

# 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 Калиничев**, руководитель направления стратегии, Mindscapes

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

**Анар Рашидов**, исполнительный директор, Pure Agency

**Николай Соболев**, блогер

**Ксения Собчак**, журналист, ведущая, общественный деятель