября на праздничную программу.

09.08.2017 - "Аленка" участник фестиваля "Московское лето. Цветочный джем"
Сеть розничных кондитерских магазинов "Аленка" принимает участие в фестивале "Московское лето. Цветочный джем".

05.05.2017 - Магазины "Аленка"



Когда мы сами были детьми, мы прекрасно обходились без компьютерных игр. Времена меняются, но всегда можно вспомнить то хорошее, что было в нашем детстве, и поделиться этим с новым поколением. В этом разделе – игры и забавы для детей, но в них интересно будет поиграть и взрослым. Заодно появится лишний повод рассказать ребенку, как папа и мама были маленькими, и во что они любили играть! Сидеть у компьютера совсем не обязательно – можно скачать и распечатать, например, раскраски или бумажную куклу с нарядами. А еще вы можете сделать собственную подарочную обертку для шоколадки «Аленка». Вставьте фотографию в онлайн-конструктор упаковки, впишите имя, и у вас получится самый оригинальный и веселый подарок!

Флеш-игры



Шоколадный тетрис



Играть

Сам себе Аленка



Играть

Мастерская выжигания



Играть

Квартет



Играть

Собери Аленку!



Играть



Новости

11.10.2017 - Танцуй с "Алёнкой" каждую субботу.
Интернет-магазин "Алёнка" стал организатором яркого танцевального марафона для юных посетителей магазина "Детский мир", расположенного на ул. Воздвиженка в Москве.

08.09.2017 - Магазин "Аленка" на Тверской-Ямской приглашает на праздник.
Фирменный магазин "Аленка", расположенный по адресу: улица Тверская-Ямская, д. 12, приглашает москвичей и гостей столицы 9 и 10 сентября на праздничную программу.

09.08.2017 - "Алёнка" участник фестиваля "Московское лето. Цветочный джем".
Сеть розничных кондитерских магазинов "Аленка" принимает участие в фестивале "Московское лето. Цветочный джем".

05.05.2017 - Магазины "Аленка"



ГИПЕРМАРКЕТ **МАГНИТ** **МАГНИТ** семейный **МАГНИТ**
у дома



ГЛАВНАЯ



ПРОДУКТ



ПОБЕДИТЕЛИ



ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ



ВОЙТИ

ОТПРАВЛЯЙСЯ С БАРНИ
В ПАРК РАЗВЛЕЧЕНИЙ
В ЕВРОПЕ!

АКЦИЯ
ДЕЙСТВУЕТ:
С
14 МАРТА
ПО
10 АПРЕЛЯ
2018г.



КУПИ

3 УПАКОВКИ
бисквитов Барни



ЗАРЕГИСТРИРУЙ ЧЕК



УЧАСТВУЙ

В РОЗЫГРЫШЕ КУПОНА НА
СКИДКУ НА 500 РУБ.

в МАГНИТ



ПОЛУЧИ ШАНС

выиграть главный приз –
ПОЕЗДКУ В ПАРК РАЗВЛЕЧЕНИЙ В
ЕВРОПЕ!



Поиск

регистрация

Телефон или email

Пароль

Войти

Регистрация

Забыли пароль?



Барни в поисках скуки

Скука? Нет, не слышал!

Информация

Медвежонок Барни приветствует всех своей группой!

Совершайте маленькие открытия, творите, участвуйте в конкурсах, и вы никогда не узнаете, что такое скука :)

<https://барни.рф>

Подписчики 90 865



Наталия

Людмила

Наталия



Ринни

Александ...

