

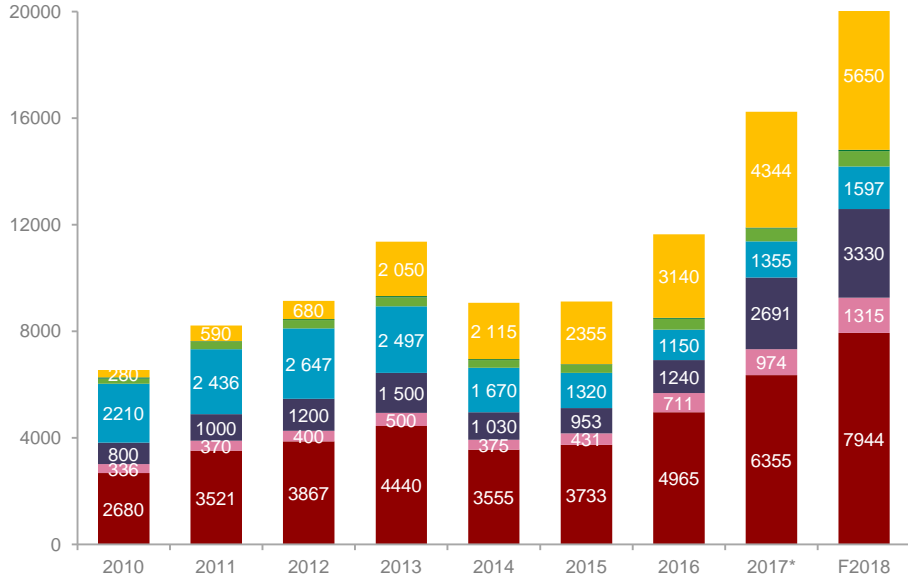
Наружная реклама в Украине

2017 год



Динамика медиарынка

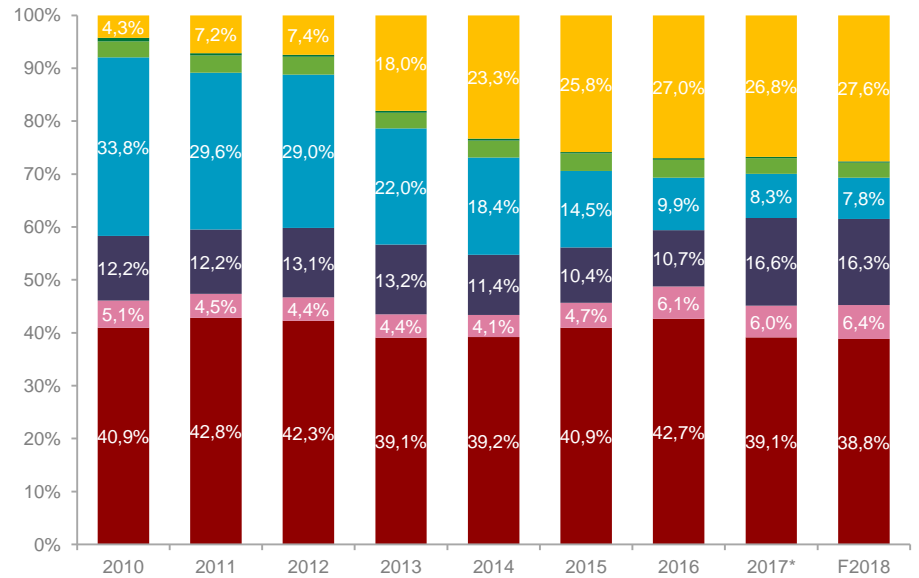
Динамика медиарынка, млн грн



* ООН технический рост

■ TV ■ TV Sponsropship ■ OOH ■ Print ■ Radio ■ Cinema ■ Internet

Динамика медиарынка, %

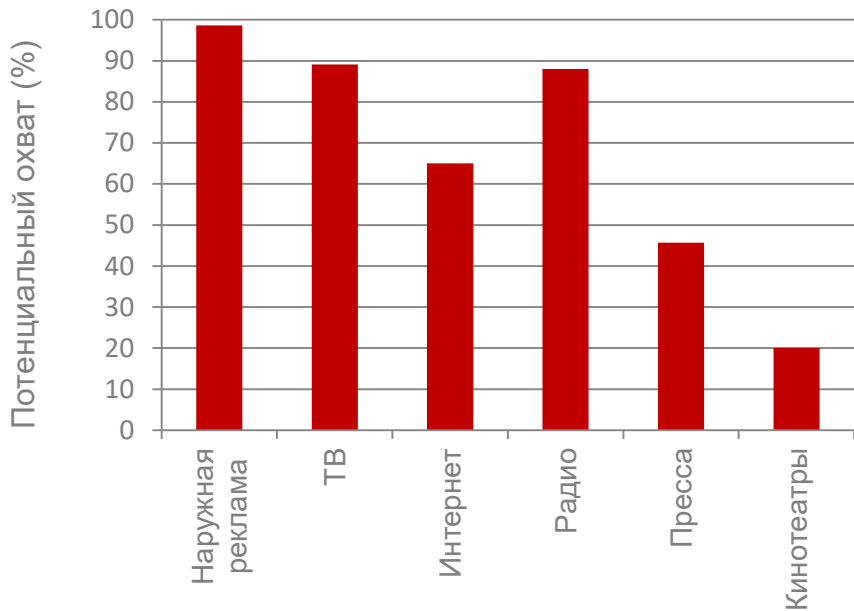


■ TV ■ TV Sponsropship ■ OOH ■ Print ■ Radio ■ Cinema ■ Internet





Проникновение

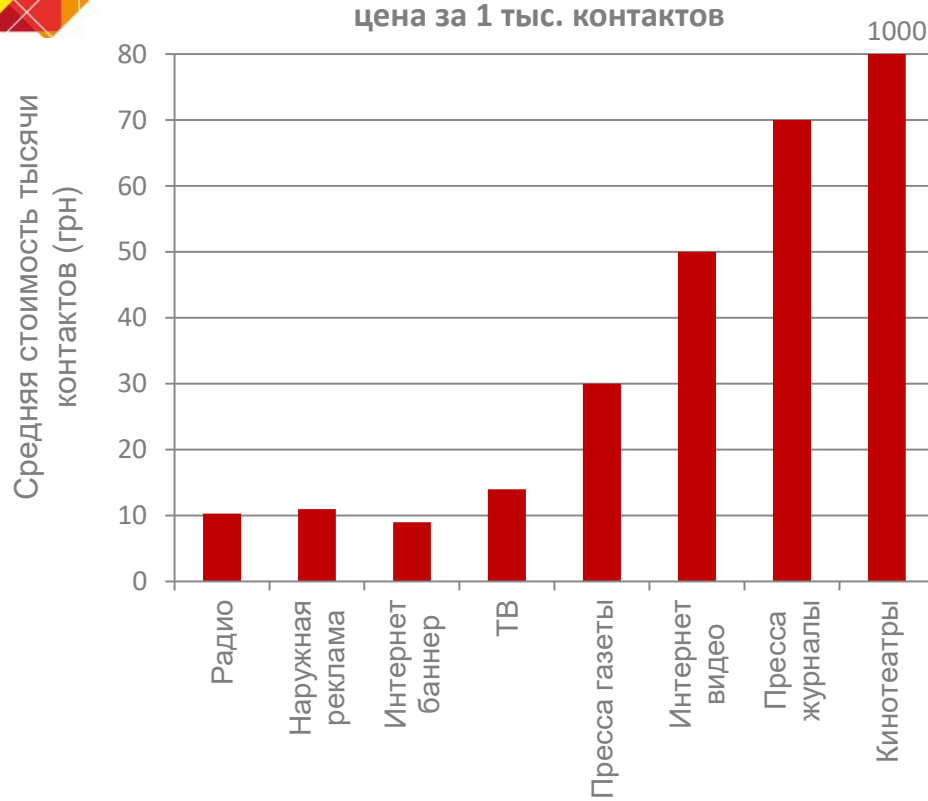


- Наружная реклама и ТВ – по прежнему остаются наиболее охватобразующими медиа каналами.
- Позиции Интернета сильны по молодежным аудиториям. По общей аудитории – охват на уровне 60%





