KANTAR EMOR

Eesti meediareklaamituru netokäive 2022 vs 2021

Allikas ja © Kantar Emor reklaamipanuste uuring AdEx

2022

2022 käive, milj €

	1. kv	2. kv	3. kv	4. kv	1. pa	2. pa	Kokku
Ajalehed	2,55	2,81	2,23	2,58	5,36	4,80	10,16
Ajakirjad	0,85	1,15	0,78	1,17	2,01	1,95	3,95
Televisioon	5,51	7,28	5,18	8,37	12,80	13,55	26,35
Raadio	2,31	3,22	2,95	3,32	5,53	6,27	11,79
Väli (OOH)	3,73	5,57	4,48	5,31	9,30	9,79	19,09
sh digiOOH	1,33	1,80	1,46	1,95	3,12	3,41	6,53
Internet	6,10	7,15	6,23	7,40	13,25	13,63	26,88
Otsepost	1,97	2,20	1,98	2,27	4,17	4,24	8,42
Kokku	**21,05**	**27,19**	**21,84**	**28,14**	**48,23**	**49,99**	**98,22**
Kokku otsepostiga	23,02	29,39	23,82	30,41	52,41	54,23	106,64

2022 muutus võrreldes 2021 (+/- %)

	1. kv	2. kv	3. kv	4. kv	1. pa	2. pa	Kokku
Ajalehed	-3,8%	-12,3%	-20,5%	-28,9%	-8,4%	-25,2%	-17,2%
Ajakirjad	-0,6%	11,7%	-5,3%	2,0%	6,1%	-1,0%	2,5%
Televisioon	5,2%	1,2%	-9,4%	-5,8%	2,9%	-7,2%	-2,6%
Raadio	10,1%	14,1%	10,0%	17,9%	12,4%	14,0%	13,2%
Väli (OOH)*	37,8%	29,7%	-7,0%	-6,9%	32,8%	-7,0%	8,9%
sh digiOOH	69,8%	45,0%	5,5%	-1,3%	54,5%	1,5%	21,4%
Internet	12,8%	8,6%	2,0%	4,8%	10,5%	3,5%	6,8%
Otsepost	11,8%	6,7%	-8,4%	5,2%	9,0%	-1,6%	3,4%
Kokku	**11,0%**	**8,2%**	**-4,8%**	**-3,7%**	**9,4%**	**-4,2%**	**2,0%**
Kokku otsepostiga	11,1%	8,1%	-5,1%	-3,1%	9,4%	-4,0%	2,1%

2022 osakaal (traditsiooniline ning muu maailmaga võrreldav, otsepostita)

	1. kv	2. kv	3. kv	4. kv	1. pa	2. pa	Kokku
Ajalehed	12,1%	10,3%	10,2%	9,1%	11,1%	9,6%	10,3%
Ajakirjad	4,0%	4,2%	3,6%	4,2%	4,2%	3,9%	4,0%
Televisioon	26,2%	26,8%	23,7%	29,7%	26,5%	27,1%	26,8%
Raadio	11,0%	11,8%	13,5%	11,8%	11,5%	12,5%	12,0%
Väli (OOH)	17,7%	20,5%	20,5%	18,9%	19,3%	19,6%	19,4%
Internet	29,0%	26,3%	28,5%	26,3%	27,5%	27,3%	27,4%
Otsepost							
Kokku	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**

2022 osakaal (laiendatud vaade, otsepostiga)

	1. kv	2. kv	3. kv	4. kv	1. pa	2. pa	Kokku
Ajalehed	11,1%	9,6%	9,3%	8,5%	10,2%	8,9%	9,5%
Ajakirjad	3,7%	3,9%	3,3%	3,9%	3,8%	3,6%	3,7%
Televisioon	24,0%	24,8%	21,7%	27,5%	24,4%	25,0%	24,7%
Raadio	10,0%	11,0%	12,4%	10,9%	10,5%	11,6%	11,1%
Väli (OOH)	16,2%	19,0%	18,8%	17,4%	17,7%	18,1%	17,9%
Internet	26,5%	24,3%	26,1%	24,3%	25,3%	25,1%	25,2%
Otsepost	8,6%	7,5%	8,3%	7,5%	8,0%	7,8%	7,9%
	100,0%	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**

