



Компания «Bloomberg» утверждает, что уже к 2013 году доля телевизионного сегмента на рекламном рынке составит 42%. При этом общий объем рынка уже через полтора года может достигнуть 216 миллиардов американских долларов.

Несмотря на то, что в настоящее время продолжают появляться популярные новые каналы коммуникации, телевидение все также остается важным сегментом для рекламодателей. То есть, доля телерекламы на рынке будет продолжать расти. Компания предлагает сравнить свои предсказания с 2005 годом, когда доля ТВ рекламы составляла всего 37 %.

В настоящее время, телереклама занимает довольно сильные позиции. Особенно на рынках Испании и Италии – ведь они переходят на web-технологии немного медленнее, чем другие страны.

Рекламное подразделение Microsoft и агентства BBDO Worldwide также подтверждают важность телевизионной рекламы своими исследованиями – они опросили 1,5 тысячи людей из России, США, Китая, Саудовской Аравии и Великобритании – большая часть респондентов ответила, что телевидение – это самый важный и самый эффективный рекламодатель, то есть там обязательно стоит размещать рекламу.

А вот второе место по популярности занимает печатная реклама, но специалисты уверены, что к 2013 году там окажется онлайн-реклама, так как доля печатной рекламы на рынке заметно сократится.

## Рекламщики обещают ТВ счастливое будущее

Автор: Administrator

08.06.2011 11:28 - Обновлено 28.08.2011 08:21

---

Согласно итогов 2010 года, по всему миру различные компании потратили на рекламу 170 миллиардов американских долларов. Уже сейчас есть прогнозы, что к 2015 году глобальный рекламный рынок может составить 208 миллиардов американских долларов.