Средняя стоимость тысячи контактов медиа

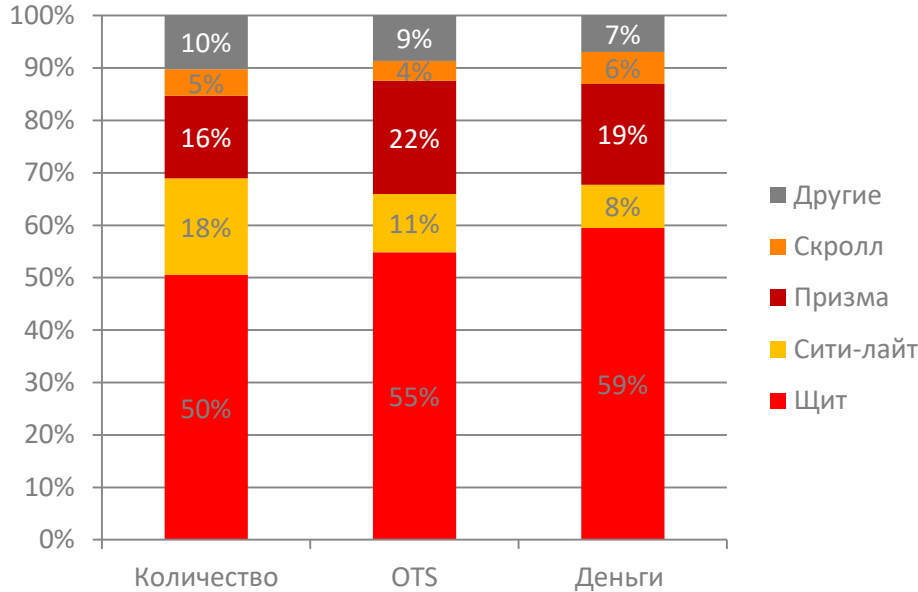


- Наружная реклама, интернет и радио – наиболее дешевые с точки зрения цены за контакт медиа для широкой аудитории





Доли основных форматов по итогам 2017 года



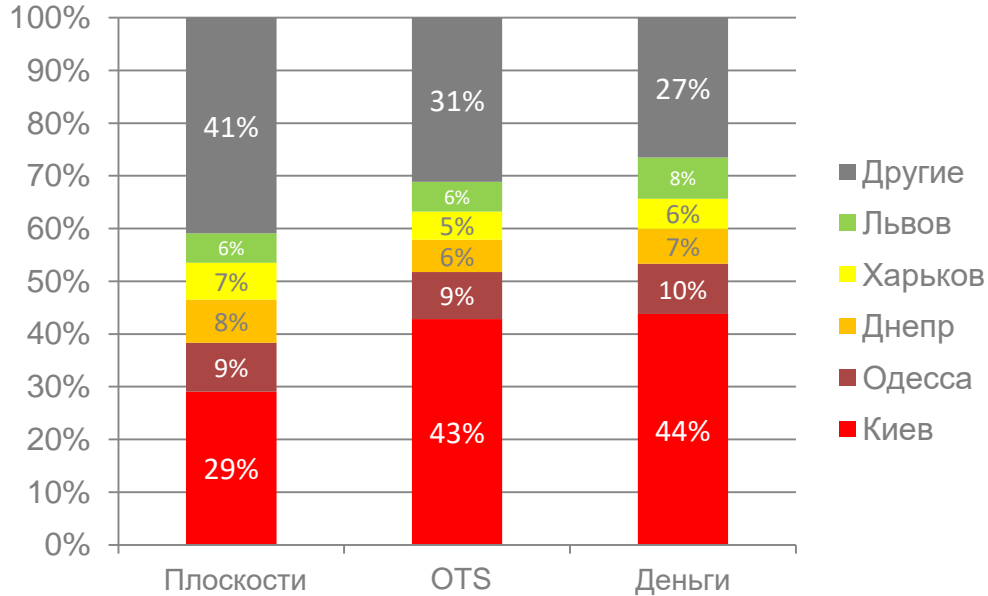
- Щитовые конструкции – по прежнему основной формат для украинского рынка
- Сити-лайт – второй в количественном выражении. Отстает от призм при пересчете контактов из-за сосредоточения в отдалении от транспортных потоков и меньшей площади





Доли основных городов по итогам 2017 года

Все носители



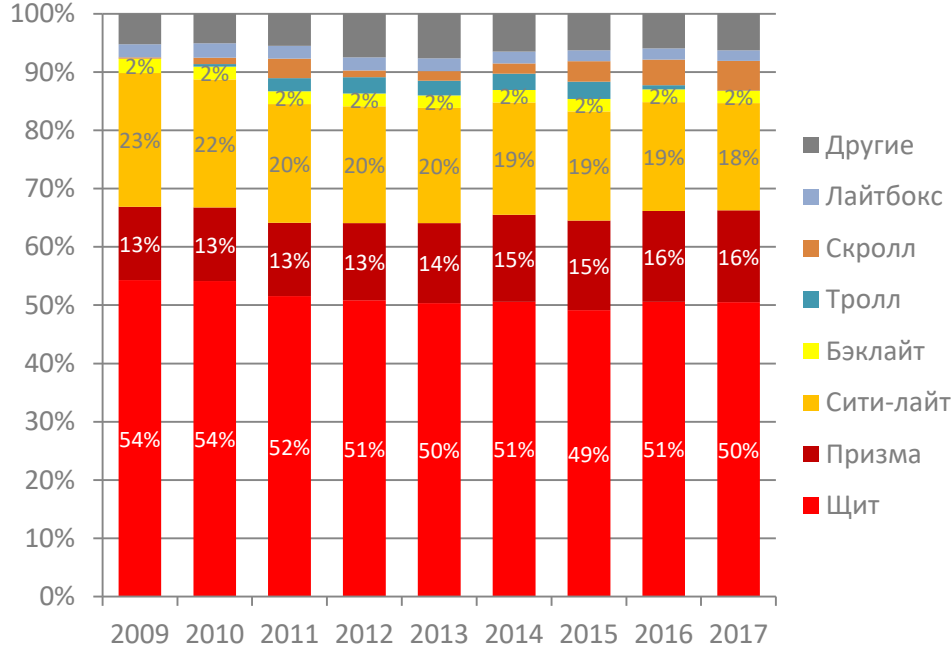
- Киев – основа рынка наружной рекламы в количественном, бюджетном и качественном выражении
- Соотношение между контактами и бюджетами свидетельствует о взвешенном подходе к ценообразованию



