



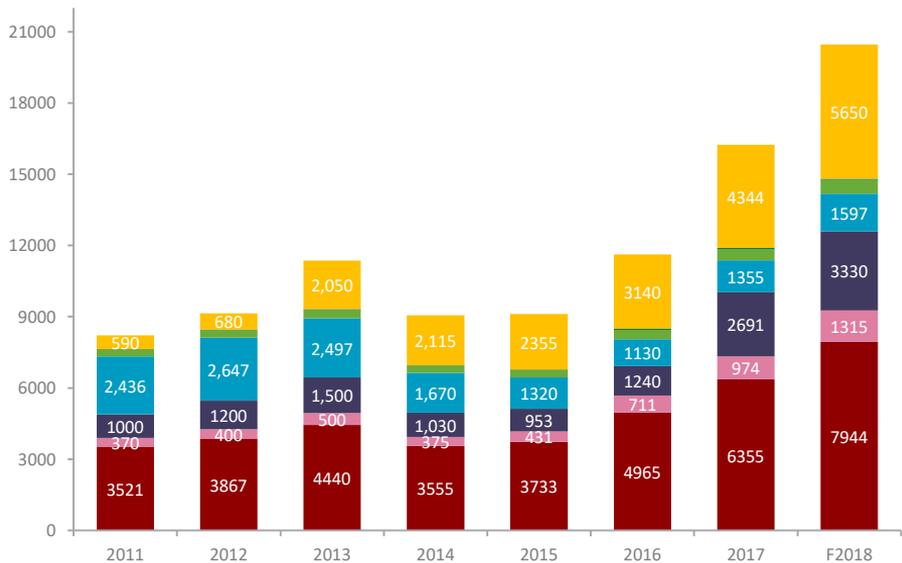
Наружная реклама в Украине

Первое полугодие
2018 год

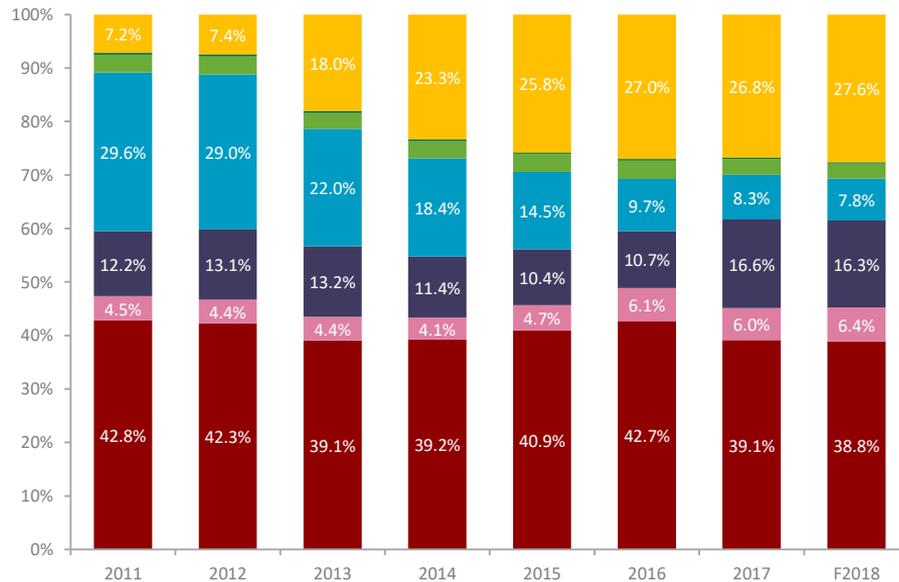


Динамика медиарынка

Динамика медиарынка, млн грн



Динамика медиарынка, %



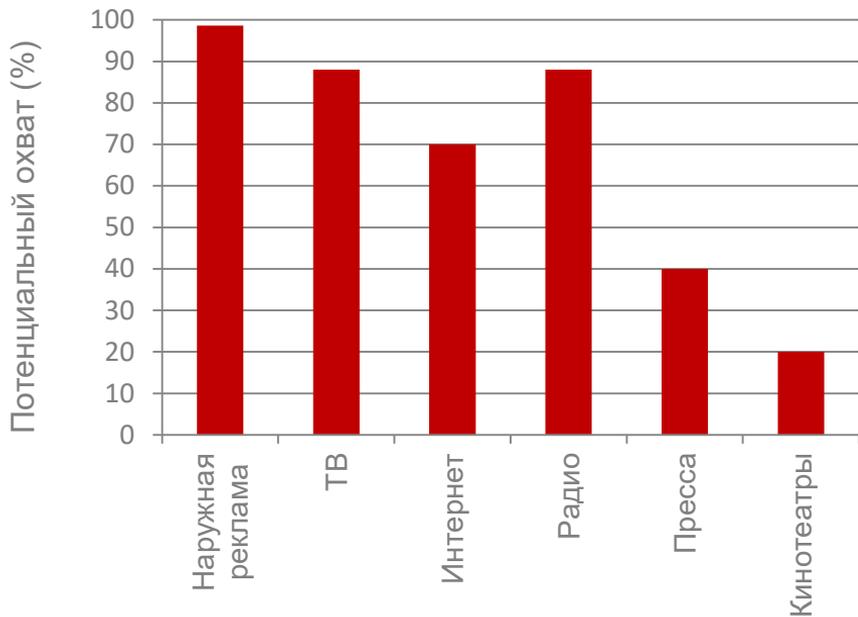
■ TV ■ TV Sponsropship ■ OOH ■ Print ■ Radio ■ Cinema ■ Internet

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





Проникновение

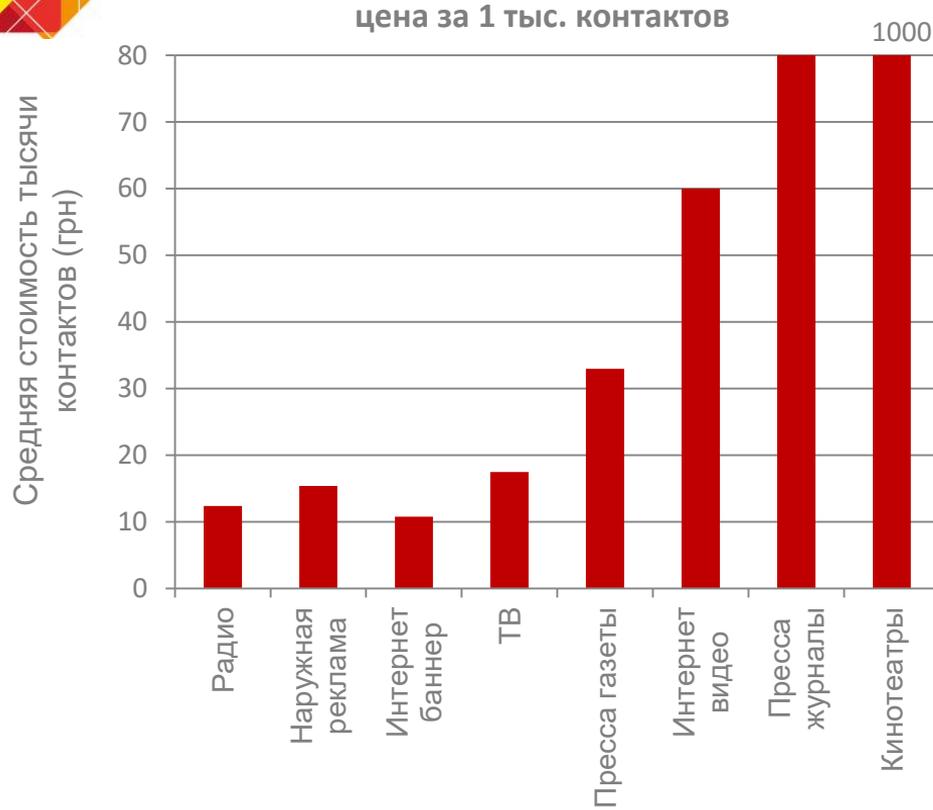


- Наружная реклама и ТВ – по прежнему остаются наиболее охватобразующими медиа каналами.
- Позиции Интернета сильны по молодежным аудиториям. По общей аудитории – охват на уровне 70%





