



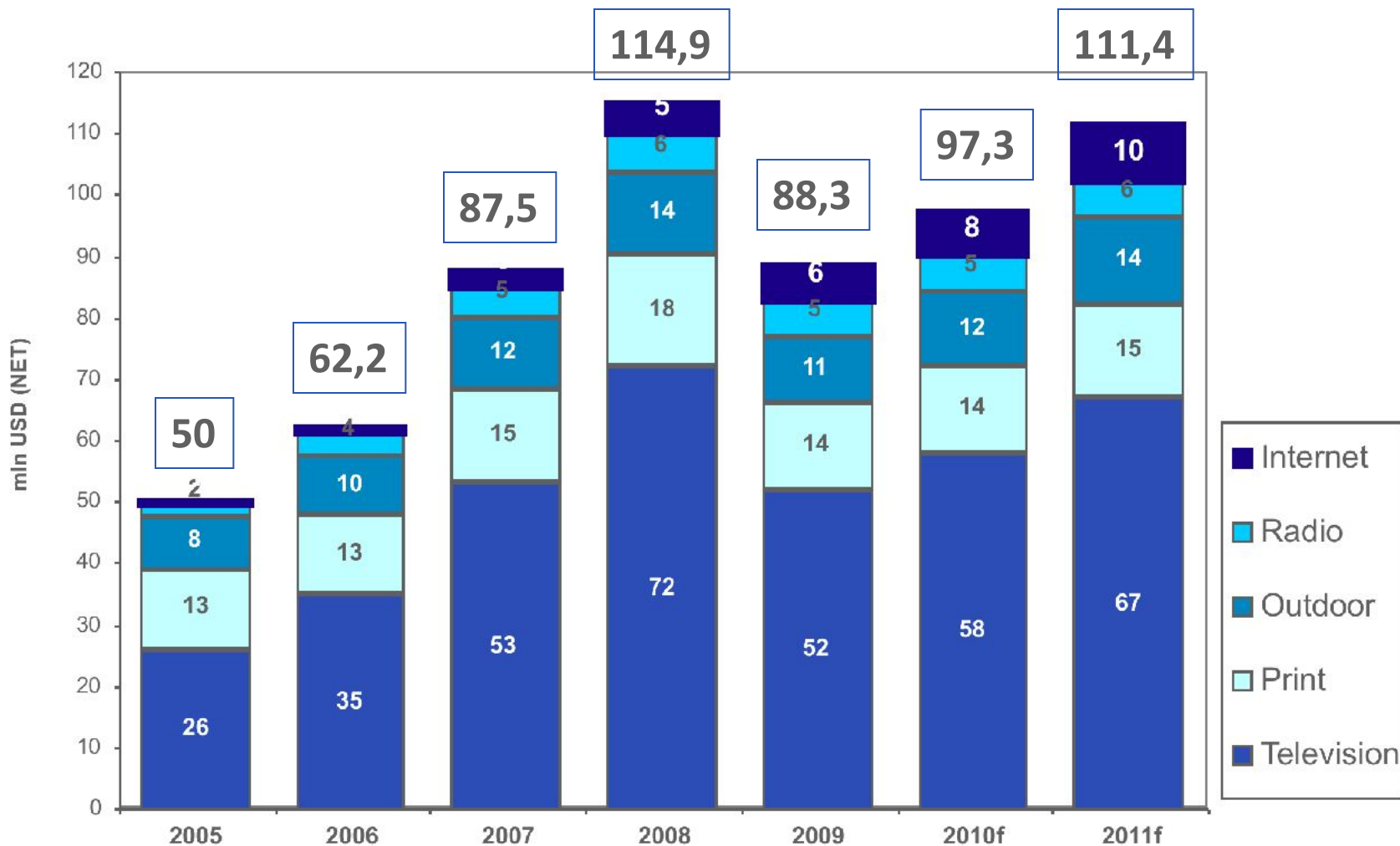
ZenithOptimedia

The ROI Agency

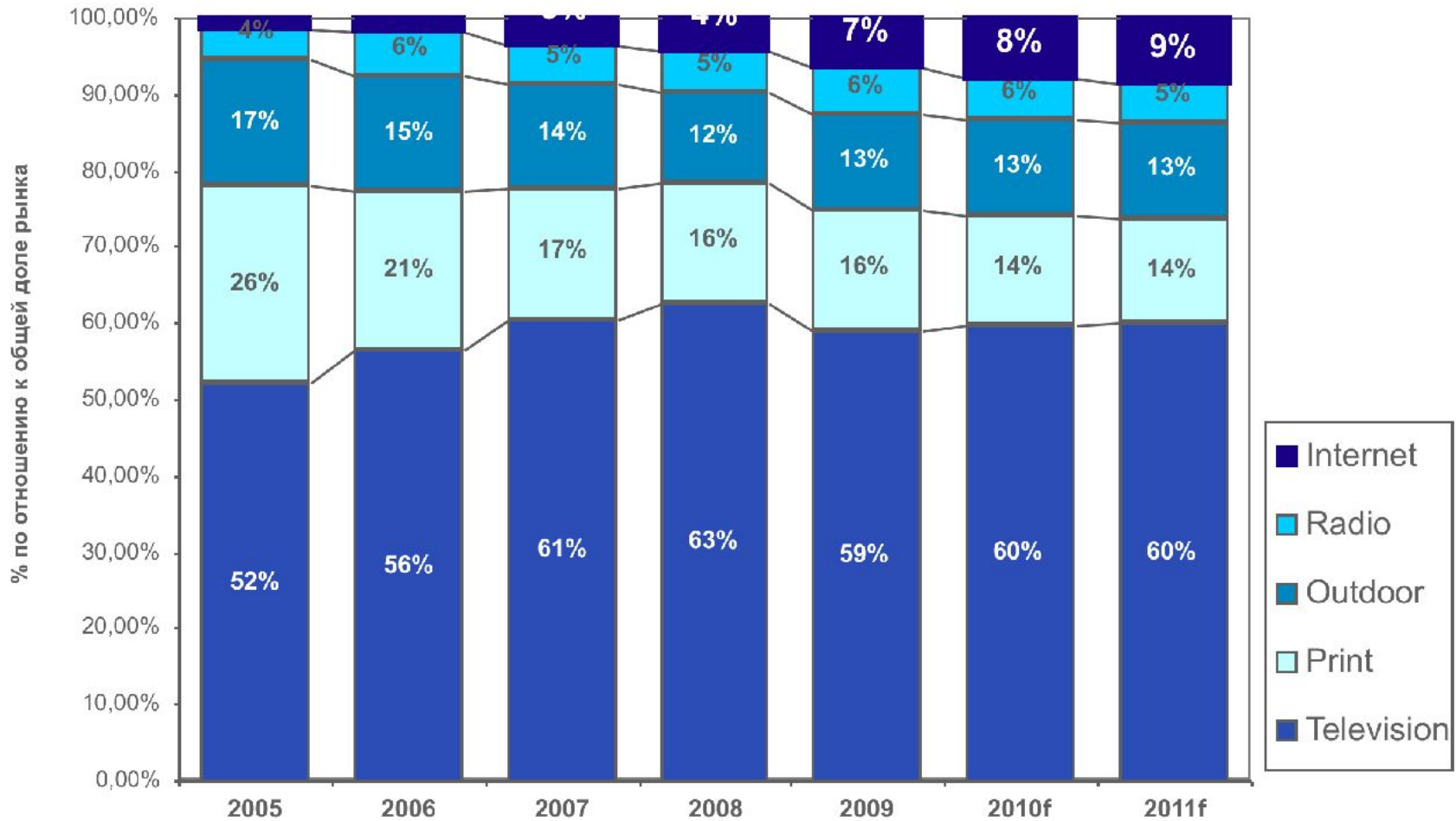


Belarus