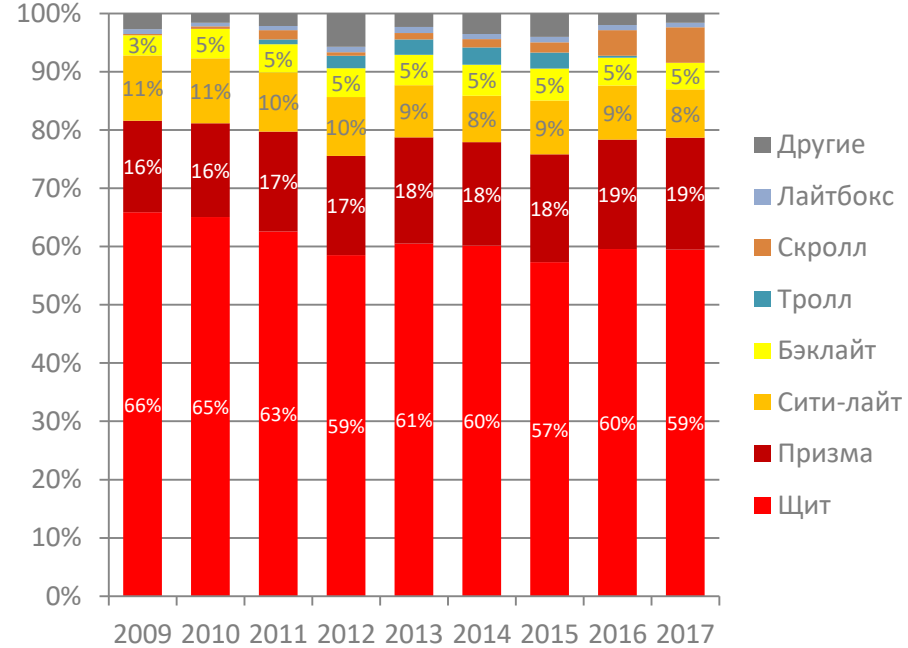


Динамика роста доли рекламных поверхностей

Количество



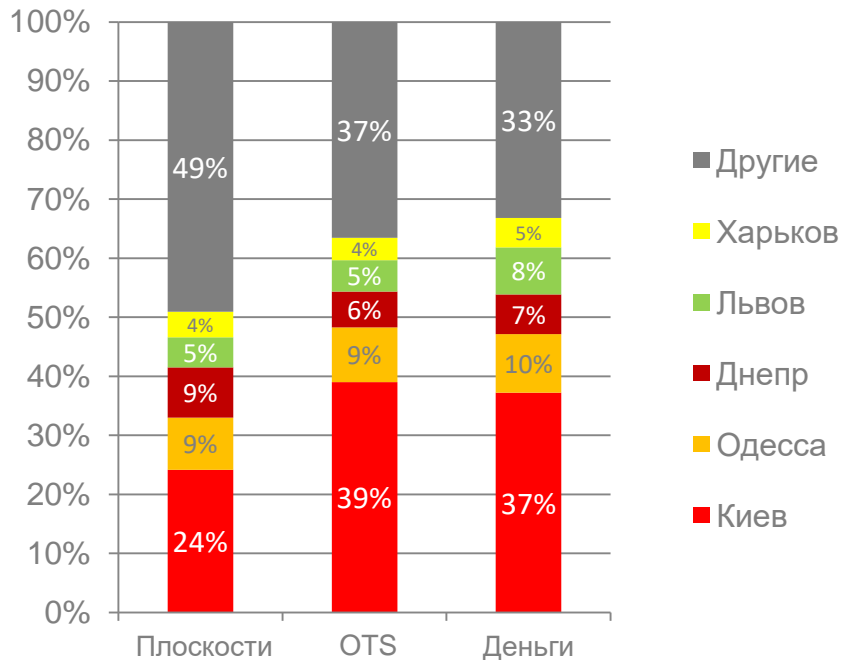
Бюджет



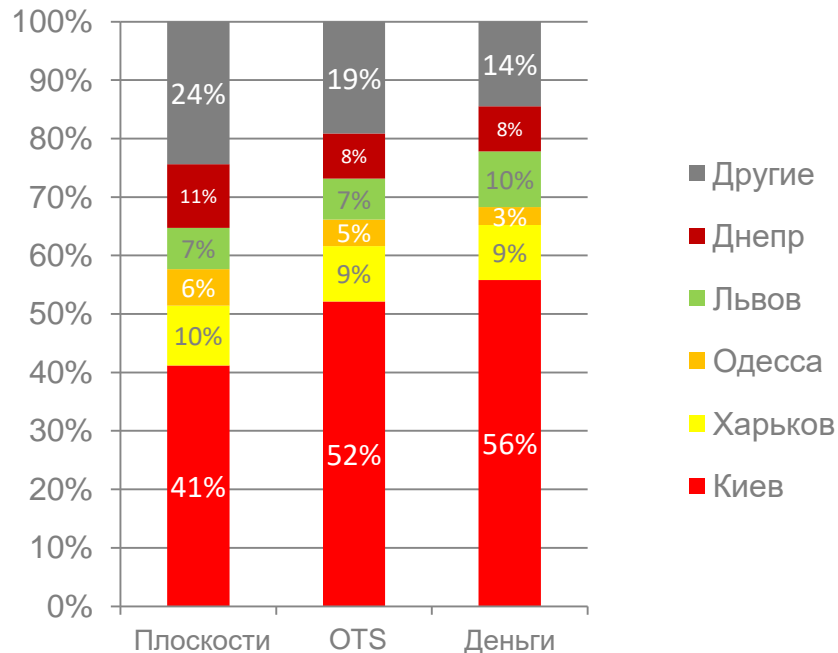


Доли основных городов по итогам 2017 года. Основные форматы

Щит



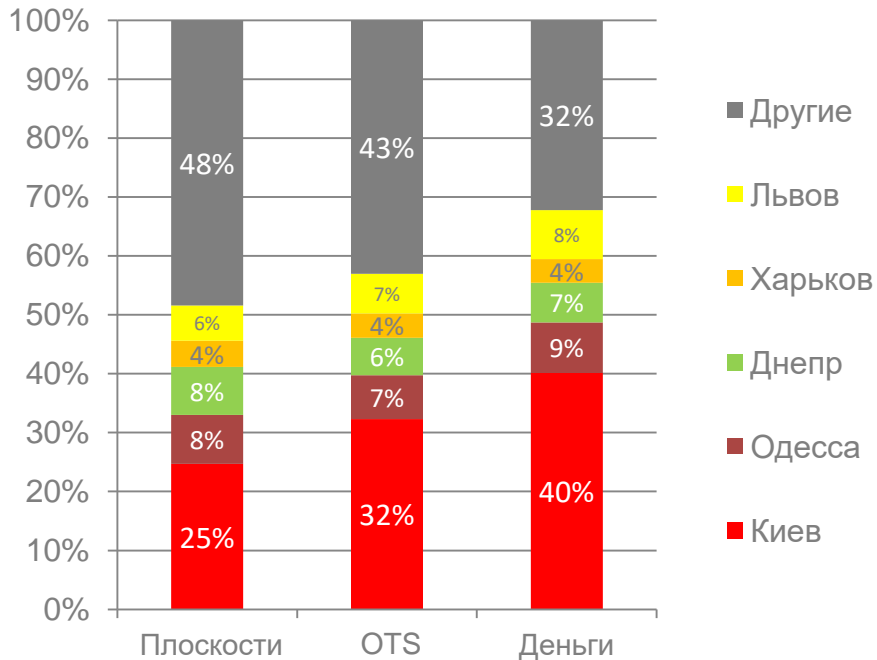