KANTAR EMOR

Eesti meediareklaamituru netokäive 2022 vs 2021

Allikas ja © Kantar Emor reklaamipanuste uuring AdEx

2021

2021 käive, milj €

	1. kv	2. kv	3. kv	4. kv	1. pa	2. pa	Kokku
Ajalehed	2,65	3,20	2,80	3,62	5,86	6,42	12,28
Ajakirjad	0,86	1,03	0,82	1,15	1,89	1,97	3,86
Televisioon	5,24	7,20	5,71	8,88	12,44	14,60	27,04
Raadio	2,10	2,82	2,69	2,81	4,92	5,50	10,42
Väli (OOH)	2,70	4,30	4,82	5,70	7,00	10,52	17,52
sh digiOOH	0,78	1,24	1,38	1,97	2,02	3,36	5,38
Internet	5,41	6,58	6,10	7,07	11,99	13,17	25,16
Otsepost	1,76	2,06	2,16	2,16	3,83	4,31	8,14
Kokku otsepostita	**18,96**	**25,13**	**22,95**	**29,23**	**44,09**	**52,18**	**96,27**
Kokku otsepostiga	20,73	27,20	25,10	31,39	47,92	56,49	104,41

2021 muutus võrreldes 2020 (+/- %)

	1. kv	2. kv	3. kv	4. kv	1. pa	2. pa	Kokku
Ajalehed	-16,2%	22,9%	7,1%	1,9%	1,5%	4,1%	2,8%
Ajakirjad	-11,1%	61,8%	14,6%	0,5%	17,9%	5,9%	11,5%
Televisioon	5,4%	58,9%	27,6%	12,5%	30,9%	18,0%	23,6%
Raadio	-1,3%	57,8%	10,0%	-2,0%	25,7%	3,5%	12,9%
Väli (OOH)	-23,9%	124,7%	57,0%	22,3%	28,2%	36,1%	32,8%
digiOOH	-15,9%	255,9%	96,2%	42,9%	58,4%	60,9%	59,9%
Internet	10,3%	32,3%	20,2%	10,9%	21,4%	15,0%	18,0%
Otsepost	-9,9%	29,2%	18,3%	-5,8%	7,6%	4,9%	6,1%
Kokku otsepostita	**-3,7%**	**52,8%**	**24,7%**	**10,3%**	**22,0%**	**16,2%**	**18,8%**
Kokku otsepostiga	-4,2%	50,7%	24,1%	9,1%	20,7%	15,3%	17,7%

2021 osakaal (traditsiooniline ning muu maailmaga võrreldav, otsepostita)

	1. kv	2. kv	3. kv	4. kv	1. pa	2. pa	Kokku
Ajalehed	14,0%	12,7%	12,2%	12,4%	13,3%	12,3%	12,8%
Ajakirjad	4,5%	4,1%	3,6%	3,9%	4,3%	3,8%	4,0%
Televisioon	27,7%	28,6%	24,9%	30,4%	28,2%	28,0%	28,1%
Raadio	11,1%	11,2%	11,7%	9,6%	11,2%	10,5%	10,8%
Väli (OOH)	14,3%	17,1%	21,0%	19,5%	15,9%	20,2%	18,2%
Internet	28,5%	26,2%	26,6%	24,2%	27,2%	25,2%	26,1%
Otsepost							
Kokku	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**

2021 osakaal (laiendatud vaade, otsepostiga)

	1. kv	2. kv	3. kv	4. kv	1. pa	2. pa	Kokku
Ajalehed	12,8%	11,8%	11,2%	11,5%	12,2%	11,4%	11,8%
Ajakirjad	4,1%	3,8%	3,3%	3,7%	3,9%	3,5%	3,7%
Televisioon	25,3%	26,5%	22,8%	28,3%	26,0%	25,8%	25,9%
Raadio	10,1%	10,4%	10,7%	9,0%	10,3%	9,7%	10,0%
Väli (OOH)	13,0%	15,8%	19,2%	18,2%	14,6%	18,6%	16,8%
Internet	26,1%	24,2%	24,3%	22,5%	25,0%	23,3%	24,1%
Otsepost	8,5%	7,6%	8,6%	6,9%	8,0%	7,6%	7,8%
	100,0%	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**