Медиарынок Беларуси, млн. USD, 2005-2011



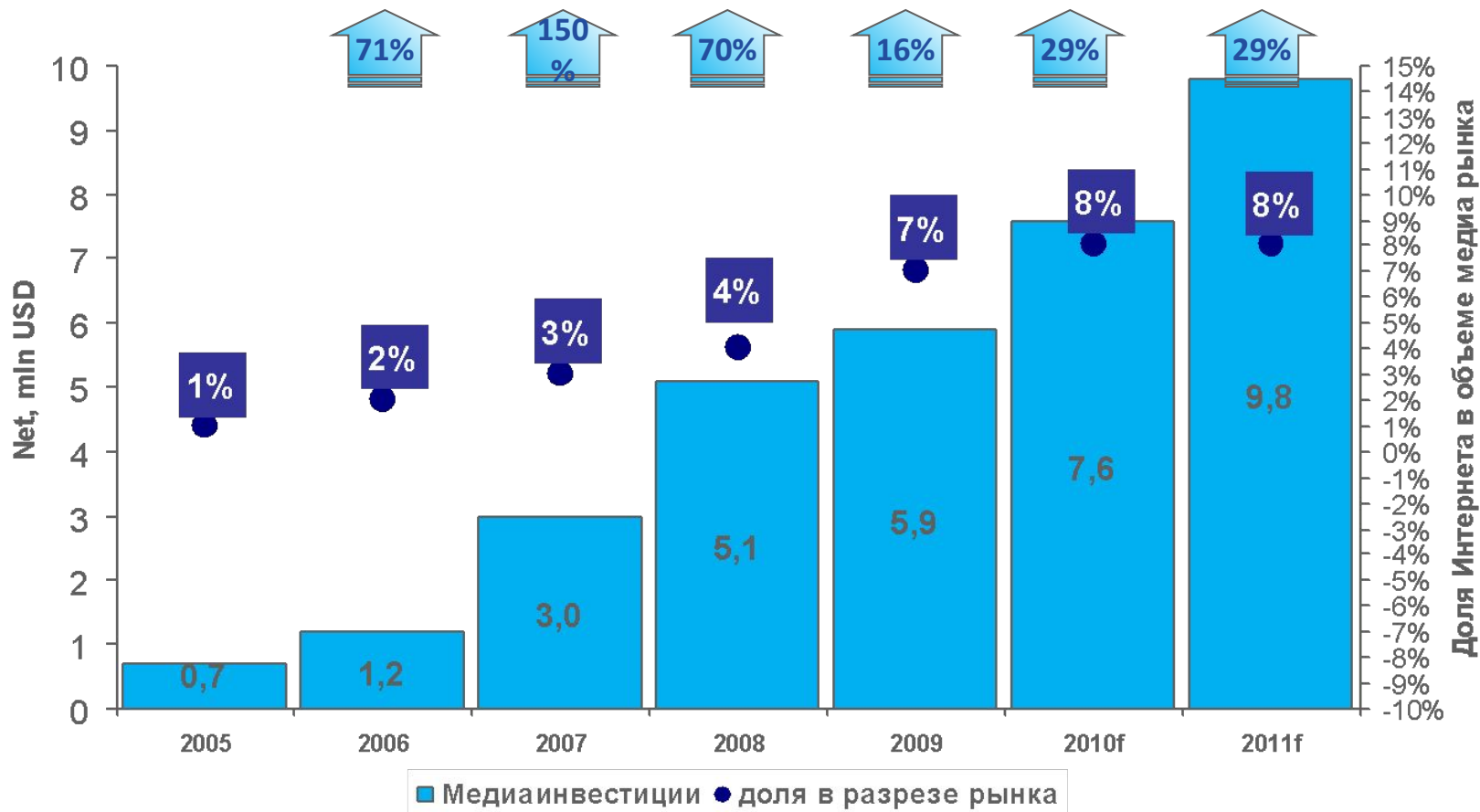
Доли каналов, в процентах к общему объему медиарынка, 2005-2011