Призма



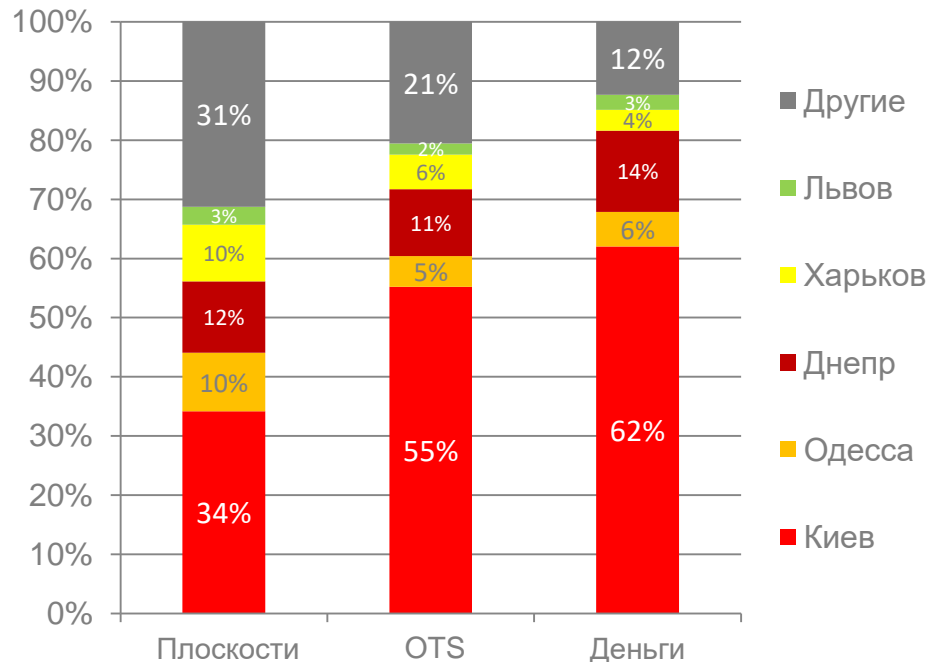


Доли основных городов по итогам 2017 года. Основные форматы

Сити-лайт



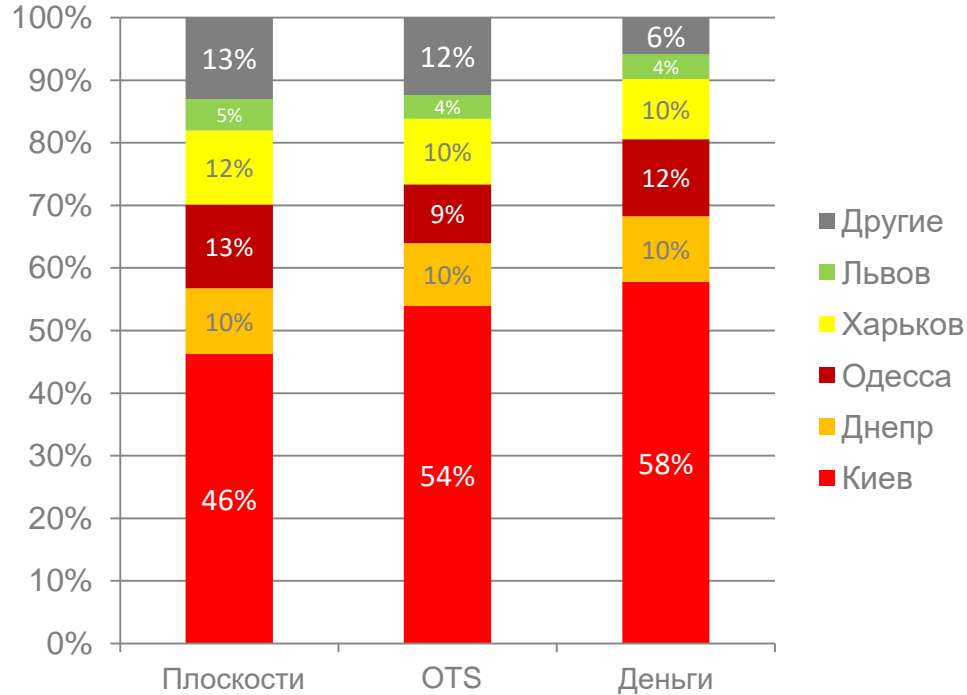
Бэклайт





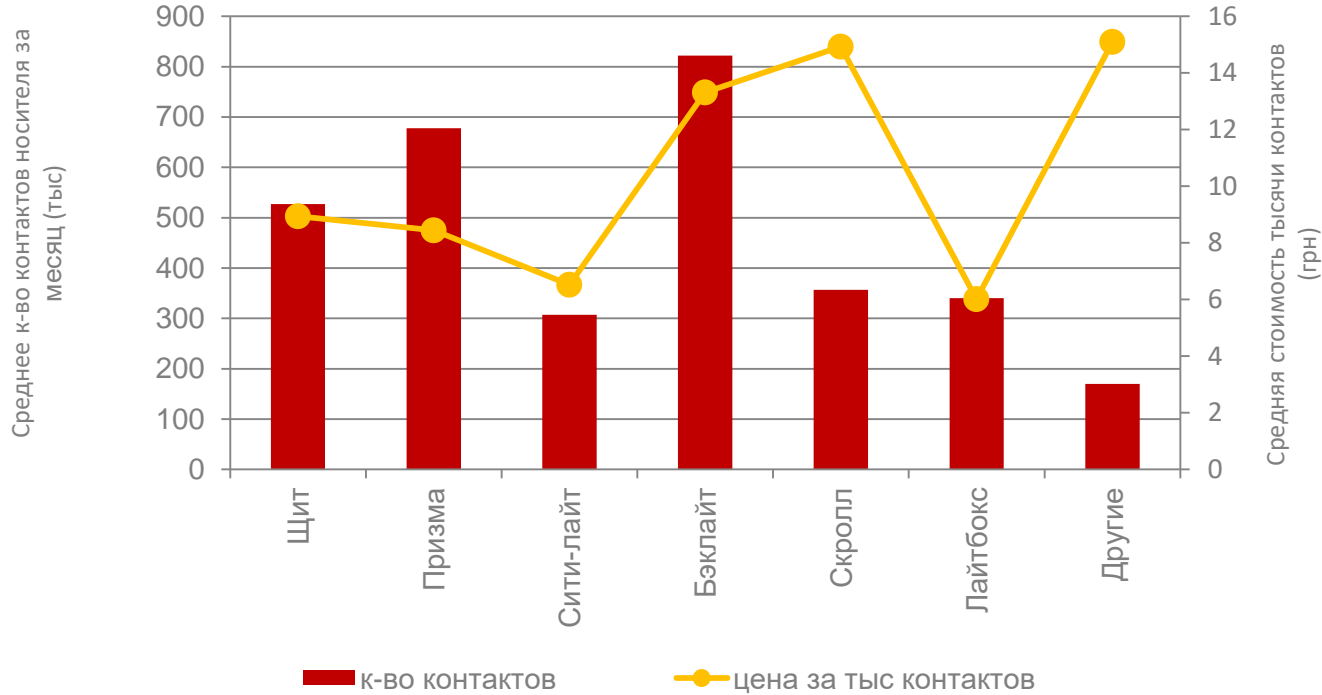
Доли основных городов по итогам 2017 года. Основные форматы

