

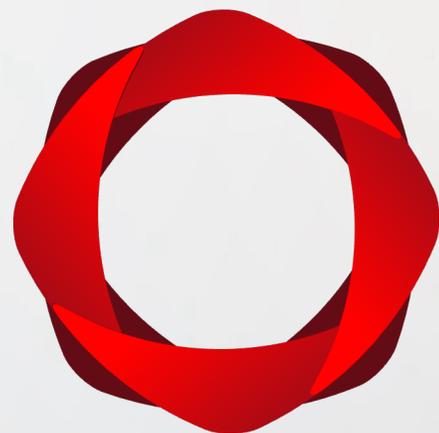
® U S Б Р Е Н Д

АССОЦИАЦИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ
ФИРМЕННЫХ ТОРГОВЫХ МАРОК

Adindex



H:P:A



ДЕНЬ
БРЕНДА

БРЕНДЫ В OUT-OF-HOME

ТРЕНДЫ

~10%

- По прежнему продолжается тренд к снижению телесмотрения – даже в группах традиционно «телесмотрящих» - например: «все 55+»

78%

- Составляет размер аудитории среди активной группы «все 25-45» кто говорит о том, что обращает внимание на «Рекламные щиты рядом с дорогой» и это также как реклама на ТВ.
 - А в перспективной группе «все 18-24» - 83% аудитории обращают внимание на рекламу в ООН и лишь 75% говорят о ТВ.

ДАННЫЕ: MEDIASCOPE

РЫНОК

сегменты	1-2 кв. 2024 года, млрд руб.	динамика к 1-2 кв. 2023 года, %
Видео	125.0-127.0	30%
Аудио	11.0-11.2	31%
Издательский бизнес	13.1-13.3	13%
Out of Home*	39.0-40.0	38%
Интернет-сервисы	213.0-215.0	26%
ИТОГО по сегменту рекламы в медиа	400.0-405.0	28%

**по сегменту Out of Home эксперты разошлись в своих оценках.*

ДАННЫЕ: АКАР

О ЧЕМ ХОЧЕТСЯ ПОГОВОРИТЬ...

- Спрос, инвентарь и инфляция
- Развитие индор форматов
- Цифровизация
- Дизайн макетов для размещения
- Оценка качества реализации и эффективности
- Перспективы будущего и развитие