

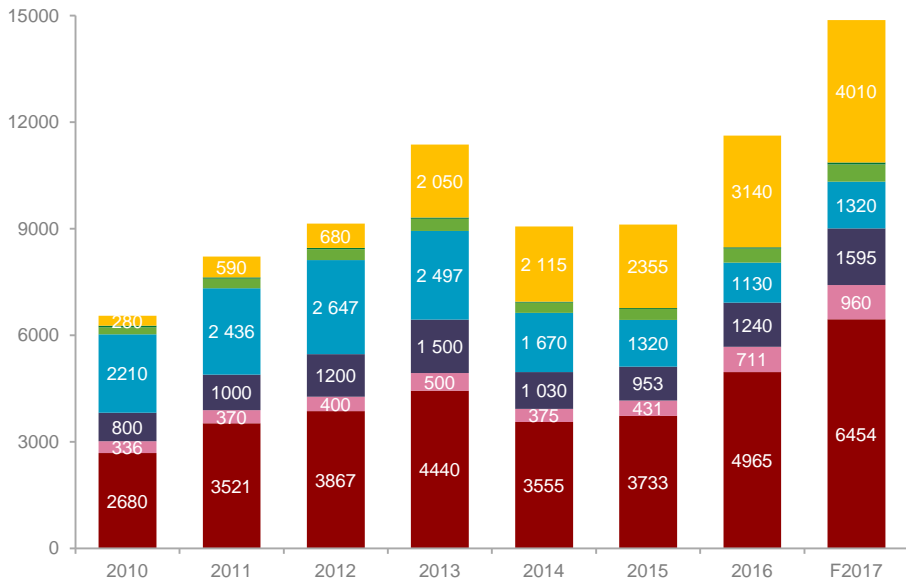
Наружная реклама в Украине

Первое полугодие
2017 год

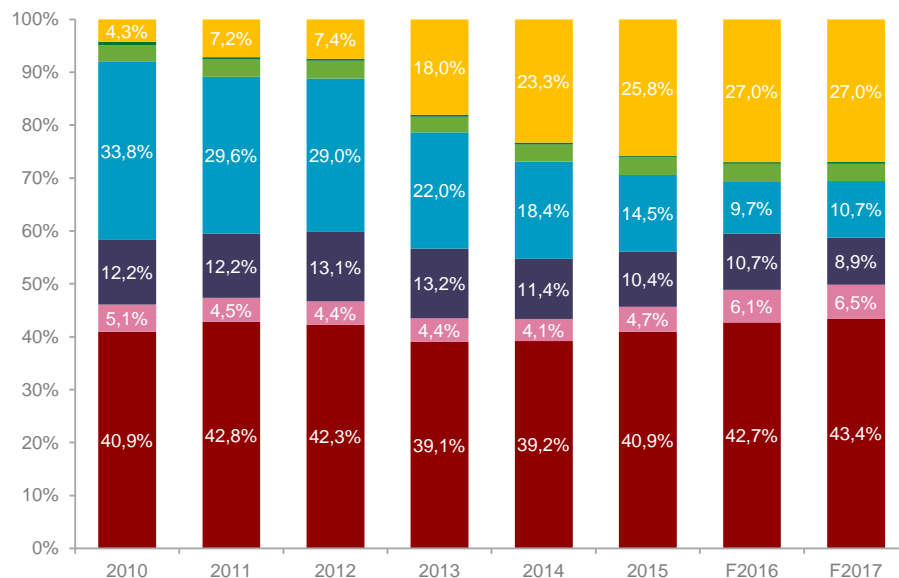


Динамика медиарынка

Динамика медиарынка, млн грн



Динамика медиарынка, %



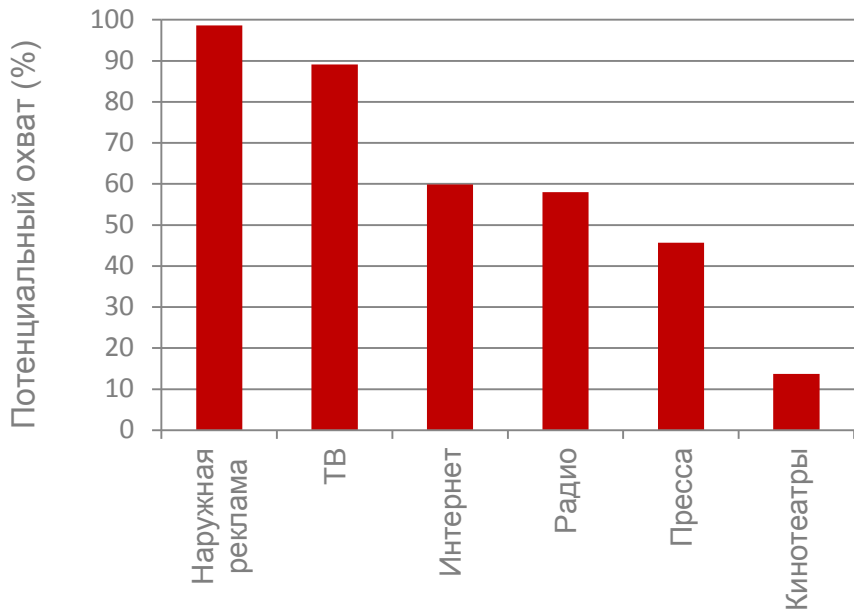
■ TV ■ TV Sponsopship ■ OOH ■ Print ■ Radio ■ Cinema ■ Internet