Скролл





Средняя стоимость тысячи контактов носителей



Каждый носитель генерирует количество контактов, эквивалентное населению среднего города





Товарные группы: затраты на наружную рекламу

	Затраты млн. грн			Доля, %			Позиция		
	2016	2017	Изм.	2016	2017	Изм.	2016	2017	Изм.
1 ТОРГОВЛЯ	413,4	636,7	↗54%	24%	23%	↘-0,5%	1	1	→0
2 НЕДВИЖИМОСТЬ	277,1	486,7	↗76%	16%	18%	↑1,8%	2	2	→0
3 АВТОТРАНСПОРТ	123,8	227,9	↗84%	7%	8%	↑1,2%	4	3	↑1
4 РАЗВЛЕЧЕНИЯ	158,2	227,6	↗44%	9%	8%	↘-0,8%	3	4	↓-1
5 СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ	60,7	94,0	↗55%	3%	3%	→-0,1%	7	5	↑2
6 СВЯЗЬ	82,3	89,2	↗8%	5%	3%	↓-1,5%	5	6	↓-1
7 МЕДИЦИНА	44,1	79,8	↗81%	3%	3%	→0,4%	10	7	↑3
8 ФИНАНСЫ	75,0	79,3	↗6%	4%	3%	↓-1,4%	6	8	↓-2
9 СПОРТ	45,6	79,1	↗73%	3%	3%	→0,3%	9	9	→0
10 РЕСТОРАНЫ И ДОСУГ	46,4	77,4	↗67%	3%	3%	→0,2%	8	10	↓-2
11 СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА	38,6	56,6	↗47%	2%	2%	→-0,2%	11	11	→0
12 СТРОИТЕЛЬСТВО И РЕМОНТ	27,4	49,8	↗82%	2%	2%	→0,2%	14	12	↑2
13 КОМПЬЮТЕРНАЯ ТЕХНИКА	27,2	44,3	↗63%	2%	2%	→0,1%	15	13	↑2
14 БЕЗАЛКОГОЛЬНЫЕ НАПИТКИ	31,5	43,7	↗39%	2%	2%	↘-0,2%	12	14	↓-2
15 ОБРАЗОВАНИЕ И РАБОТА	22,6	43,5	↗92%	1%	2%	→0,3%	17	15	↑2
16 ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ	25,7	43,4	↗69%	1%	2%	→0,1%	16	16	→0
17 БЫТОВАЯ ТЕХНИКА	17,7	39,9	↑125%	1%	1%	→0,4%	19	17	↑2
18 ЮВЕЛИРНЫЕ ИЗДЕЛИЯ И АНТИКВАРИ	18,5	33,7	↗82%	1%	1%	→0,2%	18	18	→0
19 ТУРИЗМ	27,7	32,4	↗17%	2%	1%	↘-0,4%	13	19	↓-6
20 КОНДИТЕРСКИЕ ИЗДЕЛИЯ	12,4	29,6	↑139%	1%	1%	→0,4%	23	20	↑3





Основные рекламодатели: затраты на наружную рекламу

	Затраты млн. грн			Доля, %			Позиция		
	2016	2017	Изм.	2016	2017	Изм.	2016	2017	Изм.
1 FOZZY GROUP	40,3	49,8	↗24%	2,3%	1,8%	↘-0,5%	1	1	→0
2 РИЭЛ СТРОИТЕЛЬНАЯ КОМПАНИЯ	20,4	42,6	↗109%	1,2%	1,5%	↗0,4%	4	2	↗2
3 SPORT LIFE ФИТНЕС КЛУБ	26,9	41,9	↗56%	1,5%	1,5%	→0,0%	2	3	↘-1
4 УКРСТРОЙ УКРАИНСКАЯ ГОСУДАРСТ	9,8	34,5	↗251%	0,6%	1,3%	↗0,7%	19	4	↗15
5 METRO CASH&CARRY UKRAINE LTD.	18,3	32,3	↗76%	1,0%	1,2%	→0,1%	8	5	↗3
6 NESTLE	11,2	29,9	↗168%	0,6%	1,1%	↗0,4%	15	6	↗9
7 SAMSUNG ELECTRONICS	16,6	27,8	↗68%	0,9%	1,0%	→0,1%	10	7	↗3
8 МТС	18,5	26,9	↗46%	1,1%	1,0%	→-0,1%	6	8	↘-2
9 ТОЙОТА УКРАИНА	10,2	26,5	↗160%	0,6%	1,0%	↗0,4%	18	9	↗9
10 ФОКСТРОТ СЕТЬ МАГАЗИНОВ	9,5	24,3	↗155%	0,5%	0,9%	↗0,3%	22	10	↗12
11 К.А.Н. ДЕВЕЛОПМЕНТ ООО	14,7	23,0	↗56%	0,8%	0,8%	→0,0%	12	11	↗1
12 ИНТЕРГАЛ-БУД КОМПАНИЯ	8,0	20,0	↗149%	0,5%	0,7%	↗0,3%	26	12	↗14
13 MCDONALD'S	9,1	18,3	↗100%	0,5%	0,7%	→0,1%	24	13	↗11
14 КИЕВГОРСТРОЙ ХК АО	8,9	17,0	↗92%	0,5%	0,6%	→0,1%	25	14	↗11
15 ЭПИЦЕНТР К КОМПАНИЯ	21,2	17,0	↘-20%	1,2%	0,6%	↘-0,6%	3	15	↘-12
16 КИЕВСТАР GSM	12,9	16,0	↗25%	0,7%	0,6%	↘-0,2%	13	16	↘-3
17 НИССАН МОТОР УКРАИНА ООО	6,1	15,0	↗147%	0,3%	0,5%	↗0,2%	39	17	↗22
18 ЗОЛОТОЙ ВЕК КОМПАНИЯ	9,6	14,9	↗55%	0,5%	0,5%	→0,0%	20	18	↗2
19 ЛАЙФСЕЛЛ ООО	19,3	14,6	↘-24%	1,1%	0,5%	↘-0,6%	5	19	↘-14
20 АЛЛО ФИРМА	12,1	13,6	↗12%	0,7%	0,5%	↘-0,2%	14	20	↘-6