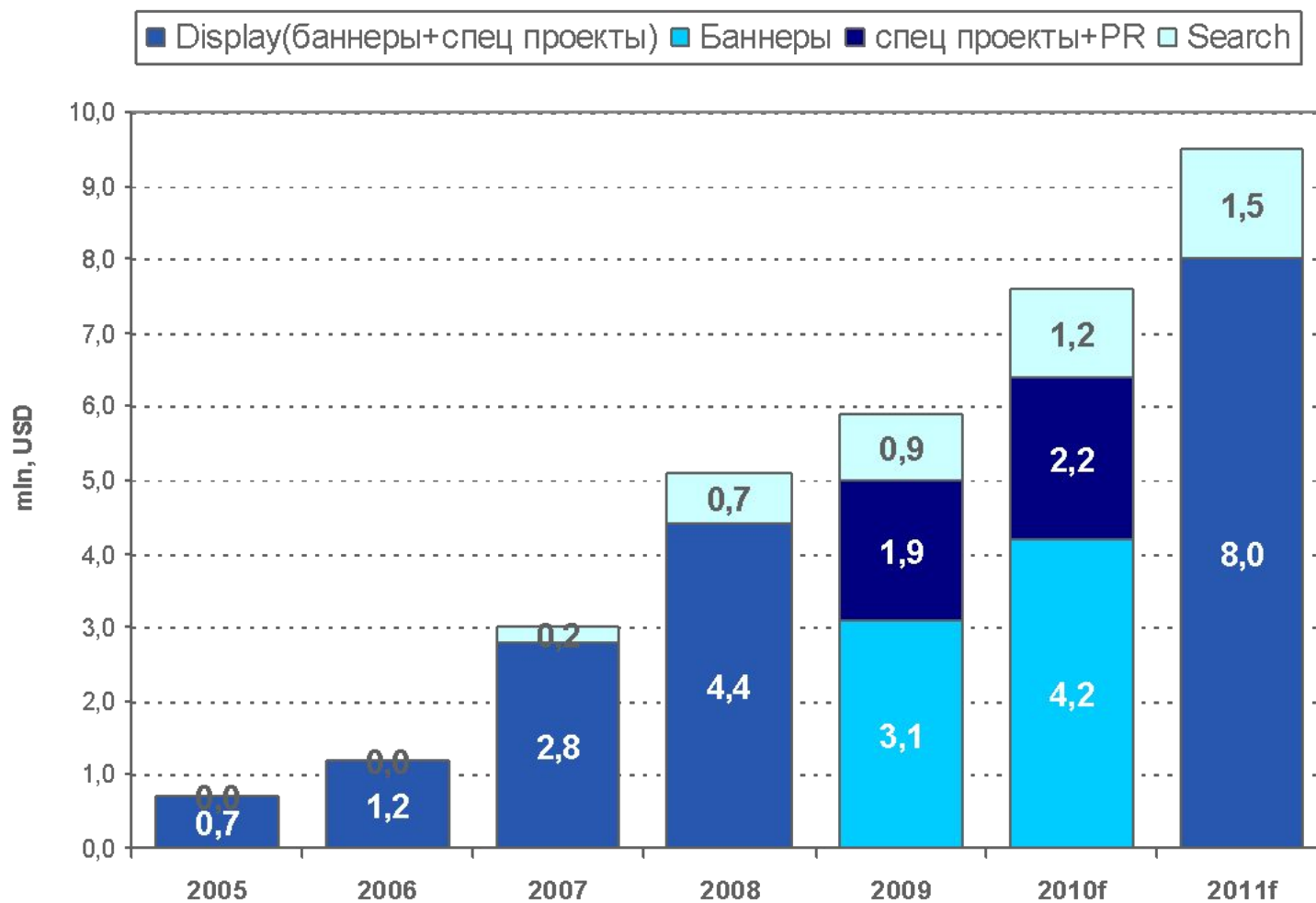
Динамика рынка интернет-рекламы, 2005-2011



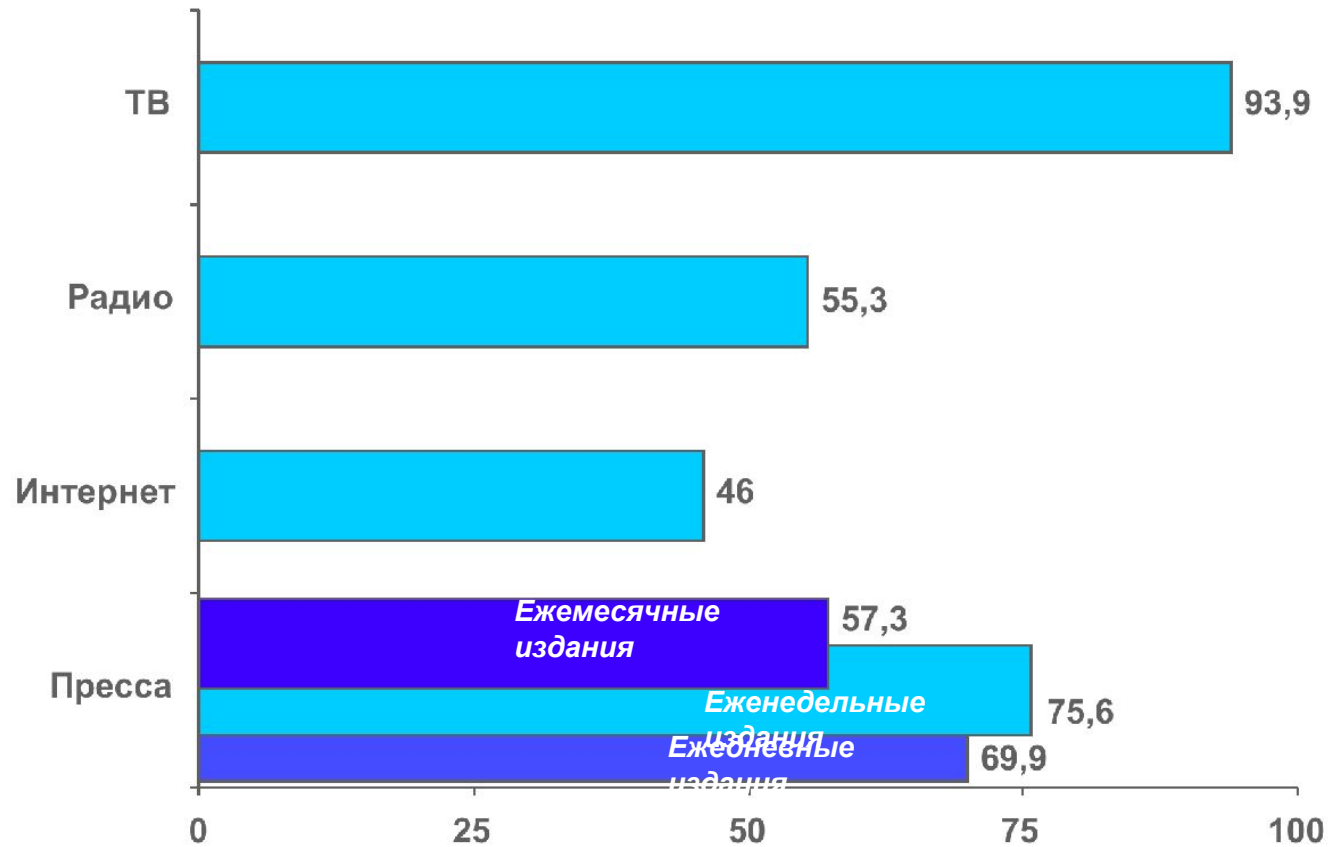
Динамика инвестиций в сравнении с прошлым годом