■ TV ■ TV Sponsopship ■ OOH ■ Print ■ Radio ■ Cinema ■ Internet





Проникновение



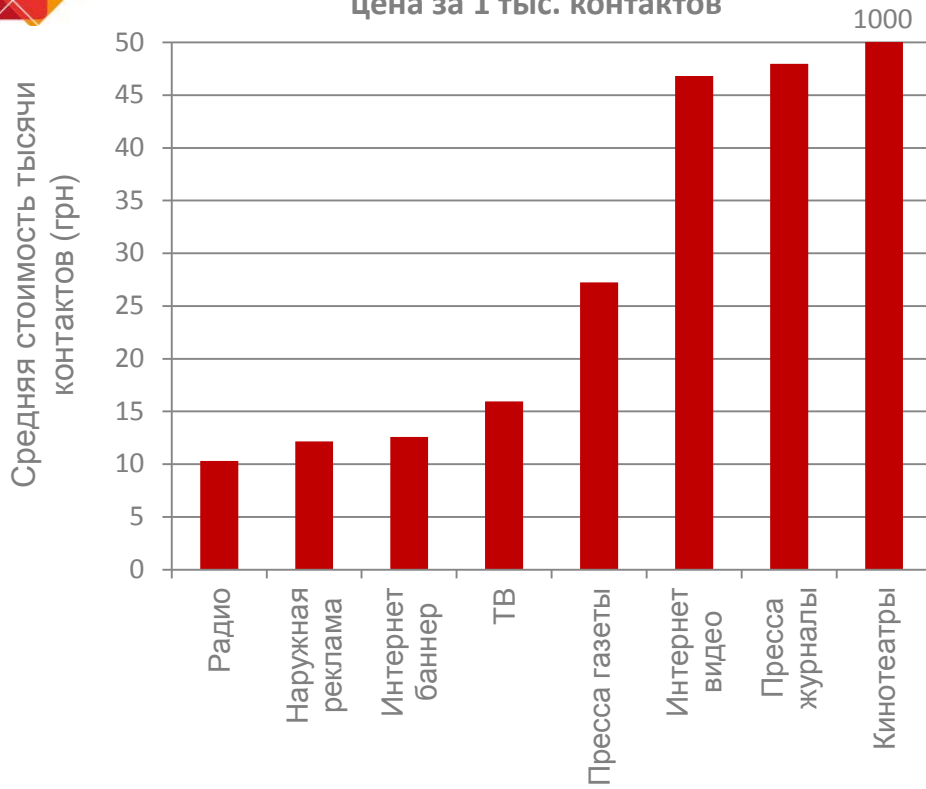
- Наружная реклама и ТВ – по прежнему остаются наиболее охватобразующими медиа каналами.
- Позиции Интернета сильны по молодежным аудиториям. По общей аудитории – охват на уровне 60%