Основные торговые марки: затраты на наружную рекламу

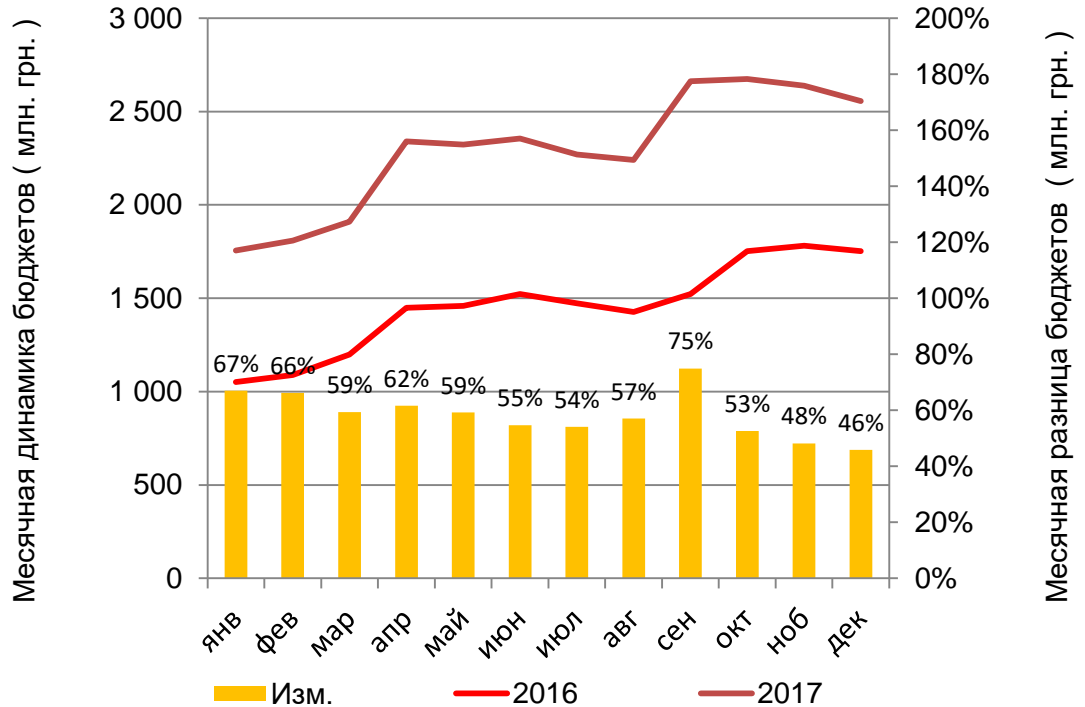
	Затраты млн. грн			Доля, %			Позиция		
	2016	2017	Изм.	2016	2017	Изм.	2016	2017	Изм.
1 SPORT LIFE	27,1	41,9	↗55%	1,5%	1,5%	→ 0,0%	1	1	→ 0
2 METRO CASH&CARRY	18,3	32,3	↗76%	1,0%	1,2%	↗ 0,1%	6	2	↑ 4
3 SAMSUNG	16,7	28,8	↗72%	1,0%	1,0%	↗ 0,1%	7	3	↑ 4
4 VODAFONE	18,4	26,9	↗46%	1,1%	1,0%	→ -0,1%	5	4	↑ 1
5 ФОКСТРОТ	9,5	25,7	↑ 169%	0,5%	0,9%	↑ 0,4%	16	5	↑ 11
6 ЭПИЦЕНТР	22,9	25,2	↗10%	1,3%	0,9%	↓ -0,4%	2	6	↓ -4
7 TOYOTA	9,7	20,1	↑ 107%	0,6%	0,7%	↗ 0,2%	14	7	↑ 7
8 СИЛЬПО	21,9	19,2	↓ -12%	1,3%	0,7%	↓ -0,6%	3	8	↓ -5
9 MCDONALD'S	9,1	18,3	↗100%	0,5%	0,7%	↗ 0,1%	18	9	↑ 9
10 FOZZY	12,2	16,3	↗34%	0,7%	0,6%	→ -0,1%	9	10	↓ -1
11 КОМФОРТ ТАУН	10,5	16,2	↗55%	0,6%	0,6%	→ 0,0%	13	11	↑ 2
12 ЗОЛОТОЙ ВЕК	9,5	14,8	↗55%	0,5%	0,5%	→ 0,0%	15	12	↑ 3
13 LIFECELL	19,5	14,6	↓ -25%	1,1%	0,5%	↓ -0,6%	4	13	↓ -9
14 КИЕВСТАР GSM	12,5	14,3	↗15%	0,7%	0,5%	→ -0,2%	8	14	↓ -6
15 АЛЛО*	12,1	13,6	↗12%	0,7%	0,5%	→ -0,2%	11	15	↓ -4
16 ЦЕНТР КОМПЛЕКТАЦИИ ВС УКРАИНЫ	12,1	13,5	↗11%	0,7%	0,5%	→ -0,2%	10	16	↓ -6
17 КИЕВГОРСТРОЙ	7,9	13,5	↗71%	0,5%	0,5%	↗ 0,0%	20	17	↑ 3
18 OXFORD MEDICAL	7,0	13,3	↗91%	0,4%	0,5%	↗ 0,1%	25	18	↑ 7
19 АМЕРИКА ЖК	4,1	13,2	↑ 220%	0,2%	0,5%	↑ 0,2%	53	19	↑ 34
20 MAZDA	8,0	13,1	↗64%	0,5%	0,5%	↗ 0,0%	19	20	↓ -1





Сезонность затрат в наружной рекламе

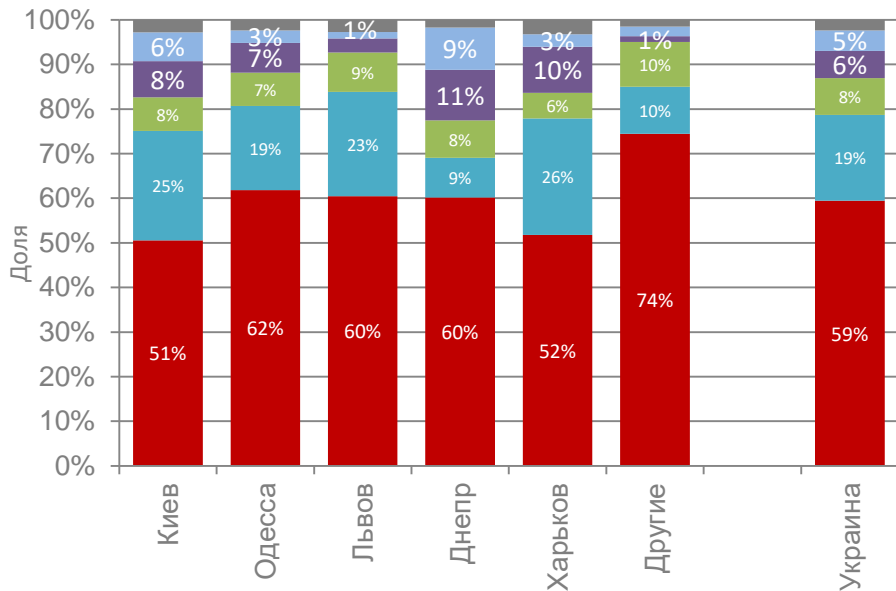
	2016	2017	Изм.
1	1 052	1 756	▲ 67%
2	1 088	1 809	▲ 66%
3	1 198	1 909	▲ 59%
4	1 448	2 341	▲ 62%
5	1 459	2 322	▲ 59%
6	1 523	2 355	▲ 55%
7	1 473	2 269	▲ 54%
8	1 426	2 240	▲ 57%
9	1 522	2 662	▲ 75%
10	1 753	2 674	▲ 53%
11	1 781	2 639	▲ 48%
12	1 752	2 556	▲ 46%
Год	17 475	27 533	▲ 58%



