



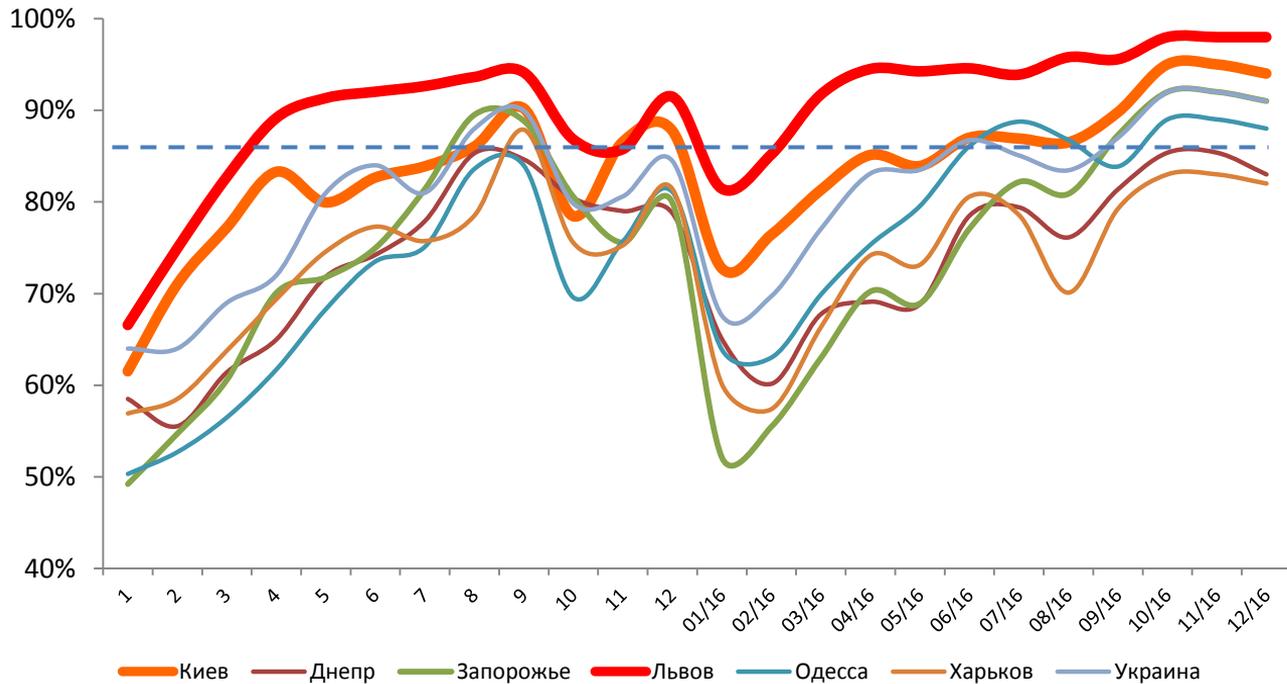
Наружная реклама в Украине

прогноз ИКНР на 2017 г.

ноябрь 2016 г.



Занятость по городам | 3x6 щиты и призмы



В среднем занятость инвентаря в январе-сентябре 2016 года выше на 7%, чем в аналогичном периоде 2015 года.

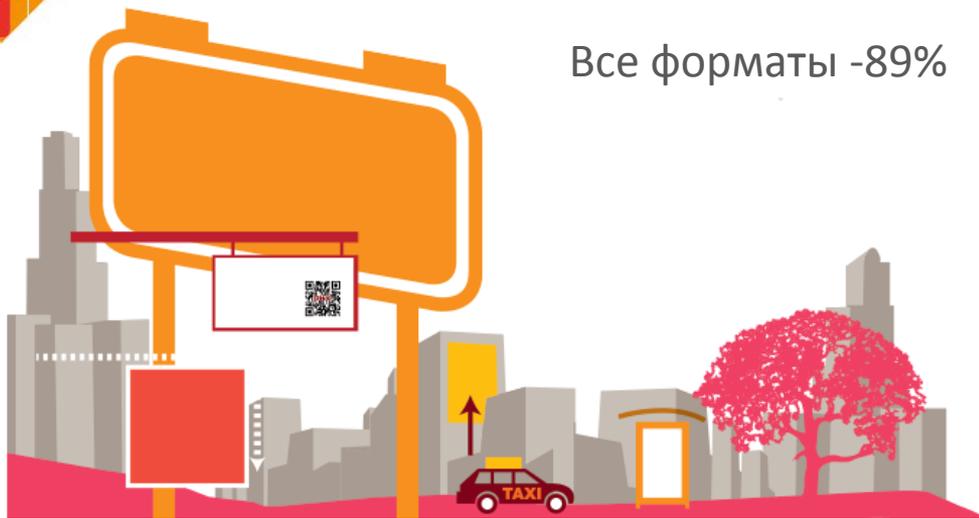
Особенно выросла занятость в 2016 году во Львове, Киеве и Одессе, среди ТОР-6 городов, а также в областных центрах Западной Украины и Виннице – и составляет более 90%.



