

REKLAMODAWCY WYBIERAJĄ RADIO

SPRZEDAŻ = RADIO

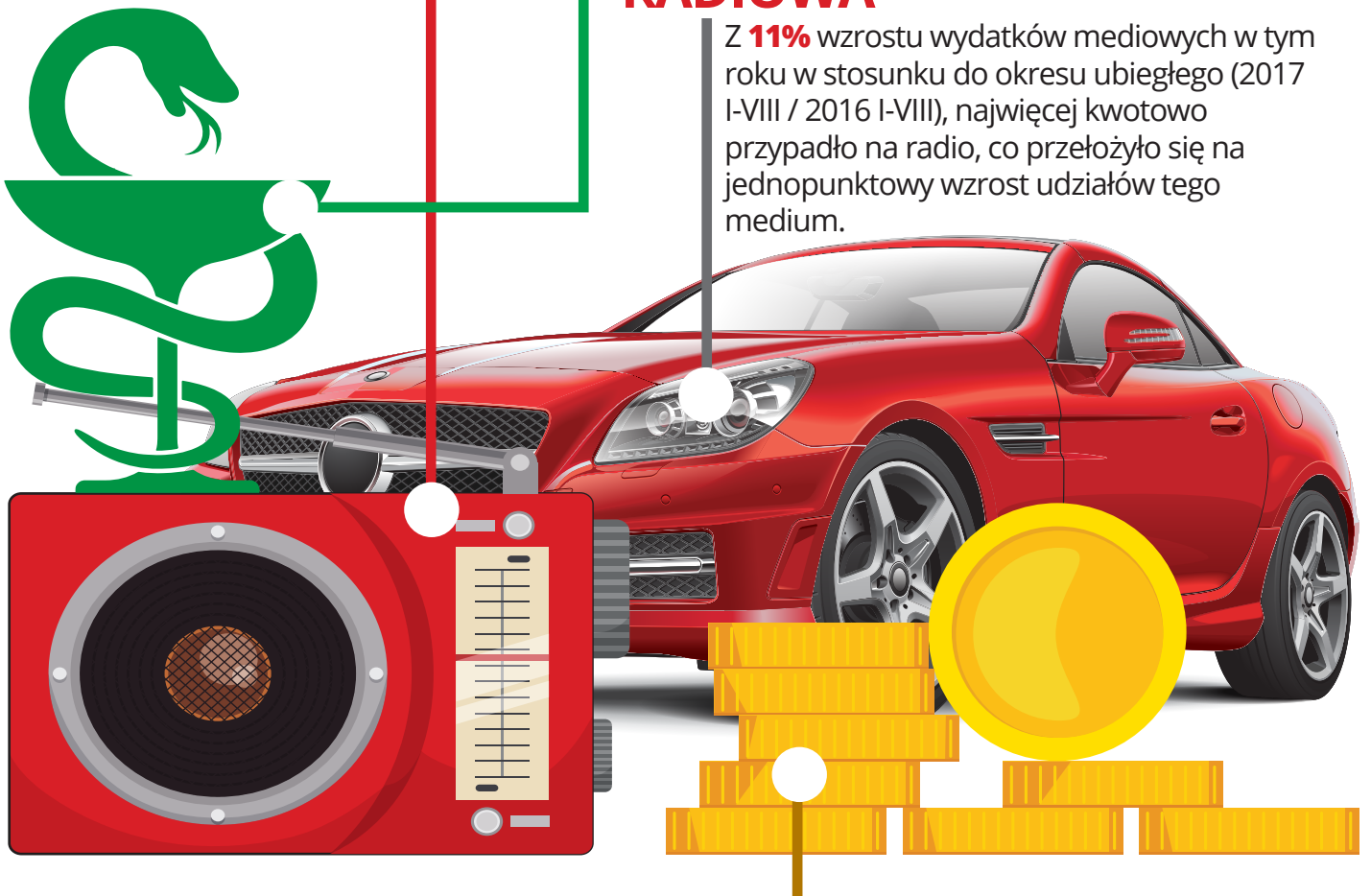
Aż **43%** budżetów mediowych sektora handlowego jest lokowanych w radio (2017 I-VIII).

FARMACJA RADIEM STOI

Z roku na rok rośnie liczba promowanych brandów farmaceutycznych: **337 w 2017 (I-VIII) z 315 w 2016 (I-VIII)**.

MOTORYZACJA NATURALNIE RADIOWA

Z **11%** wzrostu wydatków mediowych w tym roku w stosunku do okresu ubiegłego (2017 I-VIII / 2016 I-VIII), najwięcej kwotowo przypadło na radio, co przełożyło się na jednopunktowy wzrost udziałów tego medium.



“NOWA” SPRZEDAŻ STAWIA NA SPRAWDZONE MEDIUM

Rok do roku 2017 I-VIII / 2016 I-VIII E-COMMERCE niemal podwoił wartość wydatków w radio (**wzrost o 81,6%**), co dało temu medium **22%** udział w torcie mediów.