Средняя стоимость тысячи контактов медиа

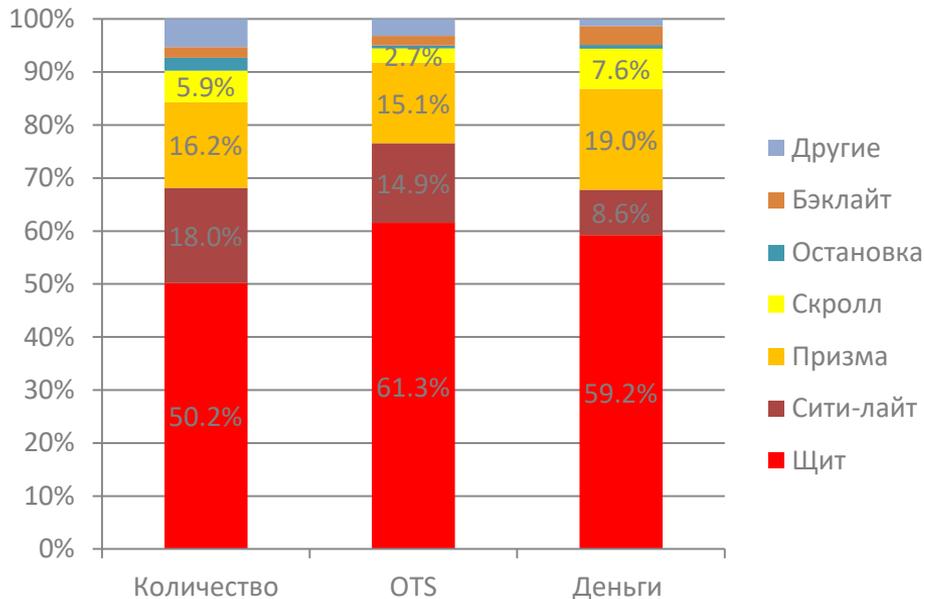


- Наружная реклама, интернет и радио – наиболее дешевые с точки зрения цены за контакт медиа для широкой аудитории





Доли основных форматов по итогам первого полугодия 2018 года



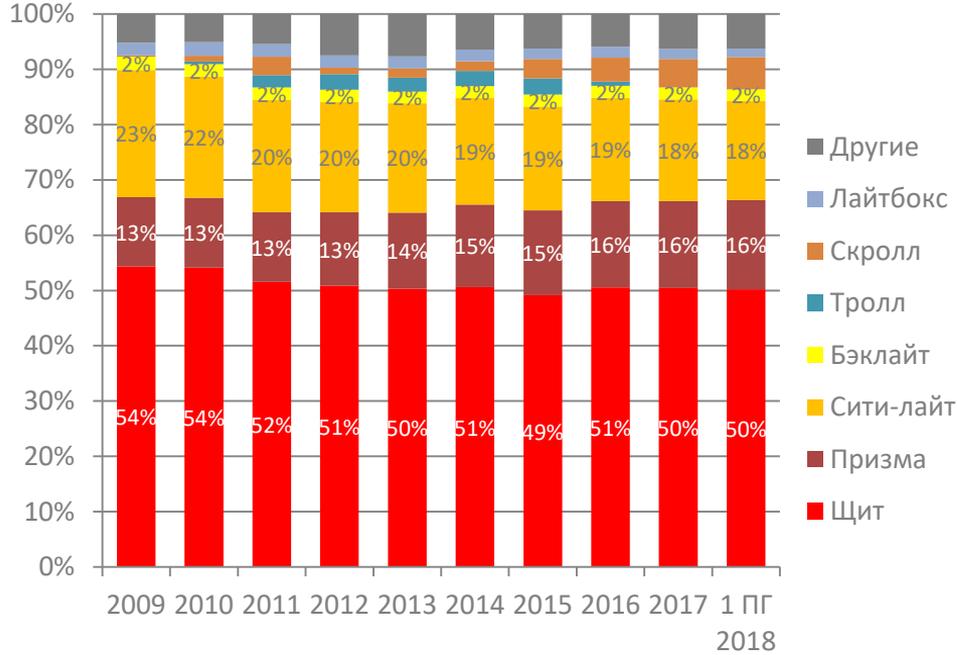
- Щитовые конструкции – по прежнему основной формат для украинского рынка
- Сити-лайт – второй в количественном выражении. При пересчете контактов идет практически наравне с призмой.