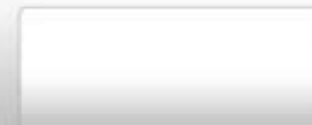
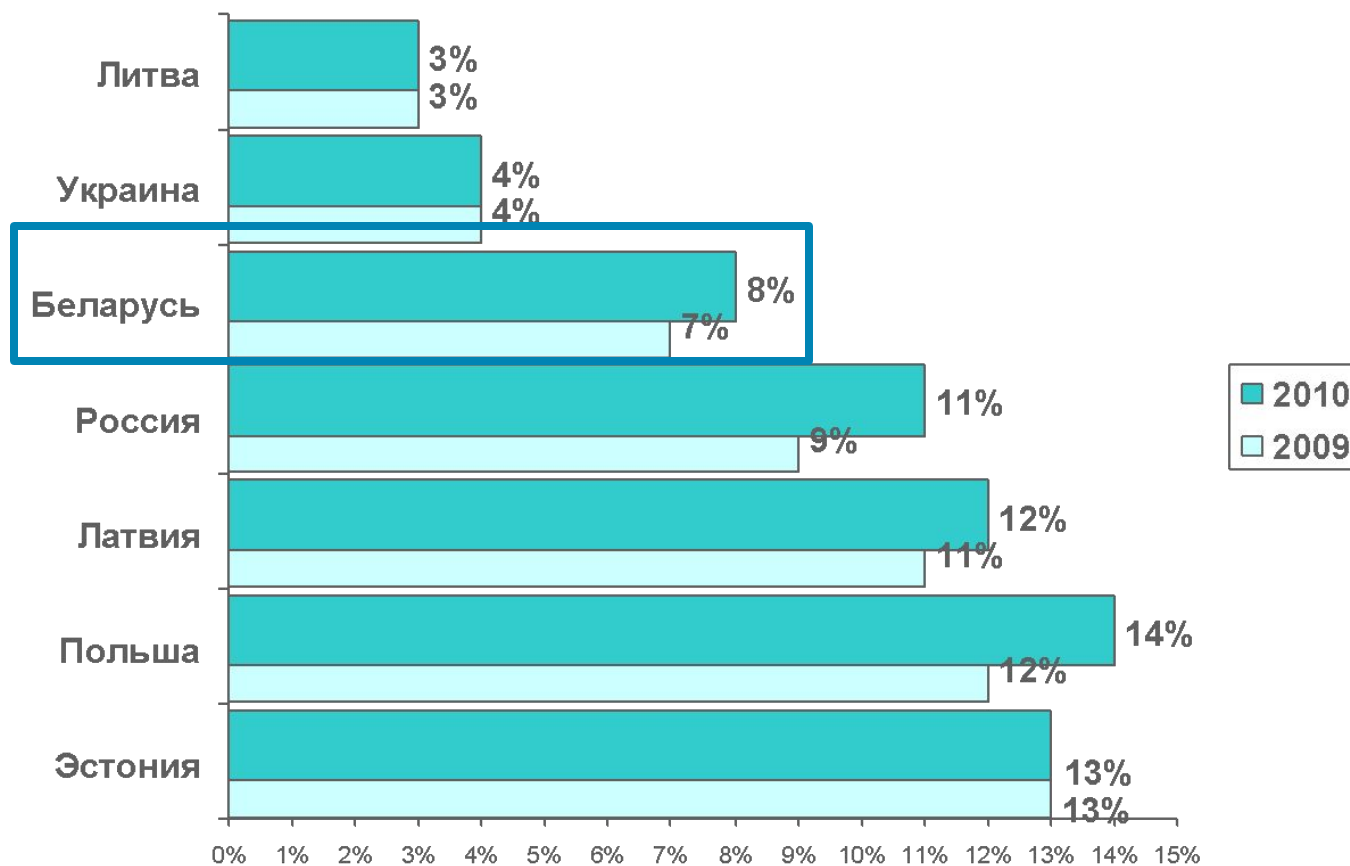
Структура рынка интернет-рекламы, 2005-2011



