

® 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