KANTAR EMOR

Estonian Media Advertising net market 2022 vs 2021

Source and © Kantar Emor AdEx // Contact: emor@emor.ee

2022

2022 turnover, million(s) €

	Q1	Q2	Q3	Q4	1st HY	2nd HY	Total
Newspapers	2,55	2,81	2,23	2,58	5,36	4,80	10,16
Magazines	0,85	1,15	0,78	1,17	2,01	1,95	3,95
TV	5,51	7,28	5,18	8,37	12,80	13,55	26,35
Radio	2,31	3,22	2,95	3,32	5,53	6,27	11,79
Out-of-home (OOH)	3,73	5,57	4,48	5,31	9,30	9,79	19,09
incl digiOOH	1,33	1,80	1,46	1,95	3,12	3,41	6,53
Internet	6,10	7,15	6,23	7,40	13,25	13,63	26,88
Direct Mail	1,97	2,20	1,98	2,27	4,17	4,24	8,42
Total excl. Direct Mail	**21,05**	**27,19**	**21,84**	**28,14**	**48,23**	**49,99**	**98,22**
Total incl. Direct Mail	23,02	29,39	23,82	30,41	52,41	54,23	106,64

2022 change vs 2021 (+/- %)

	Q1	Q2	Q3	Q4	1st HY	2nd HY	Total
Newspapers	-3,8%	-12,3%	-20,5%	-28,9%	-8,4%	-25,2%	-17,2%
Magazines	-0,6%	11,7%	-5,3%	2,0%	6,1%	-1,0%	2,5%
TV	5,2%	1,2%	-9,4%	-5,8%	2,9%	-7,2%	-2,6%
Radio	10,1%	14,1%	10,0%	17,9%	12,4%	14,0%	13,2%
Out-of-home (OOH)	37,8%	29,7%	-7,0%	-6,9%	32,8%	-7,0%	8,9%
digiOOH	69,8%	45,0%	5,5%	-1,3%	54,5%	1,5%	21,4%
Internet	12,8%	8,6%	2,0%	4,8%	10,5%	3,5%	6,8%
Direct Mail	11,8%	6,7%	-8,4%	5,2%	9,0%	-1,6%	3,4%
Total excl. Direct Mail	**11,0%**	**8,2%**	**-4,8%**	**-3,7%**	**9,4%**	**-4,2%**	**2,0%**
Total incl. Direct Mail	11,1%	8,1%	-5,1%	-3,1%	9,4%	-4,0%	2,1%

2022 share (traditional, excl Direct Mail)

	Q1	Q2	Q3	Q4	1st HY	2nd HY	Total
Newspapers	12,1%	10,3%	10,2%	9,1%	11,1%	9,6%	10,3%
Magazines	4,0%	4,2%	3,6%	4,2%	4,2%	3,9%	4,0%
TV	26,2%	26,8%	23,7%	29,7%	26,5%	27,1%	26,8%
Radio	11,0%	11,8%	13,5%	11,8%	11,5%	12,5%	12,0%
Out-of-home (OOH)	17,7%	20,5%	20,5%	18,9%	19,3%	19,6%	19,4%
Internet	29,0%	26,3%	28,5%	26,3%	27,5%	27,3%	27,4%
Direct Mail							
Kokku	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**

2022 share (extended view, incl Direct Mail)

	Q1	Q2	Q3	Q4	1st HY	2nd HY	Total
Newspapers	11,1%	9,6%	9,3%	8,5%	10,2%	8,9%	9,5%
Magazines	3,7%	3,9%	3,3%	3,9%	3,8%	3,6%	3,7%
TV	24,0%	24,8%	21,7%	27,5%	24,4%	25,0%	24,7%
Radio	10,0%	11,0%	12,4%	10,9%	10,5%	11,6%	11,1%
Out-of-home (OOH)	16,2%	19,0%	18,8%	17,4%	17,7%	18,1%	17,9%
Internet	26,5%	24,3%	26,1%	24,3%	25,3%	25,1%	25,2%
Direct Mail	8,6%	7,5%	8,3%	7,5%	8,0%	7,8%	7,9%
	100,0%	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**