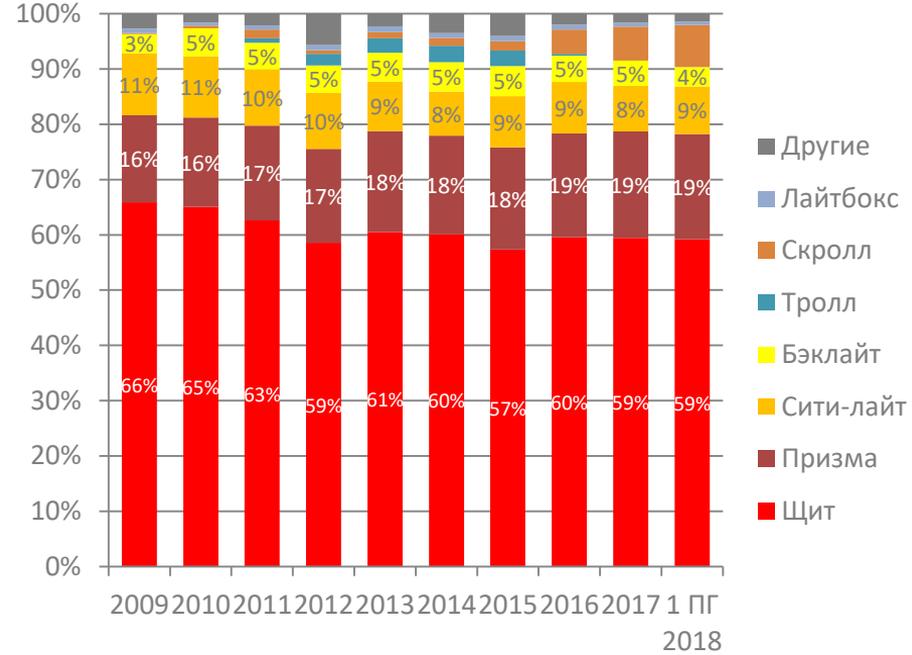


Динамика роста доли рекламных поверхностей

Количество



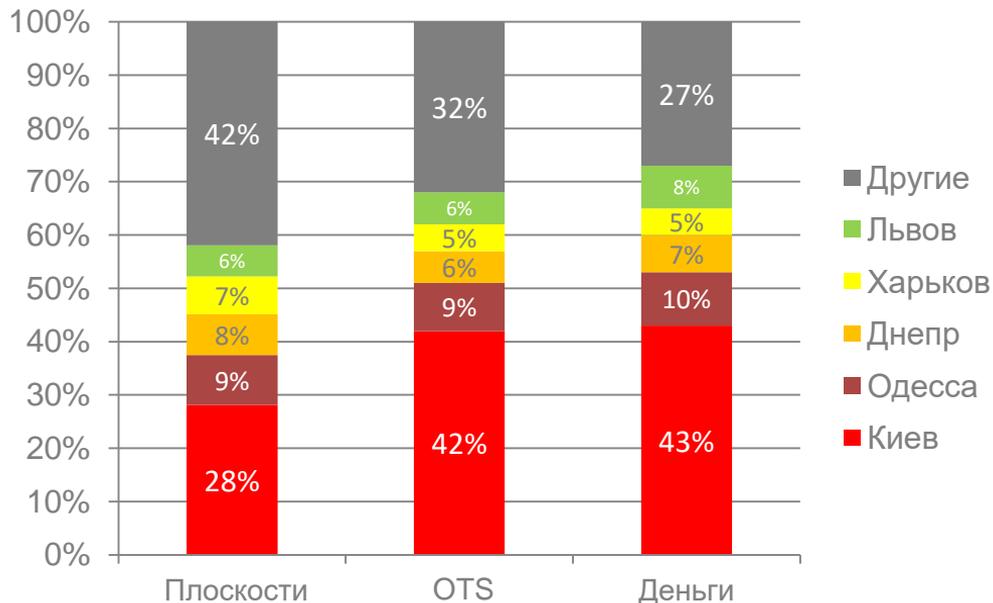
Бюджет





Доли основных городов по итогам первого полугодия 2018 года

Все носители



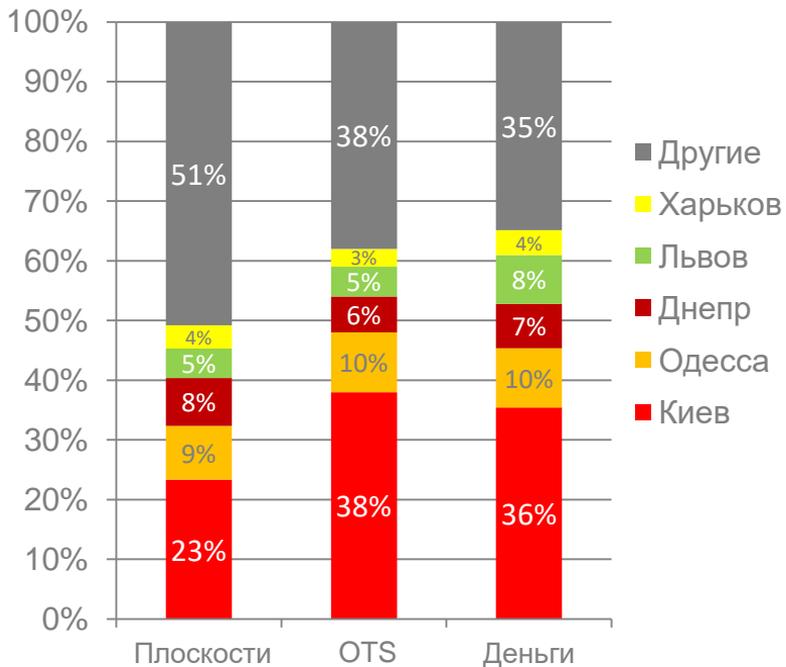
- Киев – основа рынка наружной рекламы в количественном, бюджетном и качественном выражении
- Соотношение между контактами и бюджетами свидетельствует о взвешенном подходе к ценообразованию