Занятость инвентаря в 2016 году | по форматам

Все форматы - 89%

3x6 формат - 91%

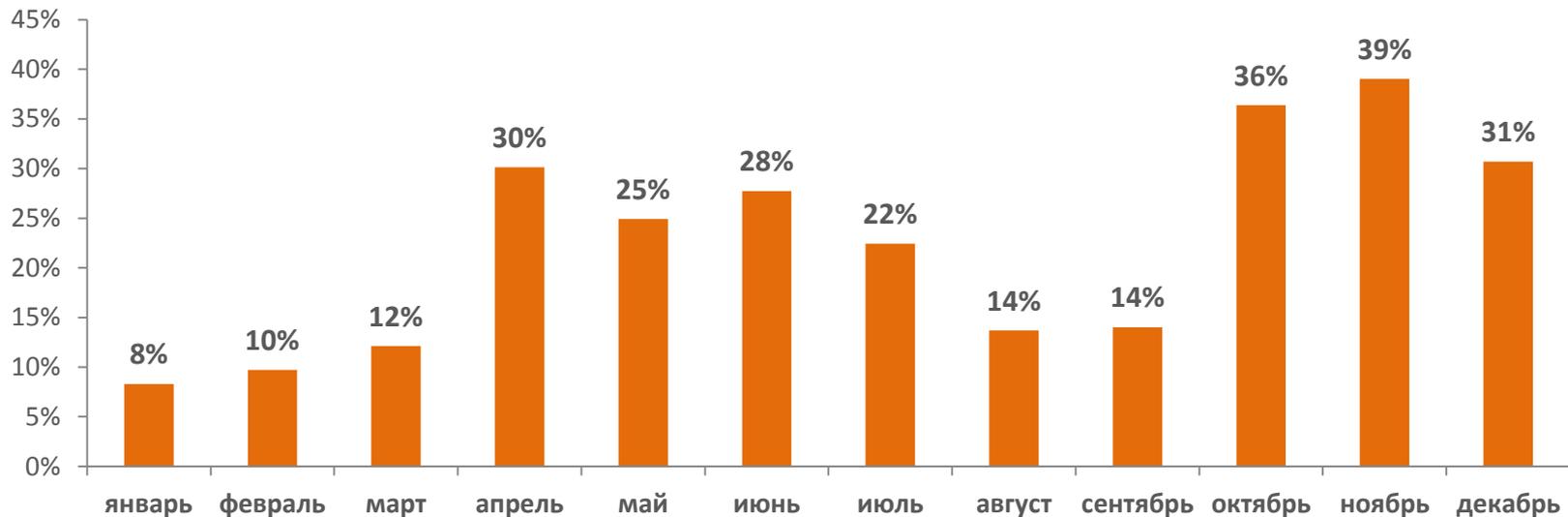


Учитывая высокий уровень спроса в октябре-декабре 2016 года, как следствие увеличение занятости по сравнению с сентябрем и четвертым кварталом 2015 года, прогнозная среднегодовая занятость по основному ООИ формату 3x6 в 2016 году составит 91%.

Положительная динамика занятости за девять месяцев 2016 года показала в среднем 5% по всем форматам и 7% по щитам и призмам 3x6.