Средняя стоимость тысячи контактов медиа

цена за 1 тыс. контактов

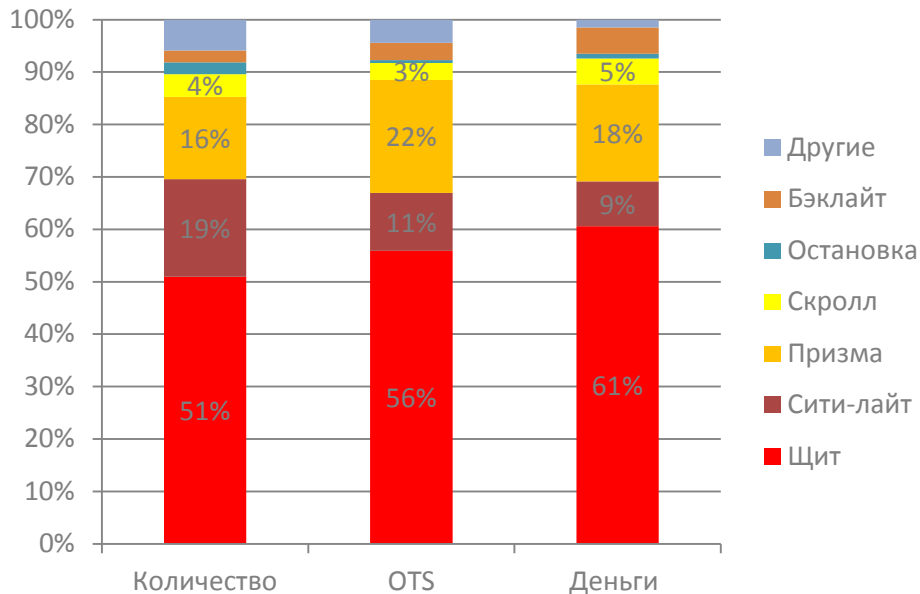


- Наружная реклама, интернет и радио – наиболее дешевые с точки зрения цены за контакт медиа для широкой аудитории





Доли основных форматов по итогам первого полугодия 2017 года



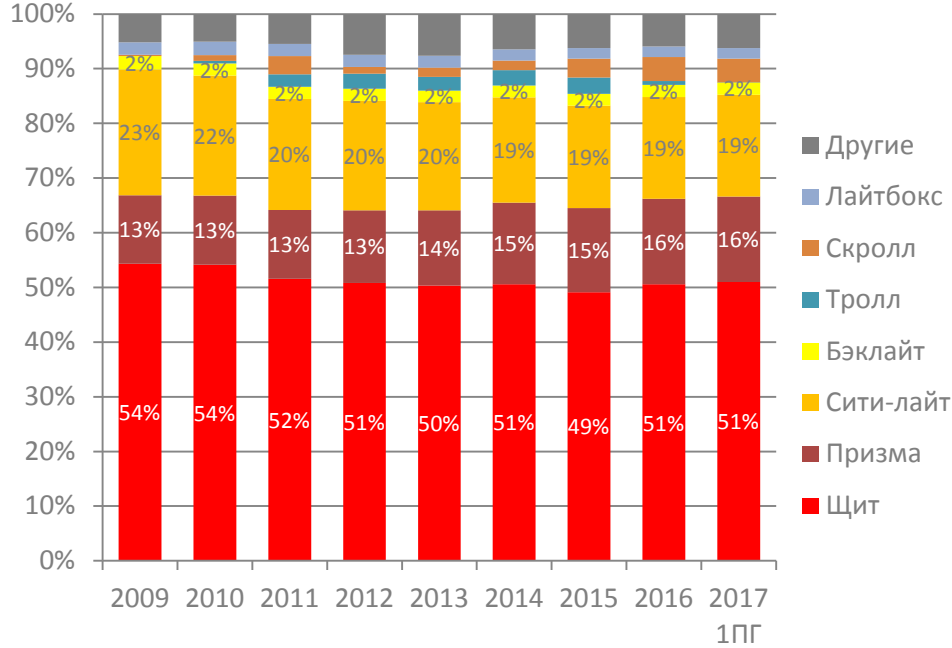
- Щитовые конструкции – по прежнему основной формат для украинского рынка
- Сити-лайт – второй в количественном выражении. Отстает от призм при пересчете контактов из-за сосредоточения в отделении от транспортных потоков и меньшей площади