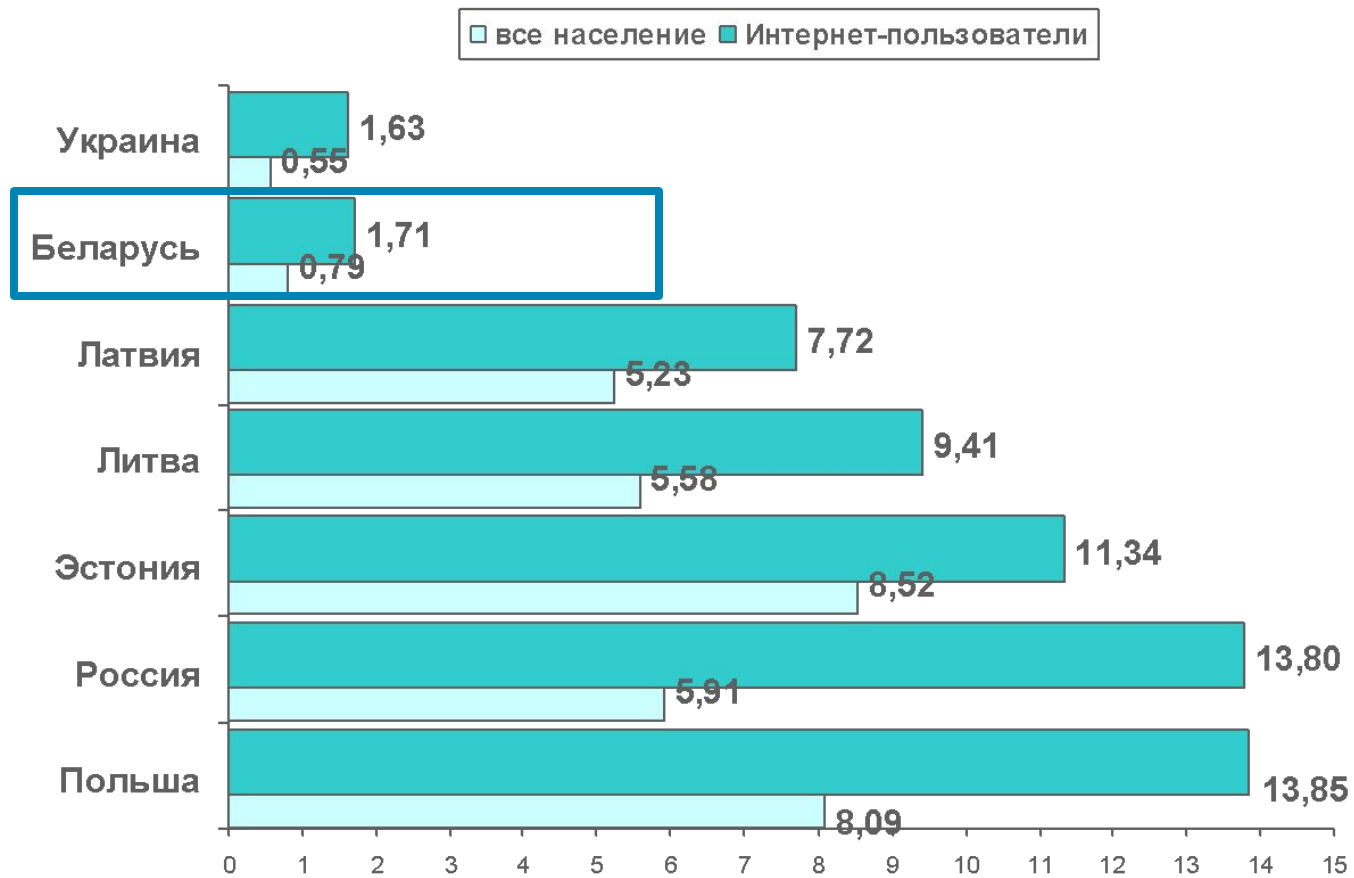
Проникновение различных видов медиа, % от всего населения, 2009