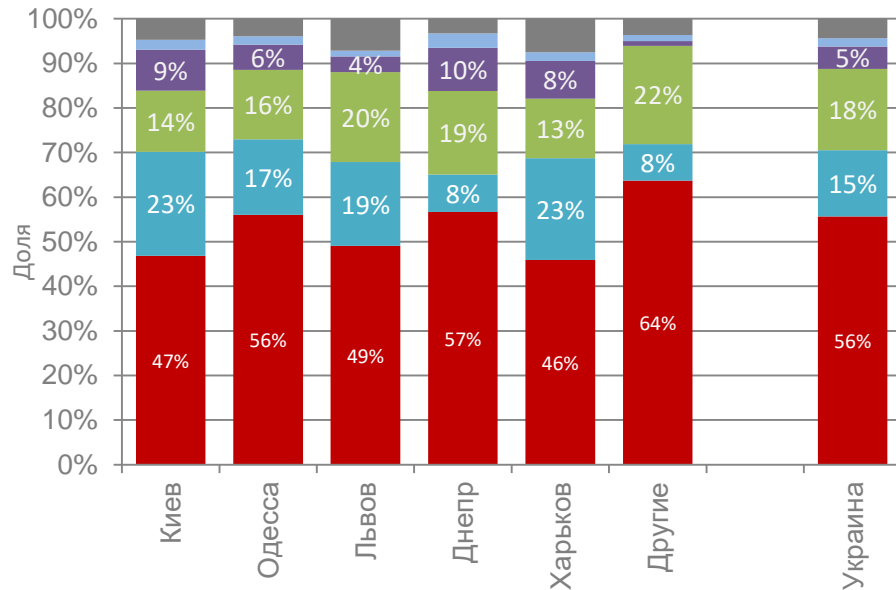


Распределение проданных рекламных поверхностей по основным городам Украины. ТОП-10

Бюджет



Количество



Щит Призма Сити-лайт Скролл Бэклайт Другие

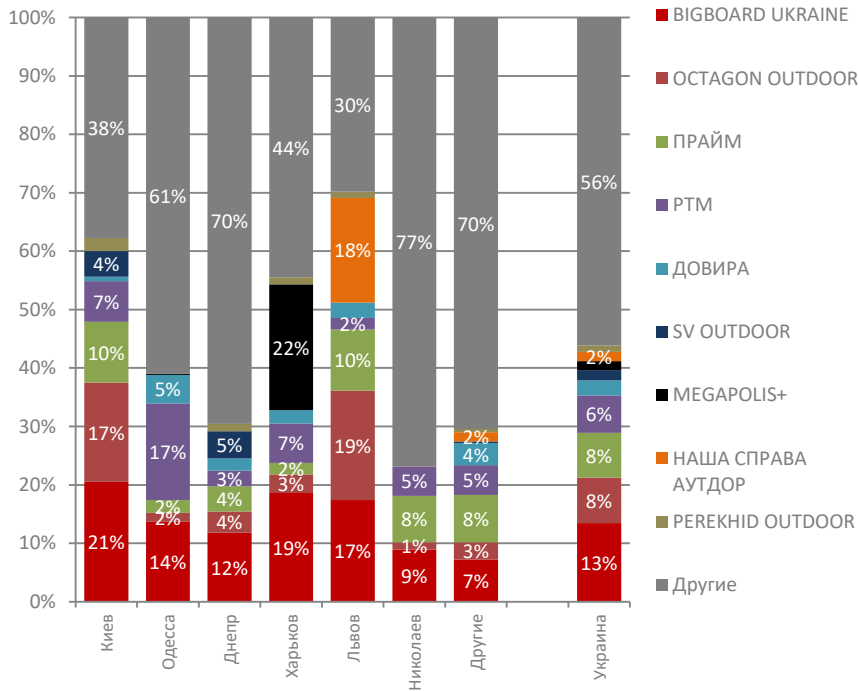
Щит Призма Сити-лайт Скролл Бэклайт Другие



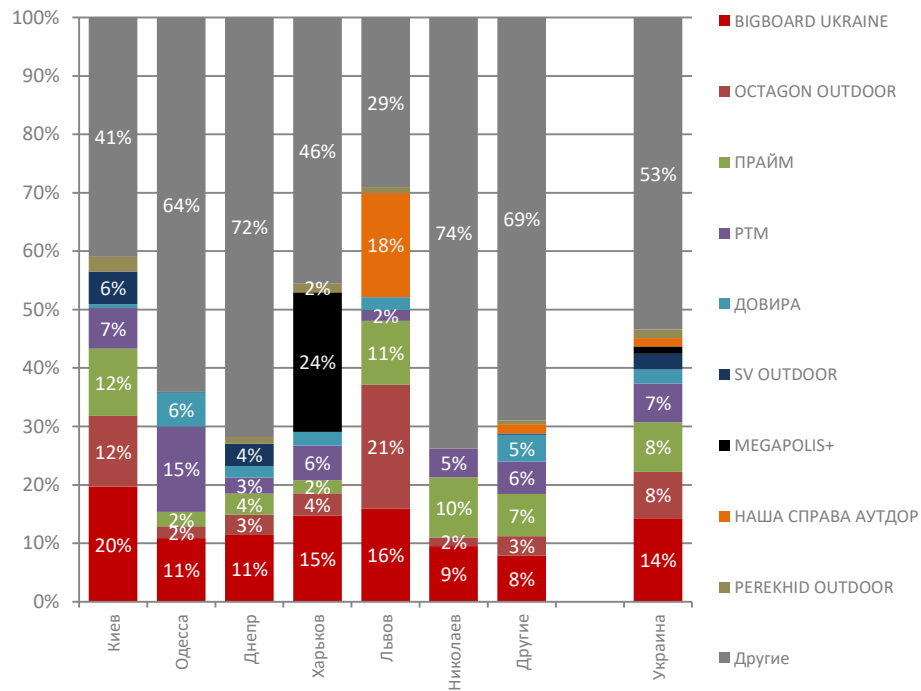


Распределение рекламных поверхностей по основным операторам Украины. Все носители. ТОП-10

Количество



Контакты

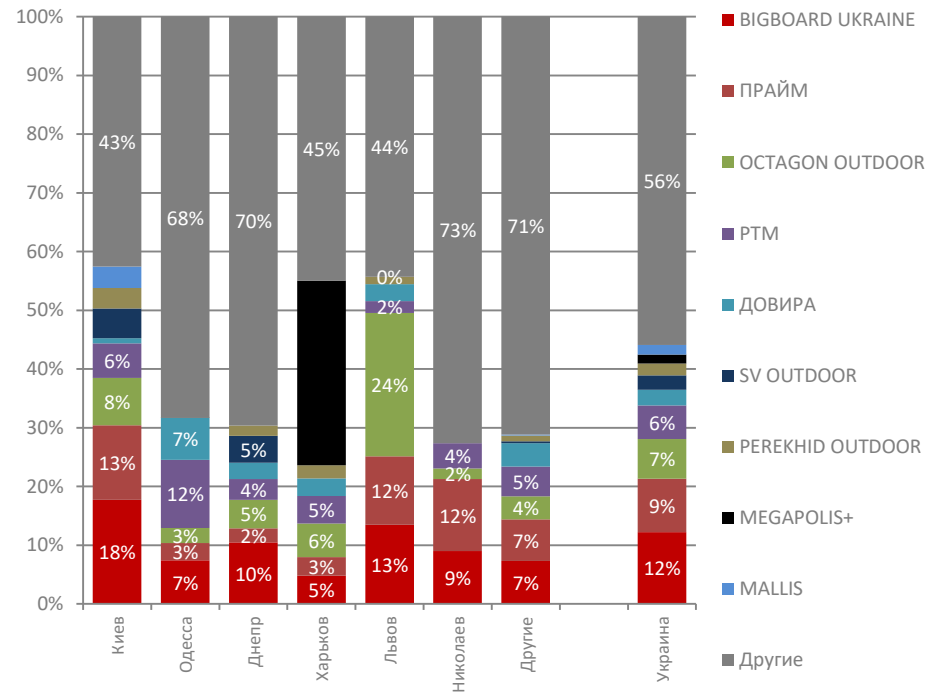
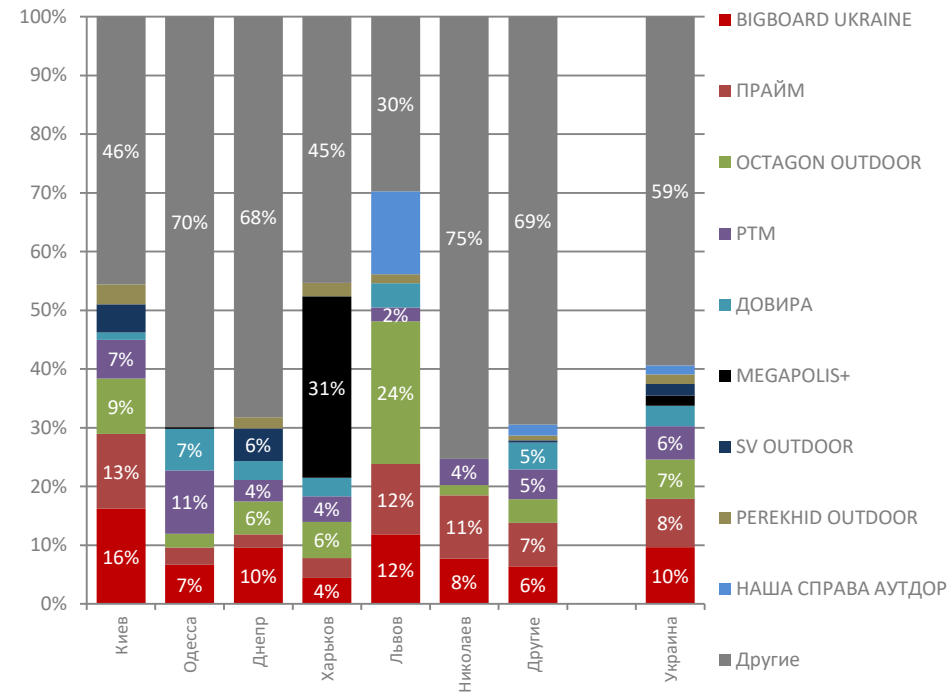