Татьяна

Видеозаписи 47



0:50

Сказка к молоку



0:52

Рисуем вместе с Барни

Ссылки 6



Барни в Ozon
www.ozon.ru



Барни в Утконосе
www.utkonos.ru



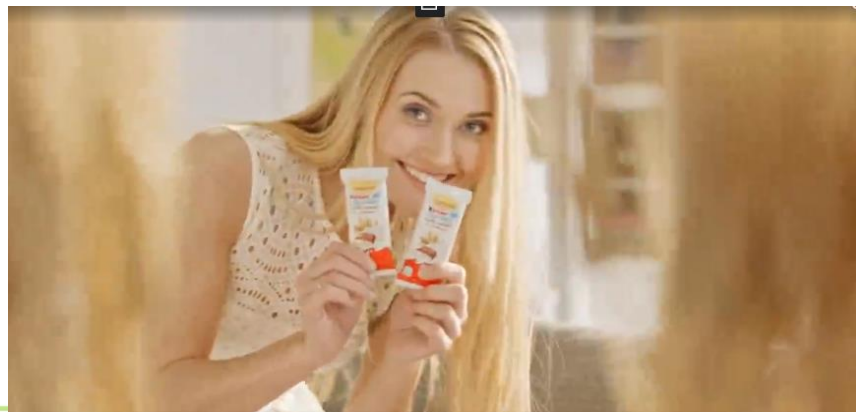
Барни в Youtube
www.youtube.com



Ограничение маркетинга продуктов, не соответствующего принципам здорового питания в настоящее время



• Ограничений практически нет!



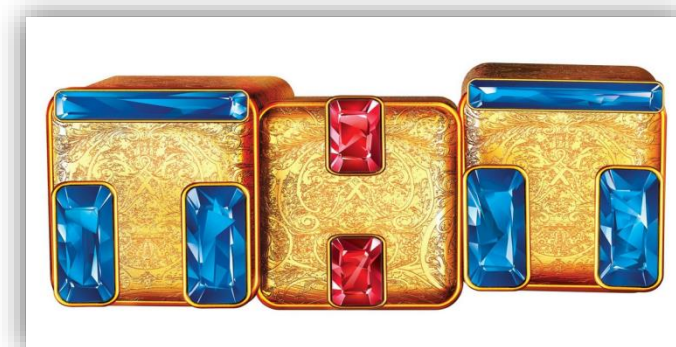


Пять федеральных телевизионных каналов, популярных у детей моложе 16 лет

Детские каналы: моложе 12 лет



Каналы, популярные у подростков: 12-16 лет





Методология исследования

Запись и анализ рекламных роликов

- Запись всех рекламных роликов
- Анализ каждого рекламного ролика по специальному алгоритму с занесением данных в базу
- Детальный анализ всех рекламных роликов продуктов питания

Анализ рекламируемых продуктов питания

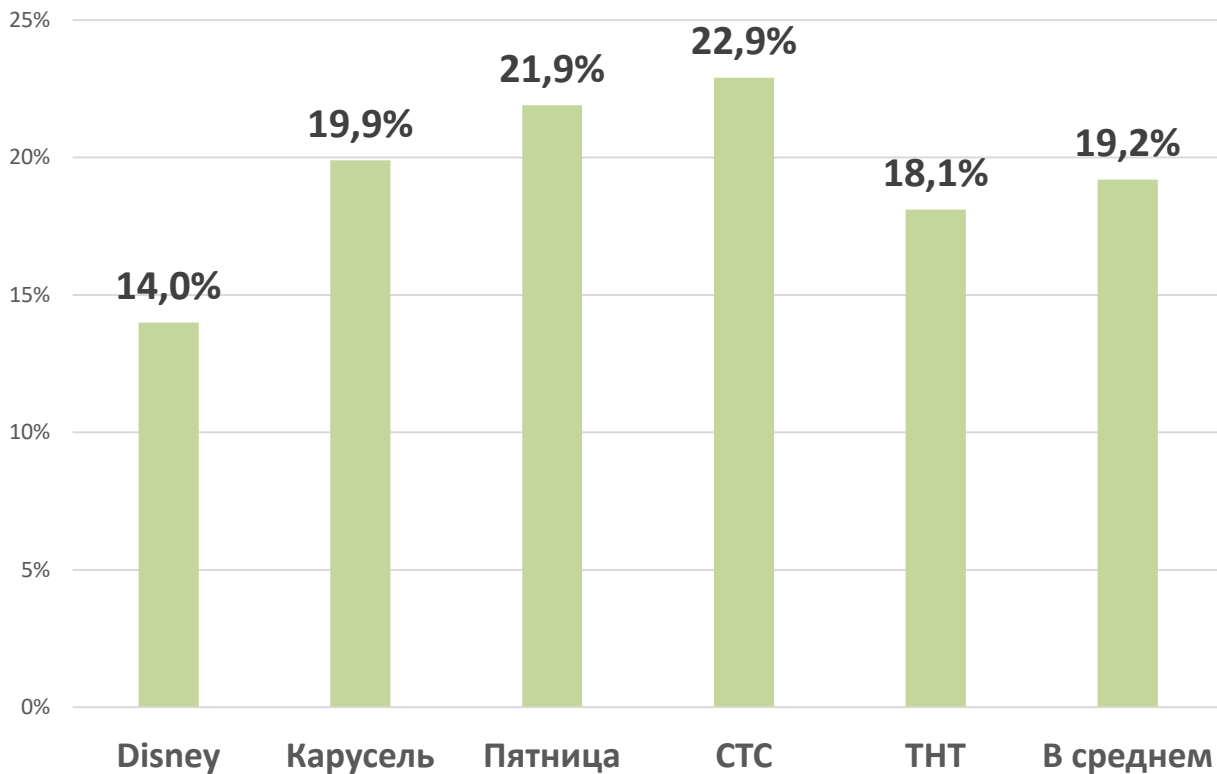
- Сбор упаковок/этикеток всех рекламируемых продуктов питания (Интернет, магазины)
- Внесение в базу данных информации о нутриентном составе продуктов питания