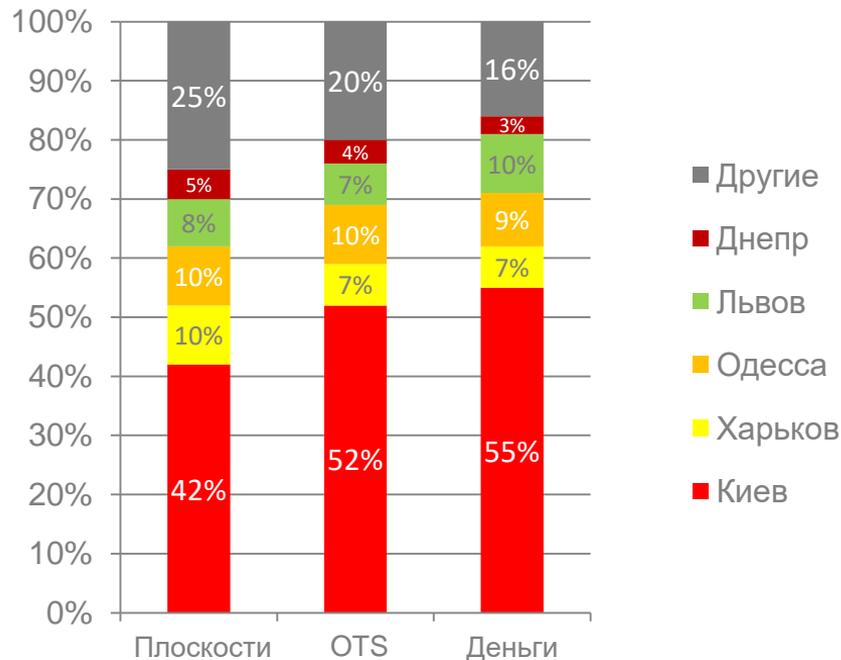


Доли основных городов по итогам первого полугодия 2018 года. Основные форматы

Щит



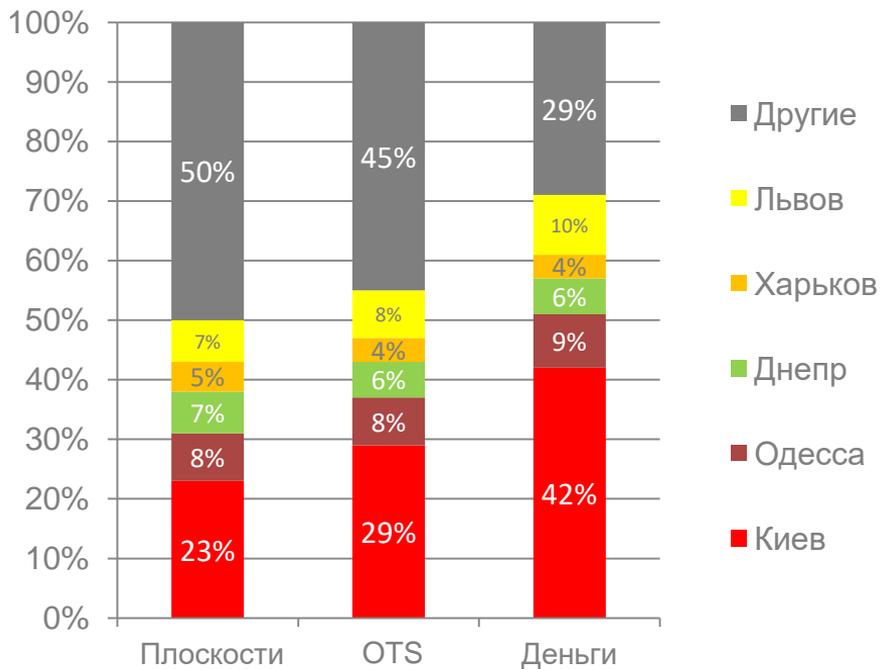
Призма



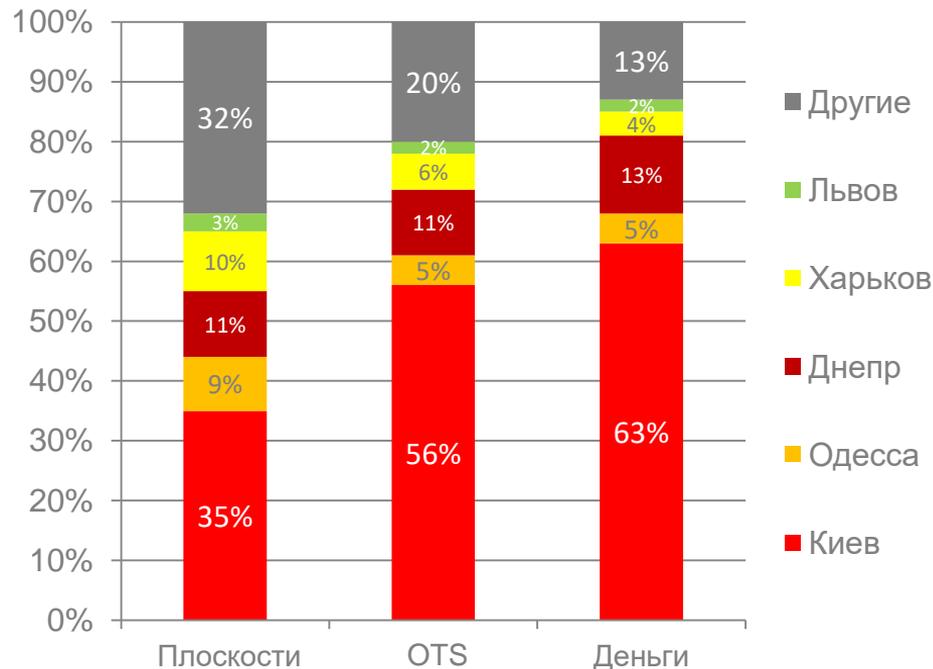


Доли основных городов по итогам первого полугодия 2018 года. Основные форматы

Сити-лайт



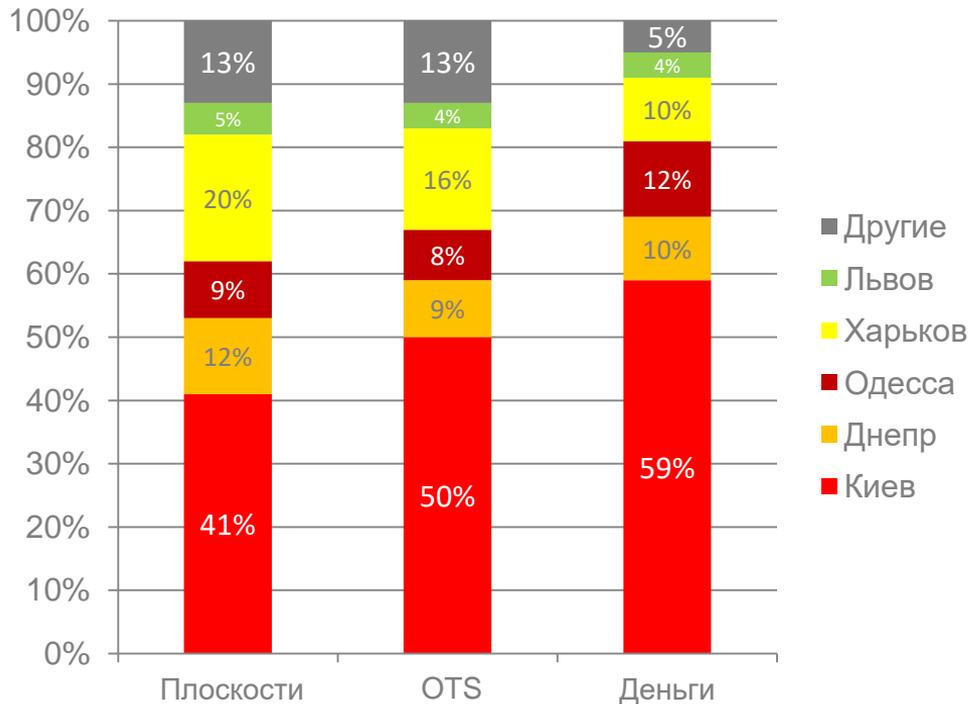
Бэклайт





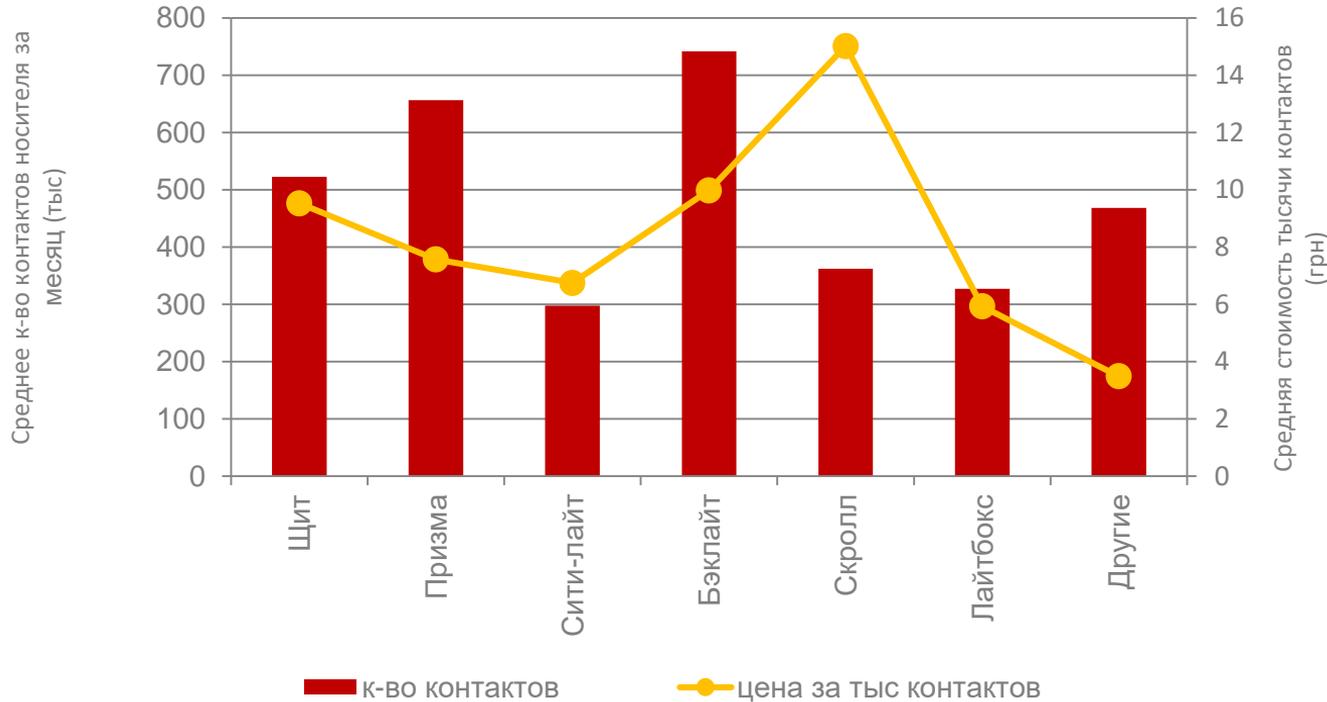
Доли основных городов по итогам первого полугодия 2018 года. Основные форматы