Распределение рекламных поверхностей по основным операторам Украины. 6x3

Количество

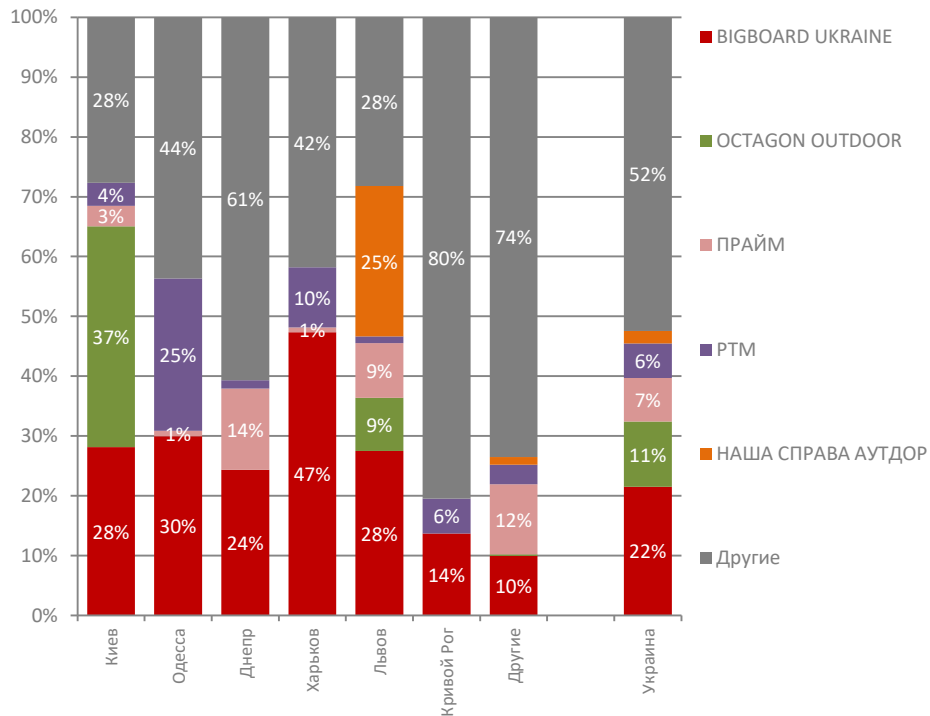
Контакты



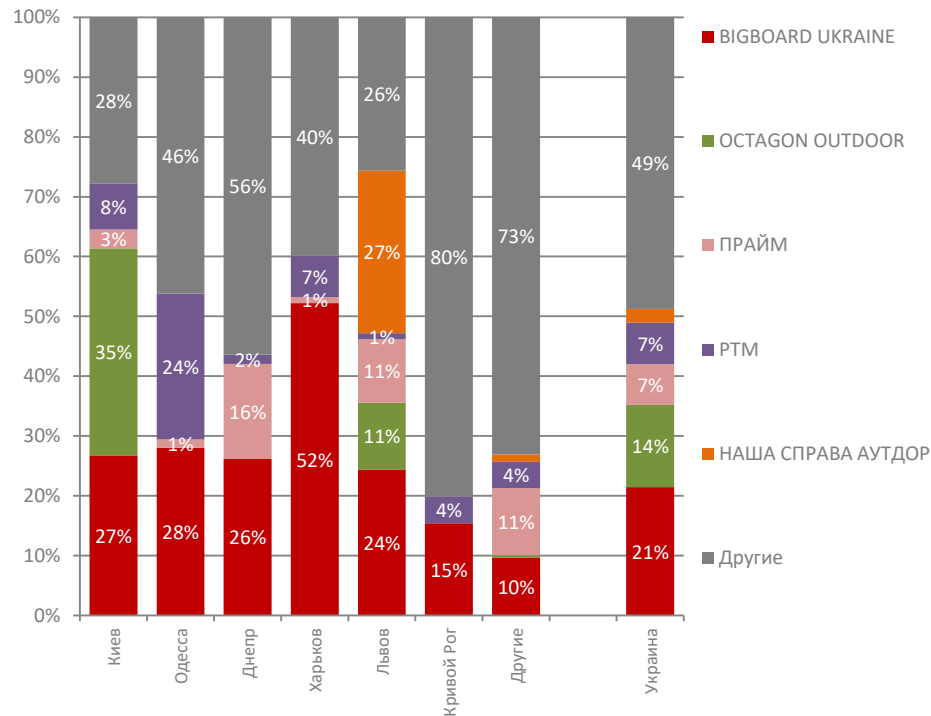


Распределение рекламных поверхностей по основным операторам Украины. 1,2x1,8. ТОП-5

Количество



Контакты





Источники данных



Doors Consulting – официальный исследователь рынка наружной рекламы.
География исследований: ТОП-24 городов, население в возрасте 18+ лет.
www.doors-c.com.ua



Коммуникационный Альянс – официальный мониторинг рынка наружной рекламы.
География мониторинга: ТОП-46 городов, население в возрасте 18+ лет.
Периодичность: 1 раз в месяц.



MMI Украина (Marketing & Media Index Украина).
География исследований: города 50 000+, население в возрасте 12-65 лет.
Выборочная совокупность: 5 000 респондентов в 1 волну исследования.
Периодичность: 4 раза в год.
www.tns-ua.com



«Всеукраинская рекламная коалиция»
www.adcoalition.org.ua





БЛАГОДАРИМ ЗА
ВНИМАНИЕ!