Доля интернет-рекламы в общем объеме медиарынка 2009-2010



Медиаинвестиции в расчете на одного человека, USD 2010



Рост

Прозрачность рынка: февраль 2011

Стандарт – более 50 процентов рынка

Новые направления и рекламодатели

Переход из прессы и радио

Рост доли прочих площадок

Интерес со стороны сетевых агентств

Сокращение доли небольших и средних интернет-агентств

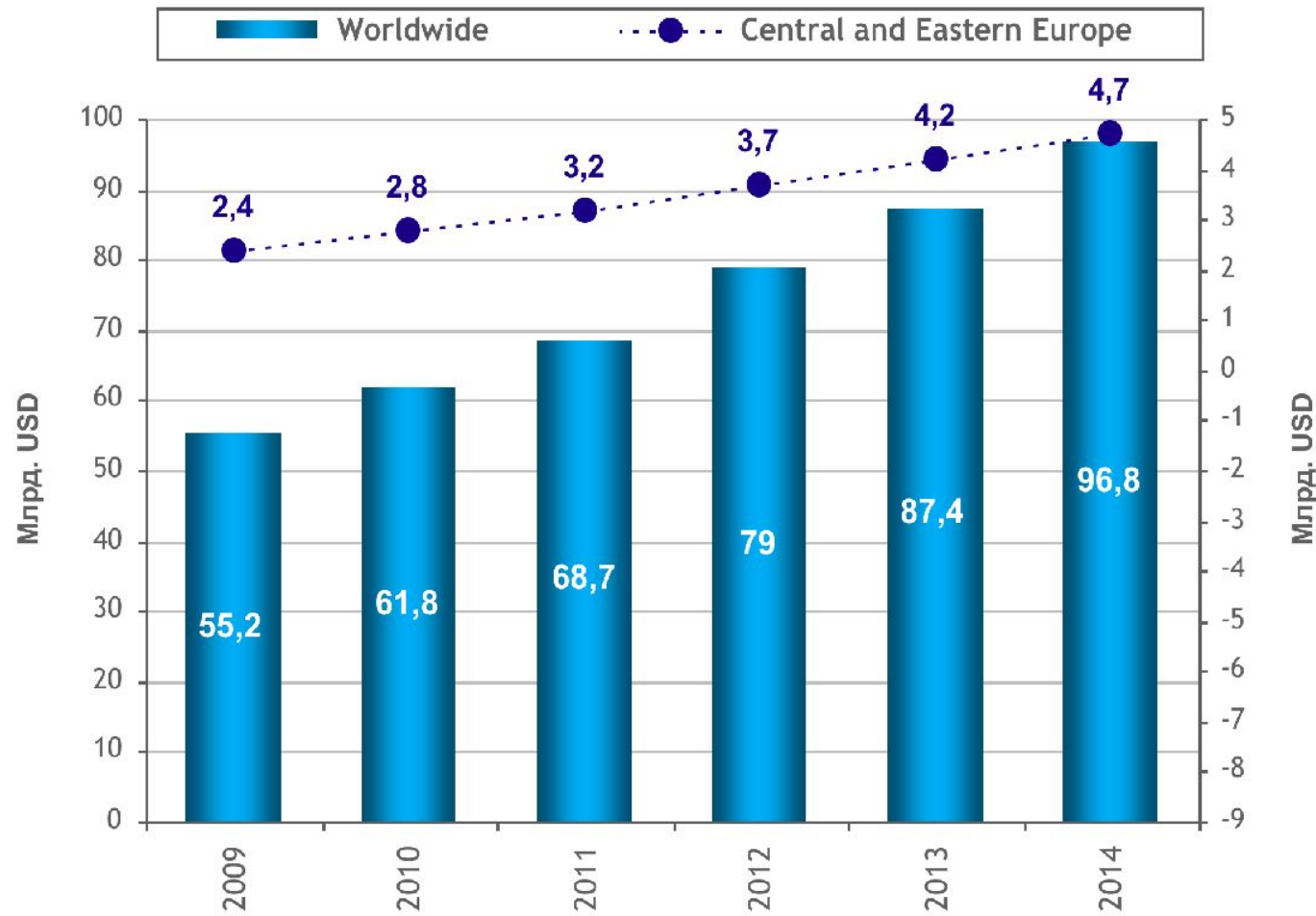
Социальные сети

Нишевые ресурсы

Опасность цензуры и новые возможности



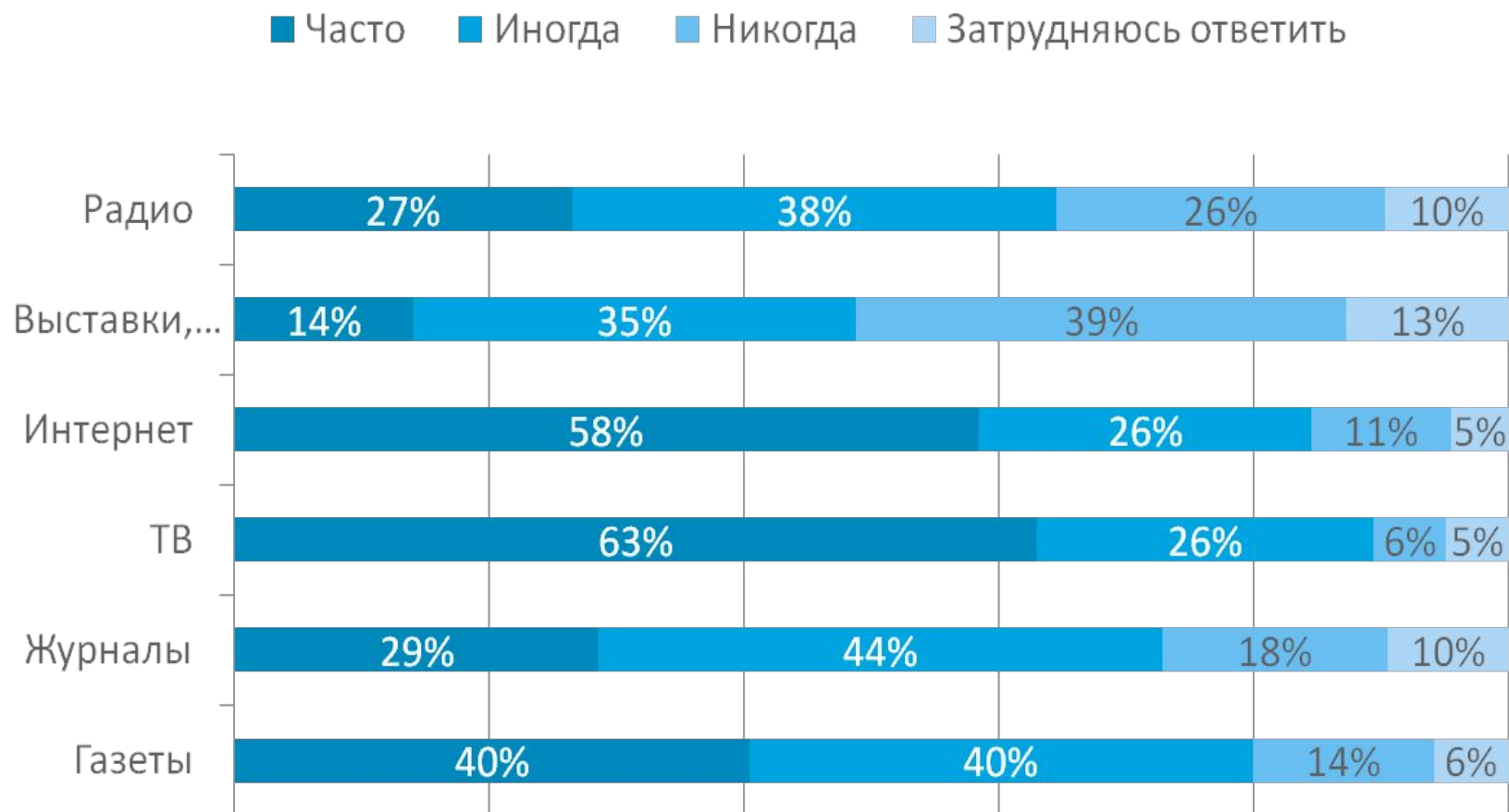
Прогноз развития Интернет рынка: мировой/Центральная и Восточная Европа