Скролл





Средняя стоимость тысячи контактов носителей



Каждый носитель генерирует количество контактов, эквивалентное населению среднего города





Товарные группы: затраты на наружную рекламу

Категория	Затраты, млн. грн.			Доля, %			Позиция		
	2017 1ПГ	2018 1ПГ	Изм.	2017 1ПГ	2018 1ПГ	Изм.	2017 1ПГ	2018 1ПГ	Изм.
ТОРГОВЛЯ	282,20	384,67	↑ 36%	22,8	23,1	↑ 1,4%	1	1	→ 0
НЕДВИЖИМОСТЬ	216,70	272,52	↑ 26%	17,5	16,3	↓ -6,9%	2	2	→ 0
РАЗВЛЕЧЕНИЯ	103,10	151,64	↑ 47%	8,3	9,1	↑ 9,2%	4	3	↑ 1
АВТОТРАНСПОРТ	103,50	139,76	↑ 35%	8,4	8,4	↑ 0,6%	3	4	↓ -1
СВЯЗЬ	42,80	55,88	↑ 31%	3,5	3,4	↓ -1,4%	6	5	↑ 1
СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ	43,70	53,87	↑ 23%	3,5	3,2	↓ -9,1%	5	6	↓ -1
СПОРТ	39,20	53,38	↑ 36%	3,2	3,2	↑ 1,3%	8	7	↑ 1
СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА	26,90	51,35	↑ 91%	2,2	3,1	↑ 42,9%	11	8	↑ 3
МЕДИЦИНА	36,60	49,92	↑ 36%	3,0	3	↑ 1,7%	10	9	↑ 1
РЕСТОРАНЫ И ДОСУГ	36,60	46,24	↑ 26%	3,0	2,8	↓ -5,1%	9	10	↓ -1
ФИНАНСЫ	40,80	44,98	↑ 10%	3,3	2,7	↓ -17,9%	7	11	↓ -4
СТРОИТЕЛЬСТВО И РЕМОНТ	20,10	37,15	↑ 85%	1,6	2,2	↑ 36,6%	13	12	↑ 1
БЕЗАЛКОГОЛЬНЫЕ НАПИТКИ	19,60	31,33	↑ 60%	1,6	1,9	↑ 20,3%	15	13	↑ 2
КОМПЬЮТЕРНАЯ ТЕХНИКА	20,80	26,49	↑ 27%	1,7	1,6	↓ -4,8%	12	14	↓ -2
ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ	19,50	24,16	↑ 24%	1,6	1,4	↓ -10,8%	16	15	↑ 1
ТУРИЗМ	18,80	23,94	↑ 27%	1,5	1,4	↓ -7,9%	17	16	↑ 1
ОБРАЗОВАНИЕ И РАБОТА	19,90	23,01	↑ 16%	1,6	1,4	↓ -11,9%	14	17	↓ -3
ЮВЕЛИРНЫЕ ИЗДЕЛИЯ И АНТИКВАРИАТ	15,10	22,69	↑ 50%	1,2	1,4	↑ 14,8%	19	18	↑ 1
КОНДИТЕРСКИЕ ИЗДЕЛИЯ	14,40	21,01	↑ 46%	1,2	1,3	↑ 12,1%	20	19	↑ 1
БЫТОВАЯ ТЕХНИКА	18,00	19,26	↑ 7%	1,5	1,2	↓ -17,2%	18	20	↓ -2





Основные рекламодатели: затраты на наружную рекламу

Категория	Затраты, млн. грн.			Доля, %			Позиция		
	2017 1ПГ	2018 1ПГ	Изм.	2017 1ПГ	2018 1ПГ	Изм.	2017 1ПГ	2018 1ПГ	Изм.
SPORT LIFE ФИТНЕС КЛУБ	20,82	31,72	↑ 52%	1,68	1,90	↑ 13,1%	2	1	↑ 1
FOZZY GROUP	23,37	28,28	↑ 21%	1,88	1,69	↓ -10,1%	1	2	↓ -1
УКРСТРОЙ УКРАИНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННА	14,30	22,07	↑ 54%	1,15	1,32	↑ 14,8%	6	3	↑ 3
METRO CASH&CARRY UKRAINE LTD.	14,78	20,22	↑ 37%	1,19	1,21	↑ 1,7%	4	4	→ 0
SAMSUNG ELECTRONICS	12,27	19,34	↑ 58%	0,99	1,16	↑ 17,2%	8	5	↑ 3
ИНТЕРГАЛ-БУД КОМПАНИЯ	7,83	17,84	↑ 128%	0,63	1,07	↑ 69,8%	13	6	↑ 7
РИЭЛ СТРОИТЕЛЬНАЯ КОМПАНИЯ	18,49	16,70	↓ -10%	1,49	1,00	↓ -32,9%	3	7	↓ -4
ЭПИЦЕНТР К КОМПАНИЯ	7,00	16,41	↑ 134%	0,56	0,98	↑ 75,0%	19	8	↑ 11
NESTLE	14,52	15,91	↑ 10%	1,17	0,95	↓ -18,8%	5	9	↓ -4
MTC	12,51	15,71	↑ 26%	1,00	0,94	↓ -6,0%	7	10	↓ -3
К.А.Н. ДЕВЕЛОПМЕНТ ООО	7,50	15,15	↑ 102%	0,60	0,90	↑ 50,0%	14	11	↑ 3
ТОЙОТА УКРАИНА	11,55	14,97	↑ 30%	0,93	0,89	↓ -4,3%	9	12	↓ -3
ДРУГАЯ ФИРМА	8,19	10,52	↑ 28%	0,66	0,63	↓ -4,5%	12	13	↓ -1
УКРАИНА НАЦИОНАЛЬНЫЙ ДВОРЕЦ	4,65	9,12	↑ 96%	0,37	0,54	↑ 45,9%	37	14	↑ 23
АШАН ГИПЕРМАРКЕТ	3,46	8,94	↑ 158%	0,27	0,53	↑ 96,3%	51	15	↑ 36
КИЕВГОРСТРОЙ ХК АО	6,44	8,87	↑ 38%	0,51	0,53	↑ 3,9%	23	16	↑ 7
НИССАН МОТОР УКРАИНА ООО	5,90	8,75	↑ 48%	0,47	0,52	↑ 10,6%	27	17	↑ 10
OXFORD MEDICAL КЛИНИКА	5,17	8,69	↑ 68%	0,41	0,52	↑ 26,8%	32	18	↑ 14
MCDONALD'S	8,58	8,36	↓ -3%	0,69	0,50	↓ -27,5%	11	19	↓ -8
COCA-COLA	4,13	8,19	↑ 98%	0,33	0,49	↑ 48,5%	42	20	↑ 22