Распределение бюджетов | SOS | все форматы

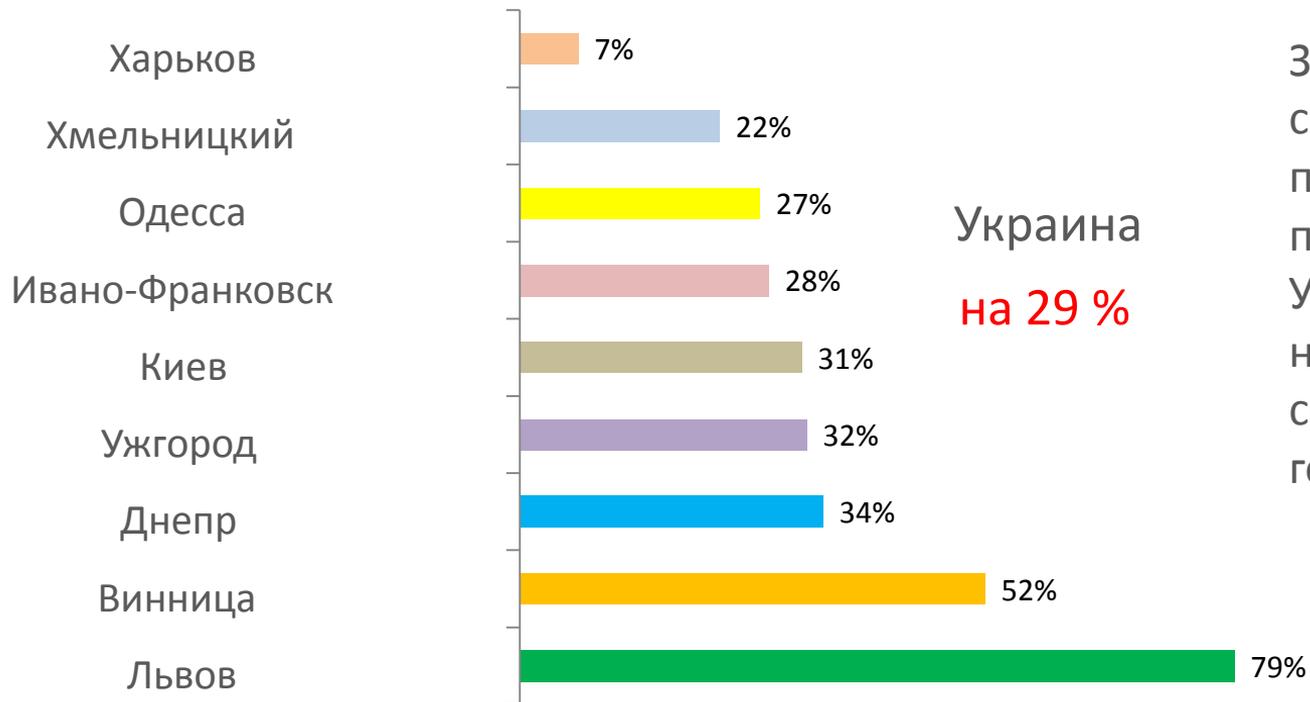


Согласно данным исследователя* за январь-сентябрь, распределение бюджетов в наружную рекламу превысило 1,2 млрд грн. По итогам года прогнозируется увеличение распределения бюджетов до 1,7 млрд грн, что на 23% превысит прошлогодний показатель.





Средняя стоимость продажи плоскости | все форматы



Украина
на 29 %

За 2016 год средняя стоимость продажи плоскости по Украине выросла на 29 % по сравнению с 2015 годом.







Концепция улучшения городского пространства



По прогнозам, учитывая позицию городских властей по отдельным регионам, мы ожидаем сокращение инвентаря на 8% - сравнивая 31 декабря 2016 к 2015 году и до 20% по Киеву.





Прогноз 2017 года | все форматы

	2016 F	2017 F
Sold Out (заполняемость)	≈83%	≈90%
Динамика изменения количества инвентаря	≈8%	≈10%
Инфляция	≈25%	≈30% - 60%

До конца этого года и в начале следующего outdoor в целом будет расти быстрее, чем можно было предположить в начале 2016 года. Растущий спрос и нехватка инвентаря могут привести к инфляции более 30%*. Данные собраны в виде минимальных и максимальных ожиданий, на базе которых определен средний уровень медиаинфляции.





2016 ИТОГИ

В 2016 году outdoor продолжил тенденцию роста, начатую в 2015 г. По данным июльского прогноза ВРК, объем рынка outdoor в 2016 году вырастет на 30%. Индустриальный комитет наружной рекламы прогнозирует объем рынка щитовой рекламы в 2016 в объеме 1,7 млрд грн.

Основными причинами роста рынка ИКНР считает недооцененность щитовой рекламы в предыдущие годы. Сегодня outdoor продолжает оставаться одним из эффективных и доступных каналов в первую очередь по стоимости контактов, стоимости процента охвата. Об этом свидетельствует:

- увеличение % проданных площадок (не менее 89% формата 6x3 по итогам года). Особенно показательны в этом плане ТОП-6 городов, в первую очередь Львов, Одесса, Киев, а также Винница
- прекращение продаж в формате last-call
- сокращения парка рекламных конструкций до 8% по всей Украине

Повышенный спрос в свою очередь привел к повышению цен весной и осенью от 30% до 60% в зависимости от форматов, городов, владельцев.

Оценочная инфляция в outdoor в 2016 г. может составить 25% и более.





2017 ПРОГНОЗ

Опираясь на тенденцию роста спроса в последние годы, и в 2016 г., ИКНР прогнозирует в 2017 году:

- дальнейшее сокращение парка рекламных конструкций на 10% по всей Украине
- заполняемость инвентаря на уровне не менее 90% по итогам года
- основным драйвером роста будет оставаться формат 6x3

- повышение цен весной и осенью - в зависимости от спроса
- уровень инфляции в среднем по году 30%, на отдельные форматы 60% и более
- рынок в 2017 году может вырасти 30% в денежном исчислении





БЛАГОДАРИМ ЗА ВНИМАНИЕ!

Исполнительный директор ИКНР Екатерина Тыра: director@icoa.org.ua

Пресс-служба: pr@icoa.org.ua

www.icoa.org.ua