Note: includes banner ads, search, rich media, video, classified, sponsorships, lead generation and email; excludes mobile ad spending



Частота потребления различных видов медиа, Беларусь, 18-35 лет, 2010

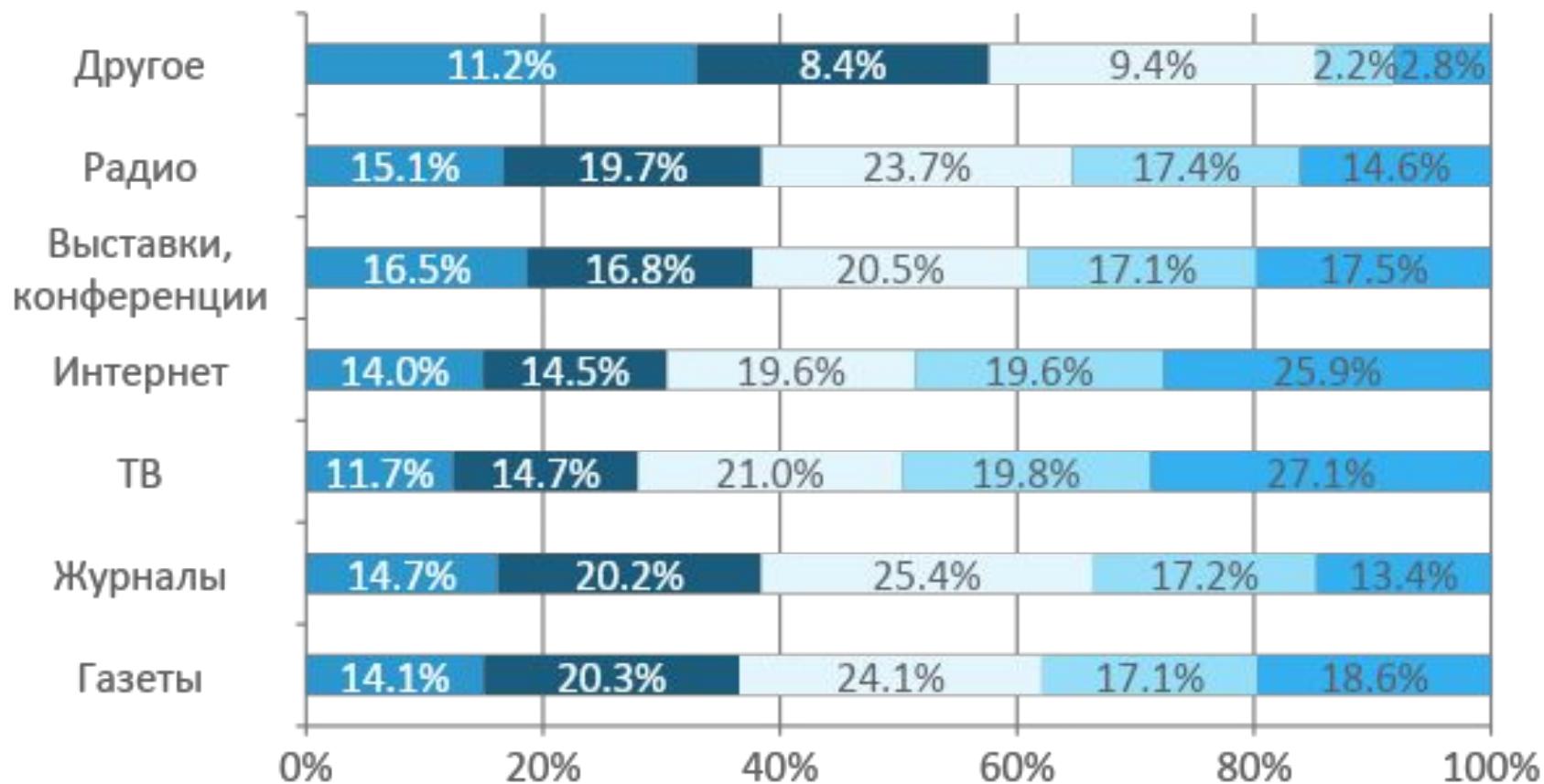


Степень доверия к медиа каналам, Беларусь, 18-35 лет, 2010



1-наименьшее доверие, 5-наибольшее доверие

■ 1 балл ■ 2 балла □ 3 балла ■ 4 балла ■ 5 балла





Интернет-пользователи каждый день в интернет
