

Медиабизнес

30 октября 2024

09:30 - 10:00

Регистрация, приветственный кофе

10:00 - 11:30

Дискуссионная сессия 1. Тихая рекламная гавань. Поиск новых точек роста

В 2023 году рынок рекламы в России продемонстрировал рекордный рост – 30% к 2022 году. Ему способствовали высокая рекламная активность российских компаний, в частности в сегменте МСБ, появление на рынке новых зарубежных рекламодателей, а также высокая медиаинфляция практически во всех каналах. Трендом среди рекламодателей стали размещения e-som-площадки, объемы которых бьют все новые рекорды. Какие новые точки роста выбирают медиакомпании – участники обсудят в рамках сессии.

В фокусе обсуждения

- Каких темпов роста стоит ожидать по итогам 2024 года и от каких факторов это будет зависеть? Какого роста цен на размещения стоит ожидать в медиаканалах и чем он обусловлен?
- Точки роста рекламного рынка: что или кто это может быть? Размещения в e-som – новая нефть рекламного рынка?

Модератор

Ксения Болецкая, директор по взаимодействию с индустрией, «Яндекс»

Участники дискуссии

Владимир Бабков, генеральный директор, сейлз-хауз «Эверест»

Дмитрий Медников, управляющий директор, «Русская медиагруппа»

Алексей Никитин, директор по маркетингу «Триколор»

Яков Пейсахзон, директор, «Авито реклама»

Ольга Рублева, генеральный директор, United Partners (Media Instinct Group)

Любовь Серкова, BI директор, i.com

11:30 - 12:00

Кофе-брейк

12:00 - 12:30

The Speaker's Speech. **Наедине с медиаменеджером**

Светлана Баланова, генеральный директор «Национальная медиа группа» в интервью **Марии Истоминой**

12:30 - 12:40

Перерыв

12:40 - 14:10

Дискуссионная сессия 2. **ТВ и онлайн: вместе весело шагать**

Тренд последнего года – рост количества проектов, произведенных сразу несколькими видеосервисами или онлайн-платформами совместно с телеканалами. Что это – оптимизация затрат и рисков ввиду удорожания производства контента или попытка сделать проект более массовым?

В фокусе обсуждения

- Копродукция: конкуренция, экономика, аудитория.
- Роль государственных институтов в поддержке онлайн-контента. Какое влияние на контент это оказывает? Интересны ли эти проекты аудитории?
- Как будет дальше развиваться копродукция?

Модераторы

Мария Истомина, редактор отдела «Медиа», деловое издание «Ведомости»

Дмитрий Колесов, директор департамента новых технологий, J'son & Partners Consulting

Участники дискуссии

Александр Акопов, генеральный директор, СТС

Гавриил Гордеев, генеральный продюсер, Okko

Тинатин Канделаки, заместитель генерального директора, «Газпром-медиа холдинг»

Игорь Мишин, генеральный продюсер, KION

Тимур Вайнштейн, генеральный продюсер, телекомпания «НТВ»

14:10 - 15:00

Обед

15:00 - 15:30

The Speaker's Speech. **Наедине с медиаменеджером**

Алексей Никитин, директор по маркетингу и **Владимир Трунов**, директор по работы с органами государственной власти компании «Триколор» в интервью **Александр Широкых** и **Марии Истоминой**

15:30 - 16:00

The Speaker's Speech. Наедине с медиаменеджером

Софья Митрофанова, генеральный директор «МТС медиа» в интервью **Марии Истоминой**

16:00 - 16:20

Перерыв

16:20 - 18:00

Дискуссионная сессия 3. Блогер в законе

Ключевым для блогосферы в 2024 году стал вопрос – регулирование или саморегулирование? Инфлюенсеры вынуждены оперативно приспосабливаться к принимаемым законам и тщательно изучать новые инициативы властей, которые затрагивают их деятельность. Выходом из этой ситуации могло бы стать саморегулирование, когда участники рынка договариваются о правилах работы и следуют им. Как госрегулирование сейчас влияет на блогосферу, а также от каких факторов будет зависеть дальнейшее развитие рынка инфлюенс-маркетинга – на эти и другие вопросы попробуют найти ответы эксперты сессии.

Модератор

Евгений Гуцал, диджитал-эксперт, автор книги «История российского видеоблогинга»

В фокусе обсуждения

- Зачем блогерам ОКВЭД и какое влияние на рынок инфлюэнс-маркетинга окажет узаконивание статуса блогера и блогерской деятельности?
- Регулирование или саморегулирование: какие критерии недобросовестности блогеров необходимо установить и какие меры ответственности предусмотреть для нарушителей?
- Прогнозы развития рынка инфлюэнс-маркетинга в России и от каких факторов это будет зависеть?

Участники дискуссии

Тимур Бекшенев, директор по правовым вопросам, «МТС медиа»

Марина Дубровская, адвокат, АБ «Дубровская, Кузнецова и партнеры»

Степан Калинин, руководитель направления стратегии, Mindscapes

Максим Перлин, генеральный директор, агентство креативных коммуникаций, Blacklight; сооснователь, Ассоциация блогеров и агентств (АБА)

Анар Рашидов, исполнительный директор, Hype Agency

Николай Соболев, блогер

Ксения Собчак, журналист, ведущая, общественный деятель

18:00

Завершение конференции. Вечерний коктейль