KANTAR EMOR

Estonian Media Advertising net market 2022 vs 2021

Source and © Kantar Emor AdEx // Contact: emor@emor.ee

2021

2021 turnover, million(s) €

	Q1	Q2	Q3	Q4	1st HY	2nd HY	Total
Newspapers	2,65	3,20	2,80	3,62	5,86	6,42	12,28
Magazines	0,86	1,03	0,82	1,15	1,89	1,97	3,86
TV	5,24	7,20	5,71	8,88	12,44	14,60	27,04
Radio	2,10	2,82	2,69	2,81	4,92	5,50	10,42
Out-of-home (OOH)	2,70	4,30	4,82	5,70	7,00	10,52	17,52
incl digiOOH	0,78	1,24	1,38	1,97	2,02	3,36	5,38
Internet	5,41	6,58	6,10	7,07	11,99	13,17	25,16
Direct Mail	1,76	2,06	2,16	2,16	3,83	4,31	8,14
Total excl. Direct Mail	**18,96**	**25,13**	**22,95**	**29,23**	**44,09**	**52,18**	**96,27**
Total incl. Direct Mail	20,73	27,20	25,10	31,39	47,92	56,49	104,41

2021 change vs 2020 (+/- %)

	Q1	Q2	Q3	Q4	1st HY	2nd HY	Total
Newspapers	-16,2%	22,9%	7,1%	1,9%	1,5%	4,1%	2,8%
Magazines	-11,1%	61,8%	14,6%	0,5%	17,9%	5,9%	11,5%
TV	5,4%	58,9%	27,6%	12,5%	30,9%	18,0%	23,6%
Radio	-1,3%	57,8%	10,0%	-2,0%	25,7%	3,5%	12,9%
Out-of-home (OOH)	-23,9%	124,7%	57,0%	22,3%	28,2%	36,1%	32,8%
digiOOH	-15,9%	255,9%	96,2%	42,9%	58,4%	60,9%	59,9%
Internet	10,3%	32,3%	20,2%	10,9%	21,4%	15,0%	18,0%
Direct Mail	-9,9%	29,2%	18,3%	-5,8%	7,6%	4,9%	6,1%
Total excl. Direct Mail	**-3,7%**	**52,8%**	**24,7%**	**10,3%**	**22,0%**	**16,2%**	**18,8%**
Total incl. Direct Mail	-4,2%	50,7%	24,1%	9,1%	20,7%	15,3%	17,7%

2021 share (traditional, excl Direct Mail)

	Q1	Q2	Q3	Q4	1st HY	2nd HY	Total
Newspapers	14,0%	12,7%	12,2%	12,4%	13,3%	12,3%	12,8%
Magazines	4,5%	4,1%	3,6%	3,9%	4,3%	3,8%	4,0%
TV	27,7%	28,6%	24,9%	30,4%	28,2%	28,0%	28,1%
Radio	11,1%	11,2%	11,7%	9,6%	11,2%	10,5%	10,8%
Out-of-home (OOH)	14,3%	17,1%	21,0%	19,5%	15,9%	20,2%	18,2%
Internet	28,5%	26,2%	26,6%	24,2%	27,2%	25,2%	26,1%
Direct Mail							
Kokku	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**

2021 share (extended view, incl Direct Mail)

	Q1	Q2	Q3	Q4	1st HY	2nd HY	Total
Newspapers	12,8%	11,8%	11,2%	11,5%	12,2%	11,4%	11,8%
Magazines	4,1%	3,8%	3,3%	3,7%	3,9%	3,5%	3,7%
TV	25,3%	26,5%	22,8%	28,3%	26,0%	25,8%	25,9%
Radio	10,1%	10,4%	10,7%	9,0%	10,3%	9,7%	10,0%
Out-of-home (OOH)	13,0%	15,8%	19,2%	18,2%	14,6%	18,6%	16,8%
Internet	26,1%	24,2%	24,3%	22,5%	25,0%	23,3%	24,1%
Direct Mail	8,5%	7,6%	8,6%	6,9%	8,0%	7,6%	7,8%
	100,0%	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**