Основные торговые марки: затраты на наружную рекламу

Категория	Затраты, млн. грн.		
	2017 1ПГ	2018 1ПГ	Изм.
SPORT LIFE	20,82	31,72	↑ 52%
ЭПИЦЕНТР	10,26	21,82	↑ 113%
METRO CASH&CARRY	14,78	20,22	↑ 37%
SAMSUNG	12,68	20,12	↑ 59%
VODAFONE	12,51	15,71	↑ 26%
TOYOTA	8,98	11,30	↑ 26%
СИЛЬПО	9,59	10,87	↑ 13%
КОМФОРТ ТАУН	7,63	10,86	↑ 42%
УКРСТРОЙ	3,70	10,82	↑ 192%
OXFORD MEDICAL	5,83	8,94	↑ 53%
АШАН	3,35	8,93	↑ 167%
MCDONALD'S	8,58	8,36	↓ -3%
MITSUBISHI	4,60	8,03	↑ 75%
MAZDA	5,83	8,01	↑ 37%
LIFECCELL	6,96	7,73	↑ 11%
СТОЛИЧНАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ФАБРИКА	2,65	7,71	↑ 191%
NISSAN	4,95	7,28	↑ 47%
ЗОЛОТОЙ ВЕК	7,02	7,28	↑ 4%
SUZUKI	4,11	7,11	↑ 73%
ВЕЛМАРТ ГИПЕРМАРКЕТ	5,20	7,05	↑ 36%

2017 1ПГ	2018 1ПГ	Доля, %	
		Изм.	
1,70%	1,90%	↑	11,8%
0,80%	1,30%	↑	62,5%
1,20%	1,20%	→	0,0%
1,00%	1,20%	↑	20,0%
1,00%	0,90%	↓	-10,0%
0,70%	0,70%	→	0,0%
0,80%	0,70%	↓	-12,5%
0,60%	0,70%	↑	16,7%
0,30%	0,60%	↑	100,0%
0,50%	0,50%	→	0,0%
0,30%	0,50%	↑	66,7%
0,70%	0,50%	↓	-28,6%
0,40%	0,50%	↑	25,0%
0,50%	0,50%	→	0,0%
0,60%	0,50%	↓	-16,7%
0,20%	0,50%	↑	150,0%
0,40%	0,40%	→	0,0%
0,60%	0,40%	↓	-33,3%
0,30%	0,40%	↑	33,3%
0,40%	0,40%	→	0,0%

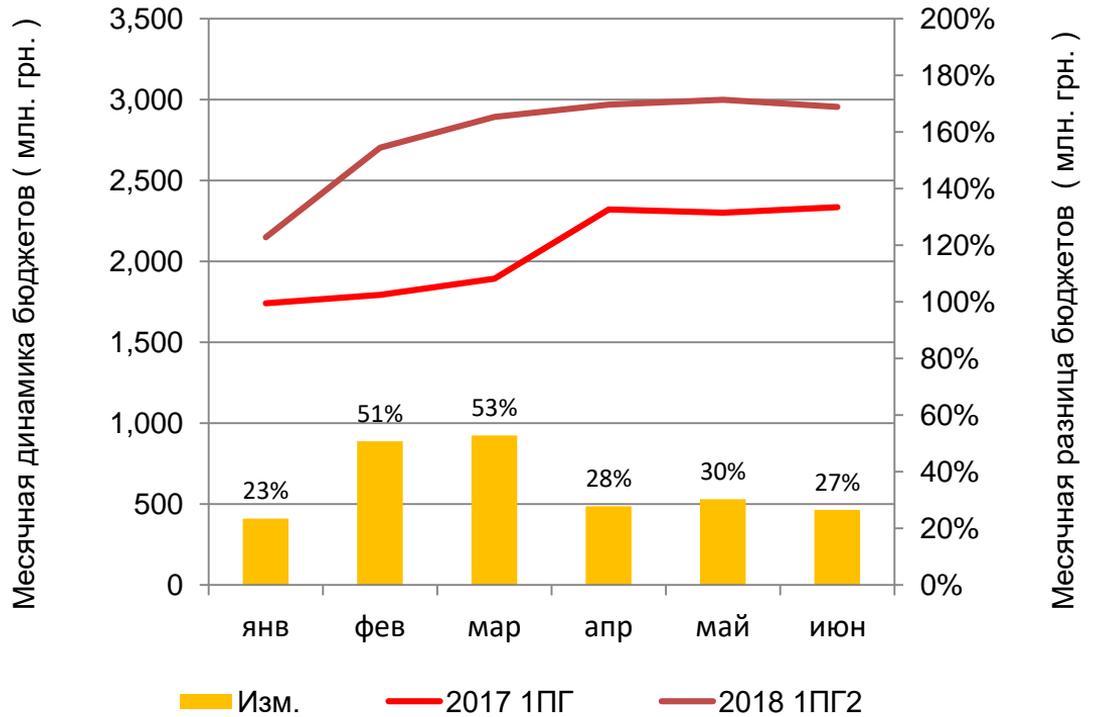
2017 1ПГ	2018 1ПГ	Позиция	
		Изм.	
1	1	→	0
6	2	↑	4
2	3	↓	-1
3	4	↓	-1
4	5	↓	-1
8	6	↑	2
7	7	→	0
12	8	↑	4
49	9	↑	40
23	10	↑	13
52	11	↑	41
9	12	↓	-3
40	13	↑	27
24	14	↑	10
17	15	↑	2
67	16	↑	51
33	17	↑	16
16	18	↓	-2
42	19	↑	23
26	20	↑	6





Сезонность затрат в наружной рекламе

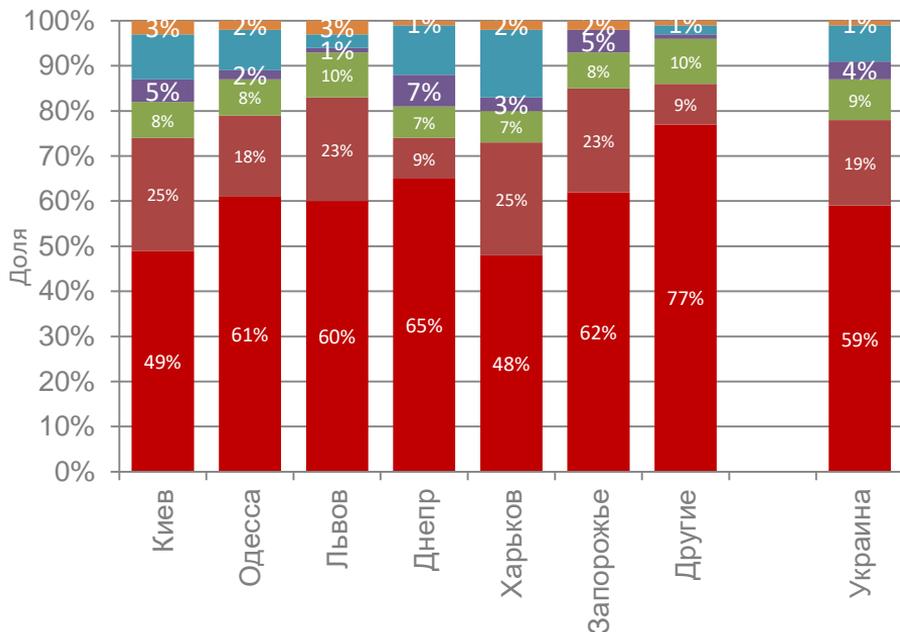
	2017 1ПГ	2018 1ПГ	Изм.
1	1741	2150	↑ 23%
2	1793	2703	↑ 51%
3	1893	2894	↑ 53%
4	2322	2969	↑ 28%
5	2302	2999	↑ 30%
6	2336	2956	↑ 27%
1-6	12387	16671	↑ 35%



