

На гемблинг пришлось 0,8% от общего объема телерекламы в США по итогам 2023 года.

Данные предоставила американская ассоциация азартных игр (AGA). Организация проанализировала рекламные ролики по всей территории США с 2013 по 2023 год.

Примечательно, что алкоголь (0,5%) на американском ТВ рекламируется реже азартных игр, а фастфуд (3,8%) – в разы чаще.

Объем рекламы гемблинга на американском ТВ снизился на 23% по сравнению с 2022 годом. AGA связывает это со снижением градуса агрессивного маркетинга букмекеров.

Ставки на Спортсе

В 13 раз вероятнее стала победа «Боруссии» в ЛЧ! Настолько рухнул коэффициент