KANTAR EMOR

Рынок медийной рекламы в Эстонии 2022 vs 2021

Источник: Kantar Emor, Мониторинг рекламы AdEx // Контакт: emor@emor.ee

2022

2022 оборот, млн €

	I кв	II кв	III кв	IV кв	1-е п/г	2-е п/г	Всего
Газеты	2,55	2,81	2,23	2,58	5,36	4,80	10,16
Журналы	0,85	1,15	0,78	1,17	2,01	1,95	3,95
ТВ	5,51	7,28	5,18	8,37	12,80	13,55	26,35
Радио	2,31	3,22	2,95	3,32	5,53	6,27	11,79
Наружная реклама (ООН)	3,73	5,57	4,48	5,31	9,30	9,79	19,09
в т.ч. digi сегмент (ООН)	1,33	1,80	1,46	1,95	3,12	3,41	6,53
Интернет	6,10	7,15	6,23	7,40	13,25	13,63	26,88
Прямая почтовая рассылка	1,97	2,20	1,98	2,27	4,17	4,24	8,42
Всего (без прямой почтовой рассылки)	**21,05**	**27,19**	**21,84**	**28,14**	**48,23**	**49,99**	**98,22**
Всего, в т.ч с прямой почтовой рассылкой	23,02	29,39	23,82	30,41	52,41	54,23	106,64

2022 изменения vs 2021 (+/- %)

	I кв	II кв	III кв	IV кв	1-е п/г	2-е п/г	Всего
Газеты	-3,8%	-12,3%	-20,5%	-28,9%	-8,4%	-25,2%	-17,2%
Журналы	-0,6%	11,7%	-5,3%	2,0%	6,1%	-1,0%	2,5%
ТВ	5,2%	1,2%	-9,4%	-5,8%	2,9%	-7,2%	-2,6%
Радио	10,1%	14,1%	10,0%	17,9%	12,4%	14,0%	13,2%
Наружная реклама (ООН)	37,8%	29,7%	-7,0%	-6,9%	32,8%	-7,0%	8,9%
digi сегмент (ООН)	69,8%	45,0%	5,5%	-1,3%	54,5%	1,5%	21,4%
Интернет	12,8%	8,6%	2,0%	4,8%	10,5%	3,5%	6,8%
Прямая почтовая рассылка	11,8%	6,7%	-8,4%	5,2%	9,0%	-1,6%	3,4%
Всего (без прямой почтовой рассылки)	**11,0%**	**8,2%**	**-4,8%**	**-3,7%**	**9,4%**	**-4,2%**	**2,0%**
Всего, в т.ч с прямой почтовой рассылкой	11,1%	8,1%	-5,1%	-3,1%	9,4%	-4,0%	2,1%

Доля в 2022 году (традиционная и в сравнении с остальным миром, без прямой почтовой рассылки)

	I кв	II кв	III кв	IV кв	1-е п/г	2-е п/г	Всего
Газеты	12,1%	10,3%	10,2%	9,1%	11,1%	9,6%	10,3%
Журналы	4,0%	4,2%	3,6%	4,2%	4,2%	3,9%	4,0%
ТВ	26,2%	26,8%	23,7%	29,7%	26,5%	27,1%	26,8%
Радио	11,0%	11,8%	13,5%	11,8%	11,5%	12,5%	12,0%
Наружная реклама (ООН)	17,7%	20,5%	20,5%	18,9%	19,3%	19,6%	19,4%
Интернет	29,0%	26,3%	28,5%	26,3%	27,5%	27,3%	27,4%
Прямая почтовая рассылка							
Всего	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**

Доля в 2022 году (расширенный вид, в т.ч прямая почтовая рассылка)

	I кв	II кв	III кв	IV кв	1-е п/г	2-е п/г	Всего
Газеты	11,1%	9,6%	9,3%	8,5%	10,2%	8,9%	9,5%
Журналы	3,7%	3,9%	3,3%	3,9%	3,8%	3,6%	3,7%
ТВ	24,0%	24,8%	21,7%	27,5%	24,4%	25,0%	24,7%
Радио	10,0%	11,0%	12,4%	10,9%	10,5%	11,6%	11,1%
Наружная реклама (ООН)	16,2%	19,0%	18,8%	17,4%	17,7%	18,1%	17,9%
Интернет	26,5%	24,3%	26,1%	24,3%	25,3%	25,1%	25,2%
Прямая почтовая рассылка	8,6%	7,5%	8,3%	7,5%	8,0%	7,8%	7,9%
	100,0%	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**