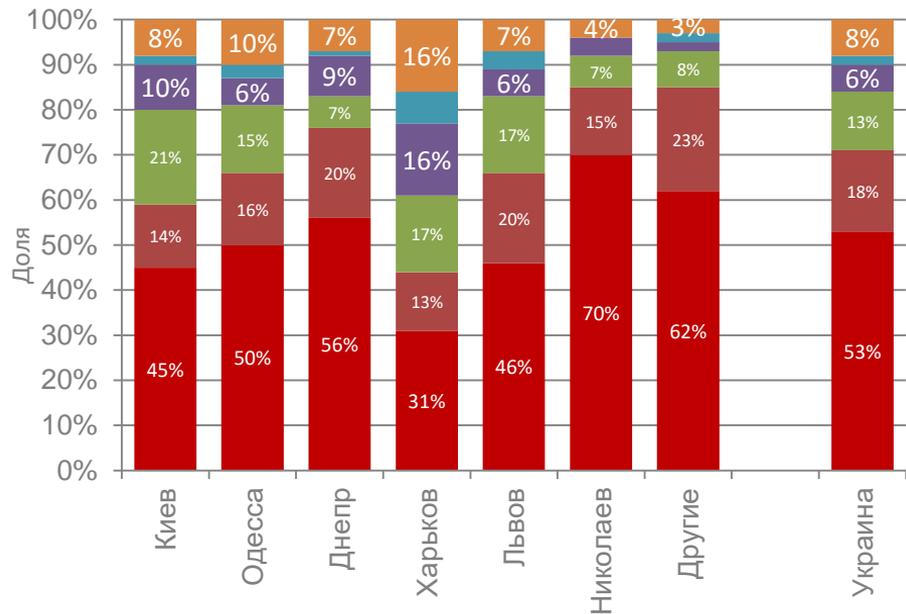


Распределение проданных рекламных поверхностей по основным городам Украины.

Бюджет



Количество



Щит Призма Сити-лайт Бэклайт Скролл Другие

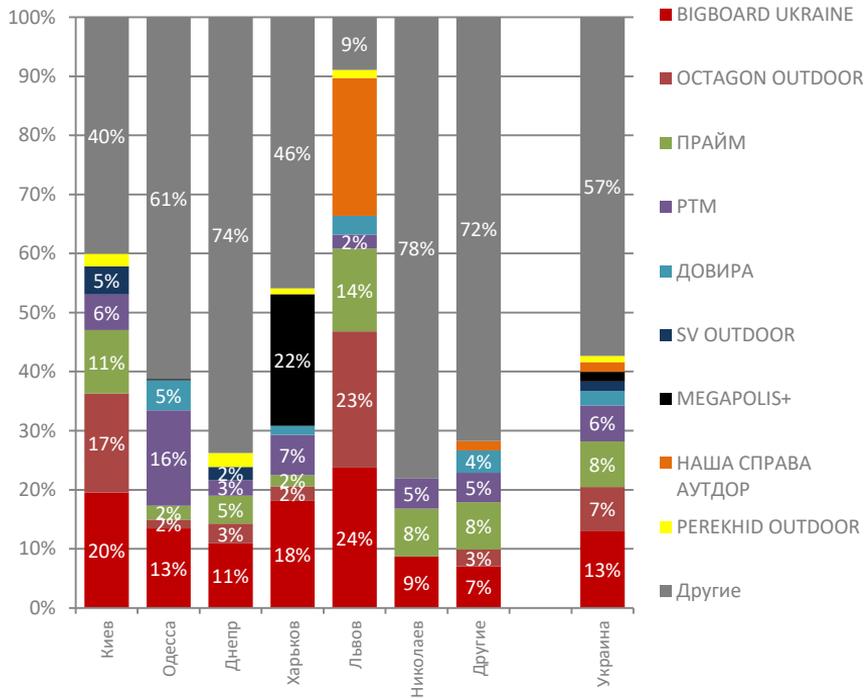
Щит Сити-лайт Призма Скролл Остановка Другие



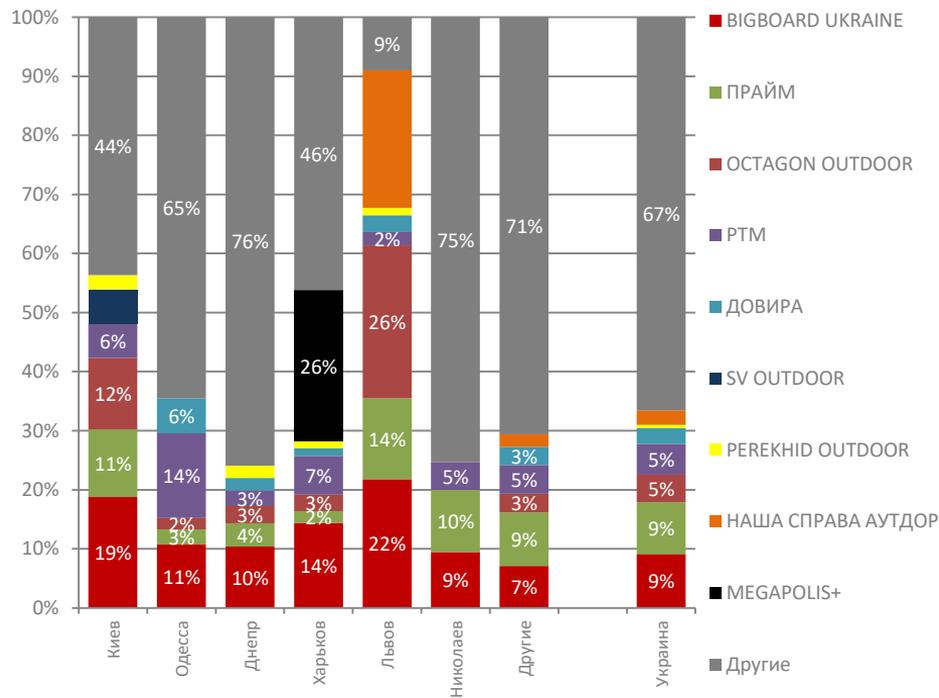


Распределение рекламных поверхностей по основным операторам Украины. Все носители.