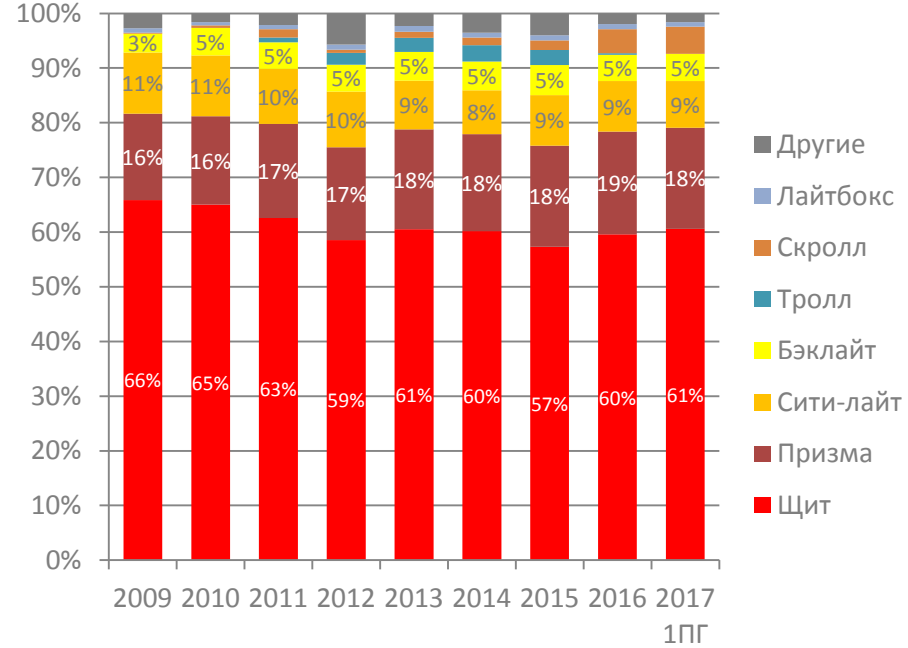


Динамика роста доли рекламных поверхностей

Количество



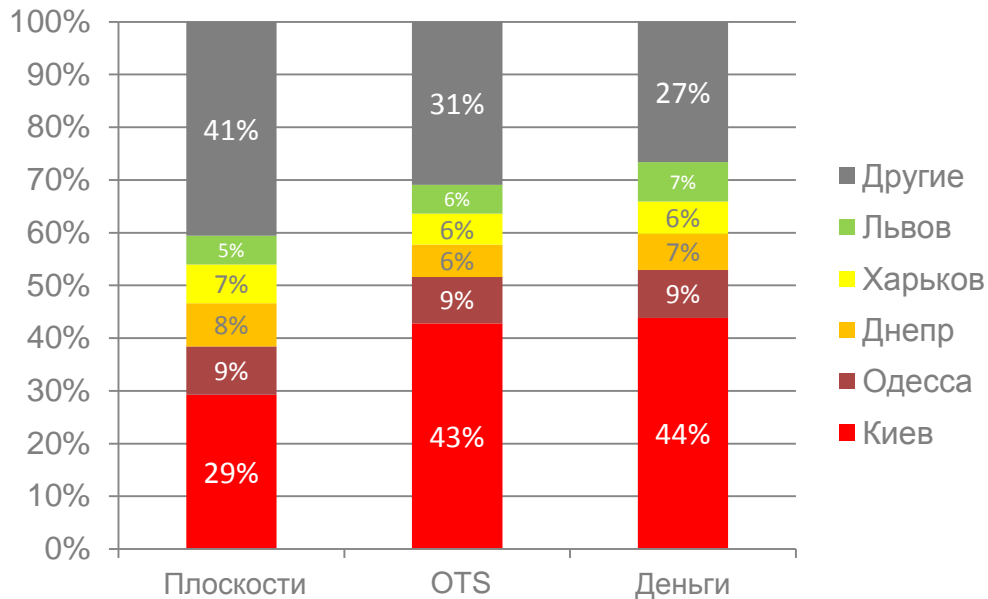
Бюджет





Доли основных городов по итогам первого полугодия 2017 года

Все носители