от 68,5 до 84,7 %

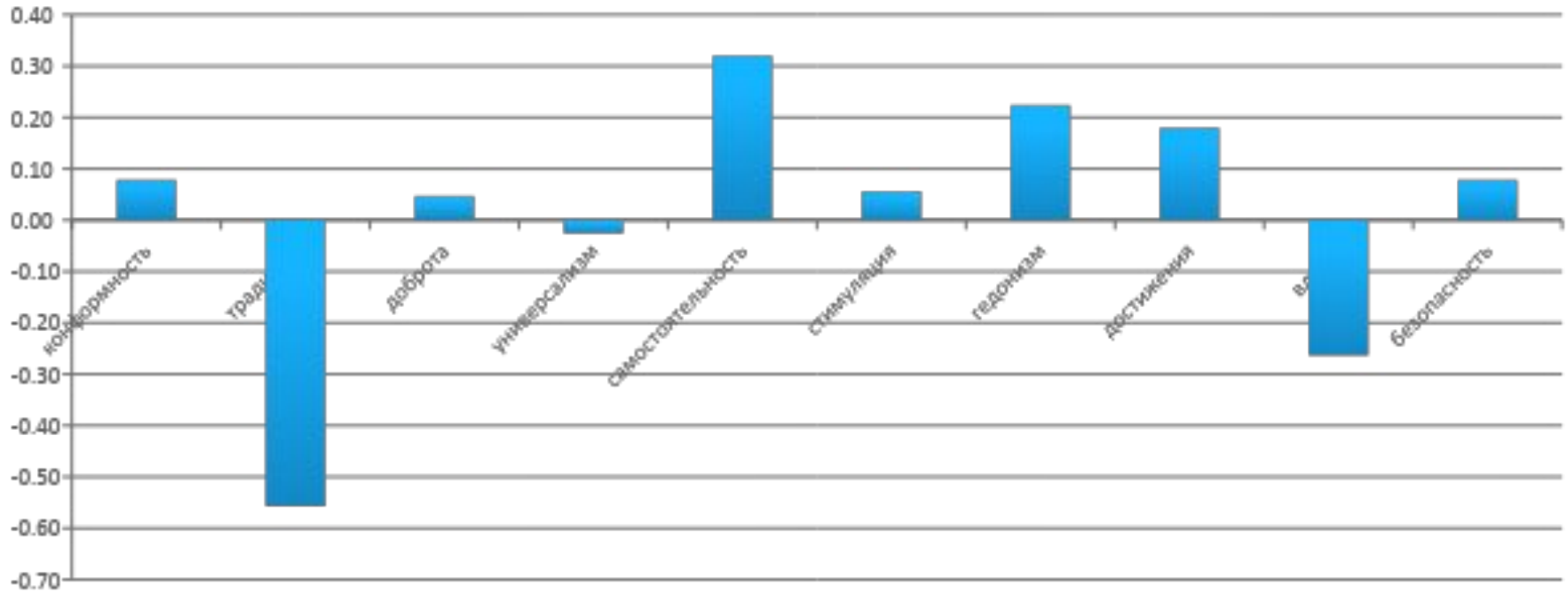
Владеют собственными компьютерами либо имеют их в
личном пользовании
от 68,8 до 78,2 %

Выделенная линия или широкополосный доступ
от 47,9 до 59,1 %

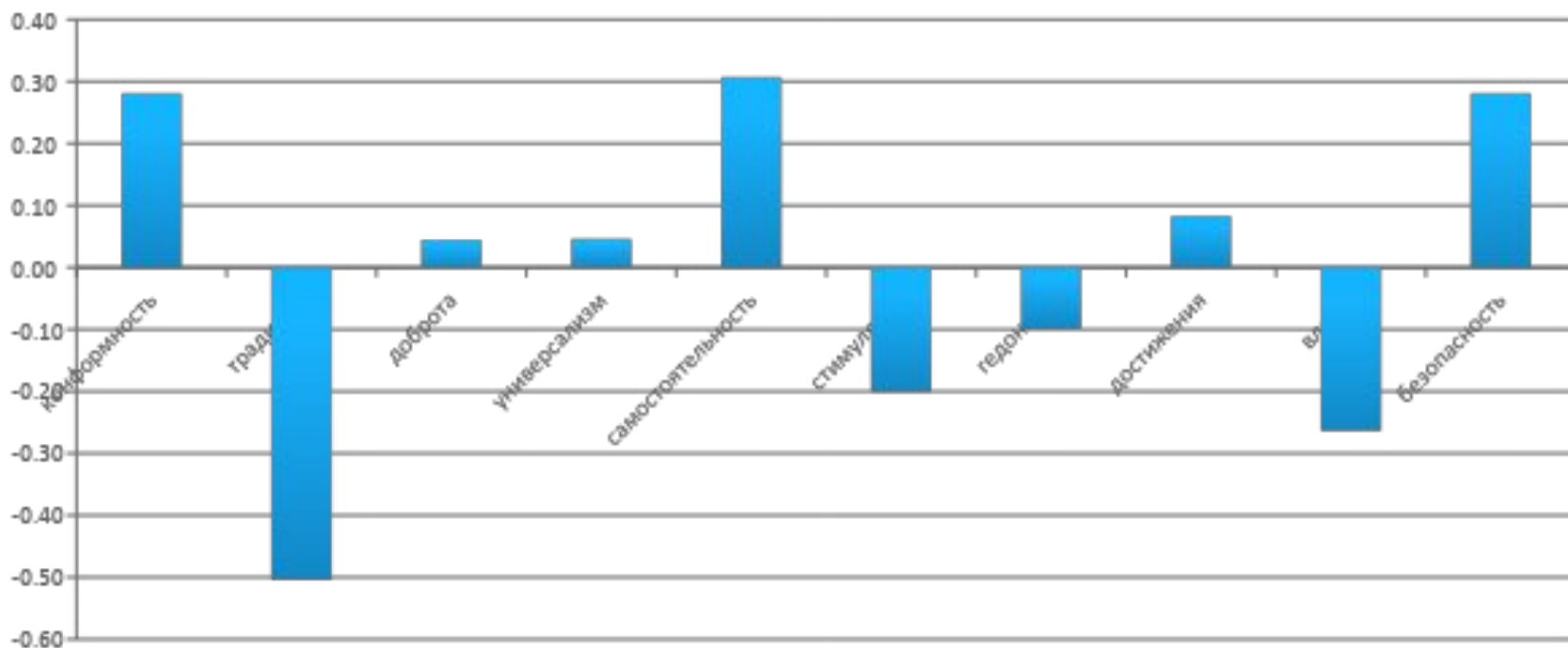
Они или их семьи сами подключены к интернету
от 69,4 до 94,3 %



Жизненные ценности, 18-24, Минск, 2010



Жизненные ценности, 24-35 лет, Минск, 2010



Спасибо за внимание!

Задавайте вопросы,
пожалуйста!