Количество



Контакты

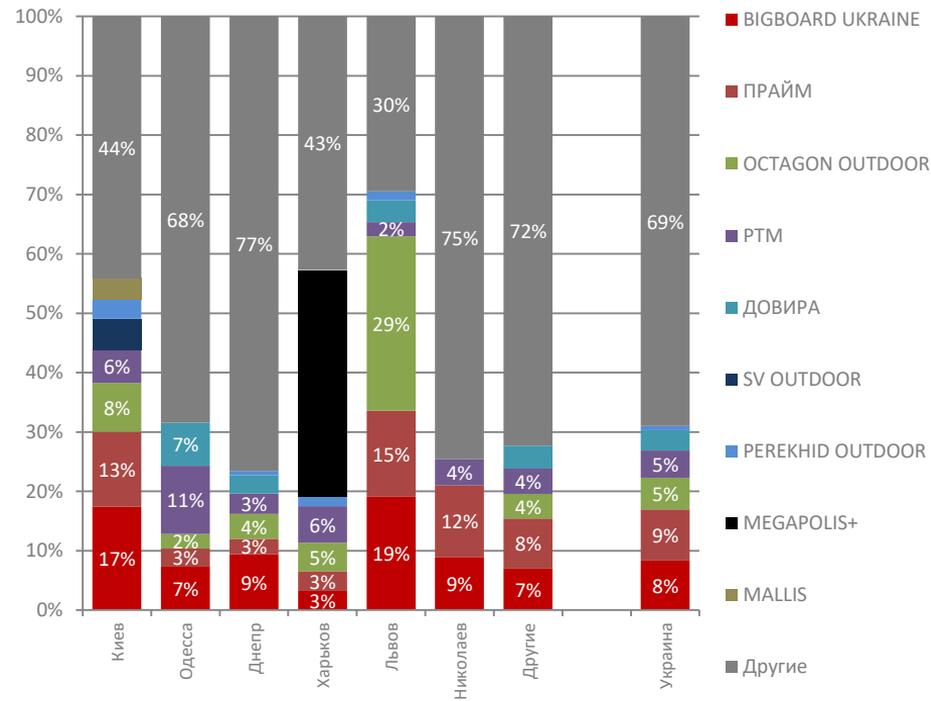
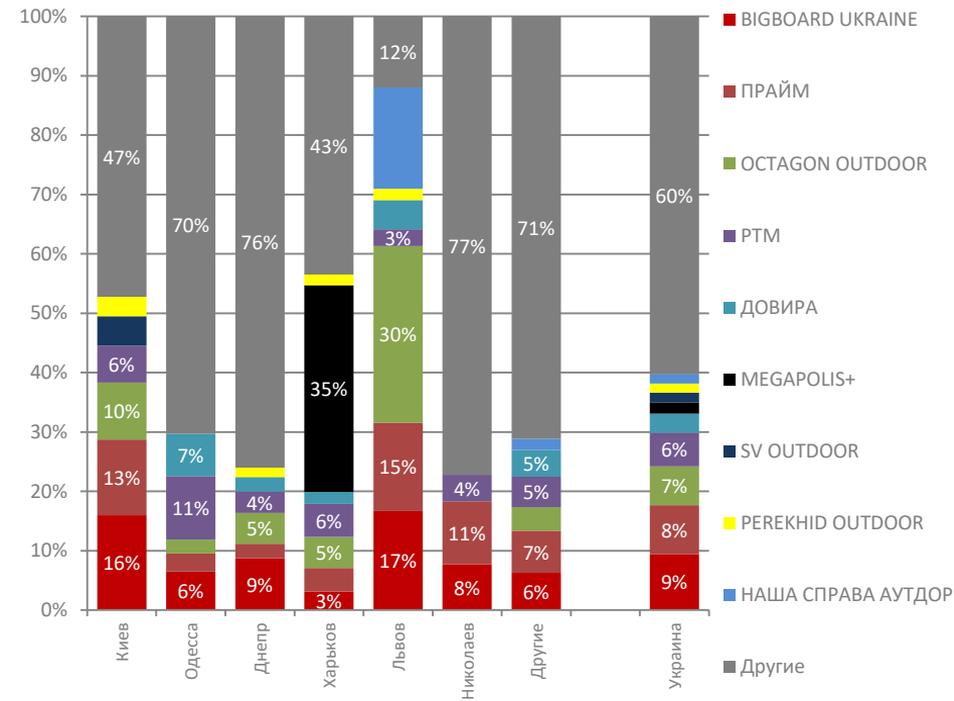




Распределение рекламных поверхностей по основным операторам Украины. 6x3

Количество

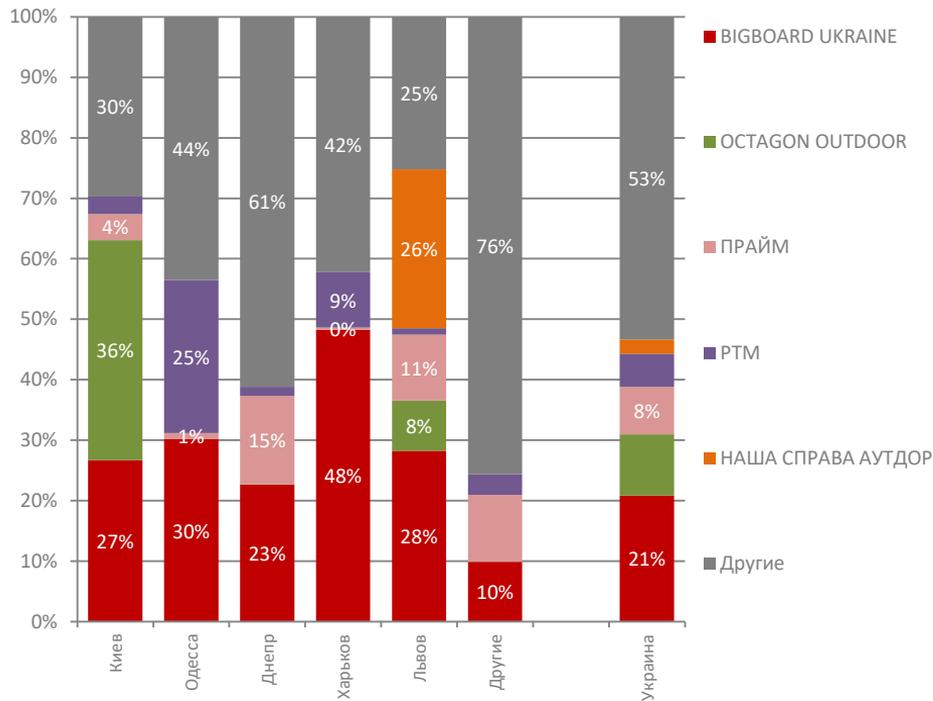
Контакты



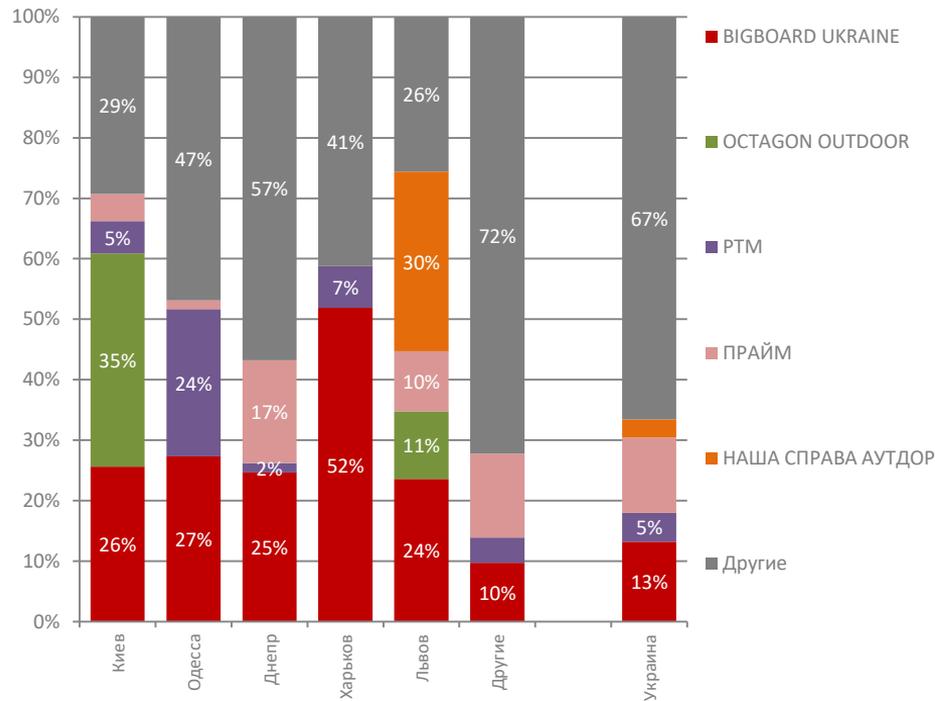


Распределение рекламных поверхностей по основным операторам Украины. 1,2x1,8. ТОП-5

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!