Таблетки и профилактические

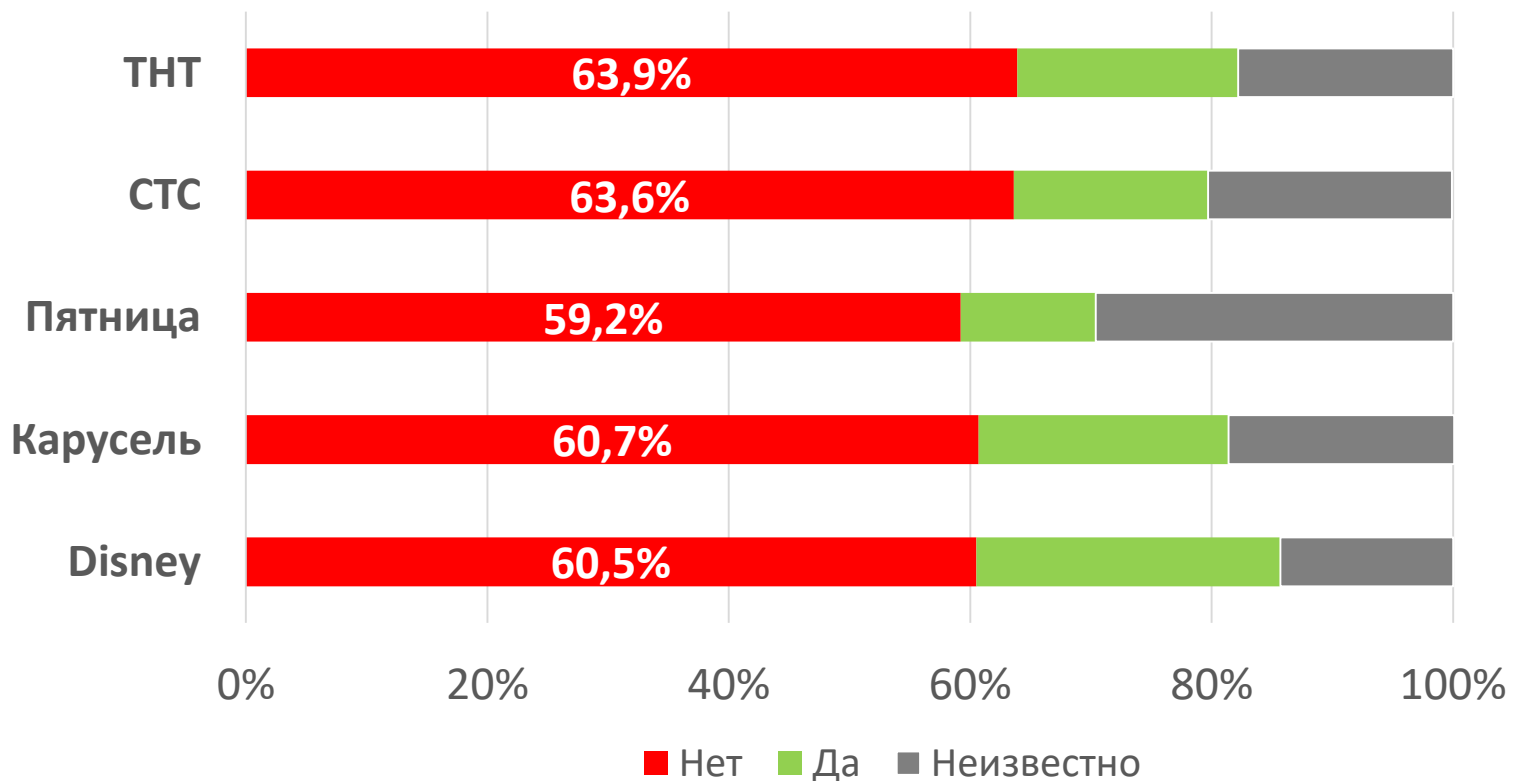




Продукты питания и напитки - самая частая категория рекламируемых товаров



Структура рекламы продуктов питания по критерию разрешения маркетинга для детей по (WHO NP Food category)



60% продуктов питания, рекламируемых на детских каналах и каналах, популярных у подростков не разрешены для маркетинга детям по критериям ВОЗ, еще 20% рекламируемых продуктов не удалось оценить по этому критерию



Ужесточение политики, регулиющей маркетинг продуктов нерационального питания, направленный на детей и подростков, при участии знаменитостей, может быть эффективным в выборе продуктов питания и снижении потребления калорий детьми.



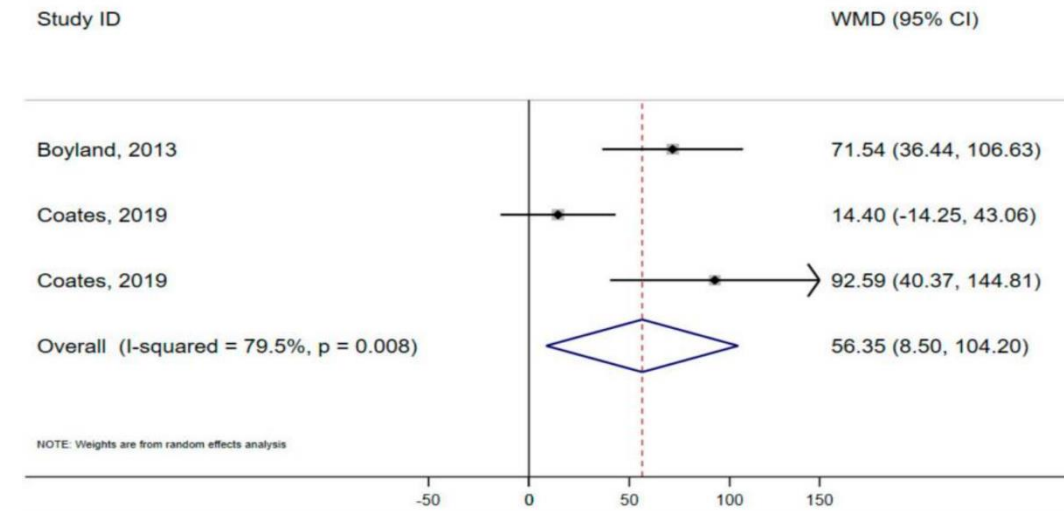
Влияние знаменитостей на маркетинг нездоровой пищи для детей

Review

The Impact on Dietary Outcomes of Celebrities and Influencers in Marketing Unhealthy Foods to Children: A Systematic Review and Meta-Analysis

Jessica Packer ^{1,*}, Simon J. Russell ¹, Gabriela Siovolgyi ¹, Katie McLaren ¹, Claire Stansfield ², Russell M. Viner ^{1,†} and Helen Croker ^{1,†}

- Рекламируемая знаменитостью пищевая продукция с высоким содержанием жира, сахара и соли значительно **увеличила потребление** продвигаемой пищи по сравнению с рекламой непищевых продуктов и рекламой еды без участия знаменитости.
- Продукты с высоким содержанием жира, сахара и соли, одобренные спортивными знаменитостями, выбирались значительно чаще только у мальчиков. У девочек существенной разницы нет.
- Предпочтение рекламируемого продукта существенно не отличалось.





СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

ФГБУ «НМИЦ ТПМ» Минздрава России

Наши контакты:



Москва, Петроверигский пер.,
д. 10, стр. 3



Москва, Китайгородский пр.,
д. 7



+7 (495) 790-71-72



vk.com/gnicpmru



www.gnicpm.ru



t.me/fgbunmictpm