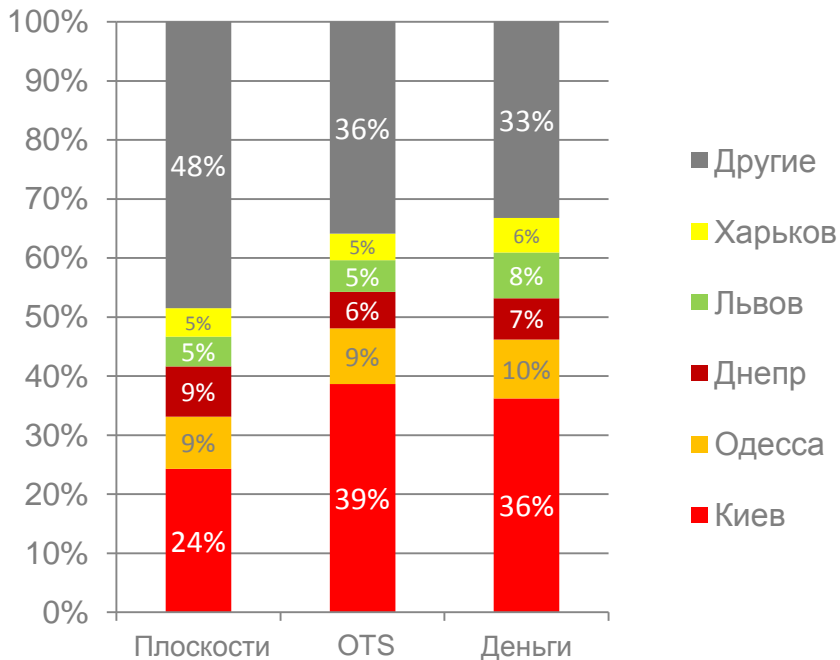
- Киев – основа рынка наружной рекламы в количественном, бюджетном и качественном выражении
- Соотношение между контактами и бюджетами свидетельствует о взвешенном подходе к ценообразованию