KANTAR EMOR

Рынок медийной рекламы в Эстонии 2022 vs 2021

Источник: Kantar Emor, Мониторинг рекламы AdEx // Контакт: emor@emor.ee

2021

2021 оборот, млн €

	I кв	II кв	III кв	IV кв	1-е п/г	2-е п/г	Всего
Газеты	2,65	3,20	2,80	3,62	5,86	6,42	12,28
Журналы	0,86	1,03	0,82	1,15	1,89	1,97	3,86
ТВ	5,24	7,20	5,71	8,88	12,44	14,60	27,04
Радио	2,10	2,82	2,69	2,81	4,92	5,50	10,42
Наружная реклама (ООН)	2,70	4,30	4,82	5,70	7,00	10,52	17,52
в т.ч. digi сегмент (ООН)	0,78	1,24	1,38	1,97	2,02	3,36	5,38
Интернет	5,41	6,58	6,10	7,07	11,99	13,17	25,16
Прямая почтовая рассылка	1,76	2,06	2,16	2,16	3,83	4,31	8,14
Всего (без прямой почтовой рассылки)	**18,96**	**25,13**	**22,95**	**29,23**	**44,09**	**52,18**	**96,27**
Всего, в т.ч с прямой почтовой рассылкой	20,73	27,20	25,10	31,39	47,92	56,49	104,41

2021 изменения vs 2020 (+/- %)

	I кв	II кв	III кв	IV кв	1-е п/г	2-е п/г	Всего
Газеты	-16,2%	22,9%	7,1%	1,9%	1,5%	4,1%	2,8%
Журналы	-11,1%	61,8%	14,6%	0,5%	17,9%	5,9%	11,5%
ТВ	5,4%	58,9%	27,6%	12,5%	30,9%	18,0%	23,6%
Радио	-1,3%	57,8%	10,0%	-2,0%	25,7%	3,5%	12,9%
Наружная реклама (ООН)*	-23,9%	124,7%	57,0%	22,3%	28,2%	36,1%	32,8%
*в т.ч. digi сегмент (ООН)**	-15,9%	255,9%	96,2%	42,9%	58,4%	60,9%	59,9%
Интернет*	10,3%	32,3%	20,2%	10,9%	21,4%	15,0%	18,0%
Прямая почтовая рассылка	-9,9%	29,2%	18,3%	-5,8%	7,6%	4,9%	6,1%
Всего (без прямой почтовой рассылки)	**-3,7%**	**52,8%**	**24,7%**	**10,3%**	**22,0%**	**16,2%**	**18,8%**
Всего, в т.ч с прямой почтовой рассылкой	-4,2%	50,7%	24,1%	9,1%	20,7%	15,3%	17,7%

Доля в 2021 году (традиционная и в сравнении с остальным миром, без прямой почтовой рассылки)

	I кв	II кв	III кв	IV кв	1-е п/г	2-е п/г	Всего
Газеты	14,0%	12,7%	12,2%	12,4%	13,3%	12,3%	12,8%
Журналы	4,5%	4,1%	3,6%	3,9%	4,3%	3,8%	4,0%
ТВ	27,7%	28,6%	24,9%	30,4%	28,2%	28,0%	28,1%
Радио	11,1%	11,2%	11,7%	9,6%	11,2%	10,5%	10,8%
Наружная реклама (ООН)	14,3%	17,1%	21,0%	19,5%	15,9%	20,2%	18,2%
Интернет	28,5%	26,2%	26,6%	24,2%	27,2%	25,2%	26,1%
Прямая почтовая рассылка							
Всего	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**

Доля в 2021 году (расширенный вид, в т.ч прямая почтовая рассылка)

	I кв	II кв	III кв	IV кв	1-е п/г	2-е п/г	Всего
Газеты	12,8%	11,8%	11,2%	11,5%	12,2%	11,4%	11,8%
Журналы	4,1%	3,8%	3,3%	3,7%	3,9%	3,5%	3,7%
ТВ	25,3%	26,5%	22,8%	28,3%	26,0%	25,8%	25,9%
Радио	10,1%	10,4%	10,7%	9,0%	10,3%	9,7%	10,0%
Наружная реклама (ООН)	13,0%	15,8%	19,2%	18,2%	14,6%	18,6%	16,8%
Интернет	26,1%	24,2%	24,3%	22,5%	25,0%	23,3%	24,1%
Прямая почтовая рассылка	8,5%	7,6%	8,6%	6,9%	8,0%	7,6%	7,8%
	100,0%	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**