

Таблица 2. Структура рекламного рынка США

Вид рекламы	Доля в первом полугодии 2007 г., %	Доля в первом полугодии 2010 г., % (млн долл.)	Доля в первом полугодии 2011 г., % (млн долл.)
Поисковая	41	47 (5747)	49 (7286)
Дисплейно-ориентированная:	32	36 (4356)	37 (5535)
баннерная	21	23 (2744)	23 (3414)
цифровое видео	1	5 (627)	6 (891)
рич-медиа	7	6 (743)	5 (763)
спонсорство	3	2 (242)	3 (467)
Классифайд	17	10 (1262)	8 (1237)
Партнерство/генерация	8	5 (642)	5 (805)
E-mail	2	1 (120)	1 (79)