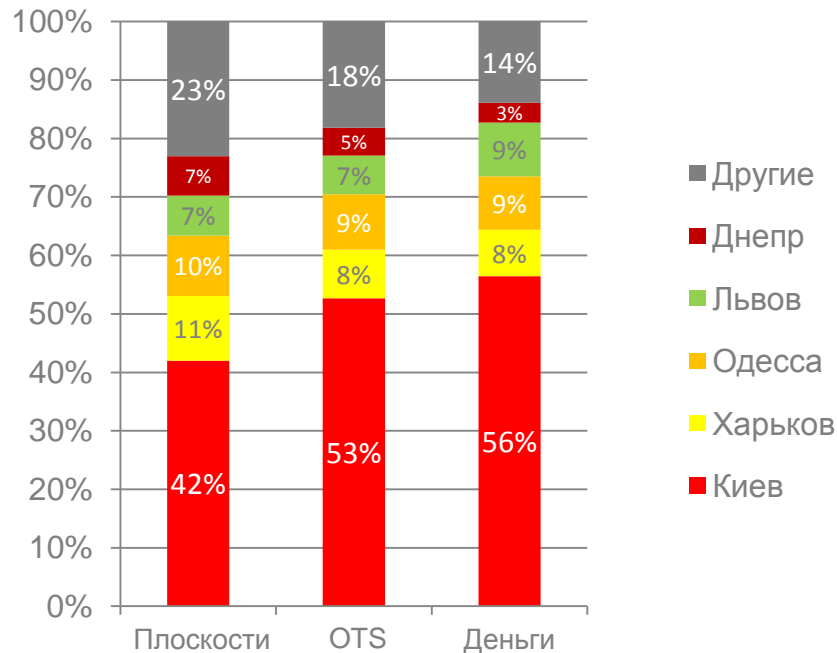


Доли основных городов по итогам первого полугодия 2017 года. Основные форматы

Щит



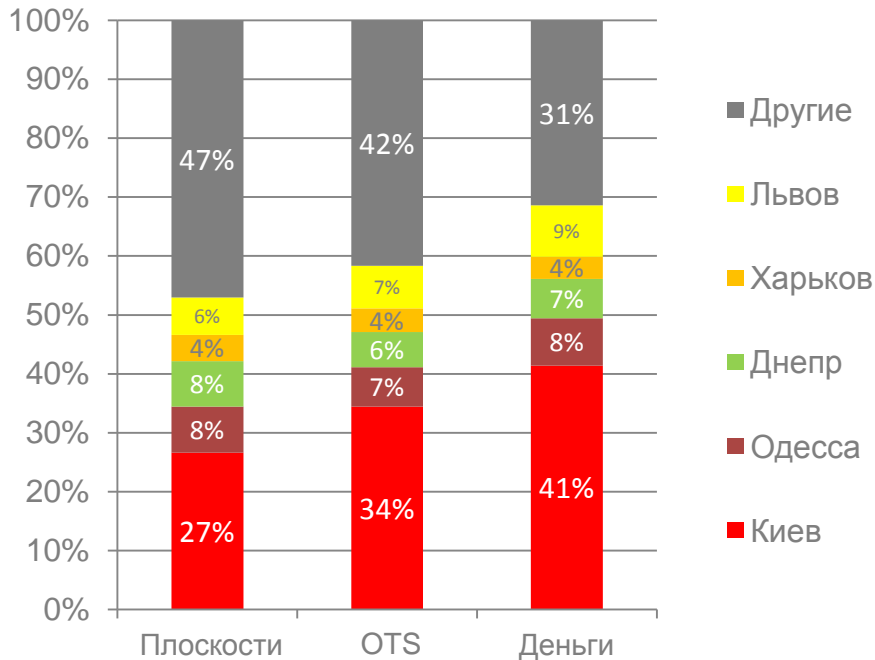
Призма



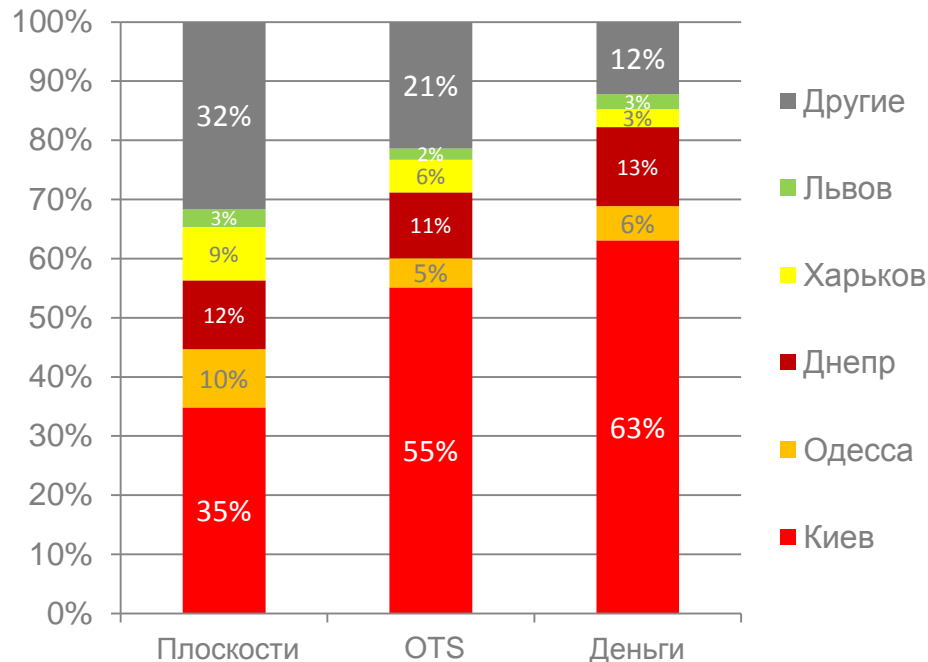


Доли основных городов по итогам первого полугодия 2017 года. Основные форматы

Сити-лайт



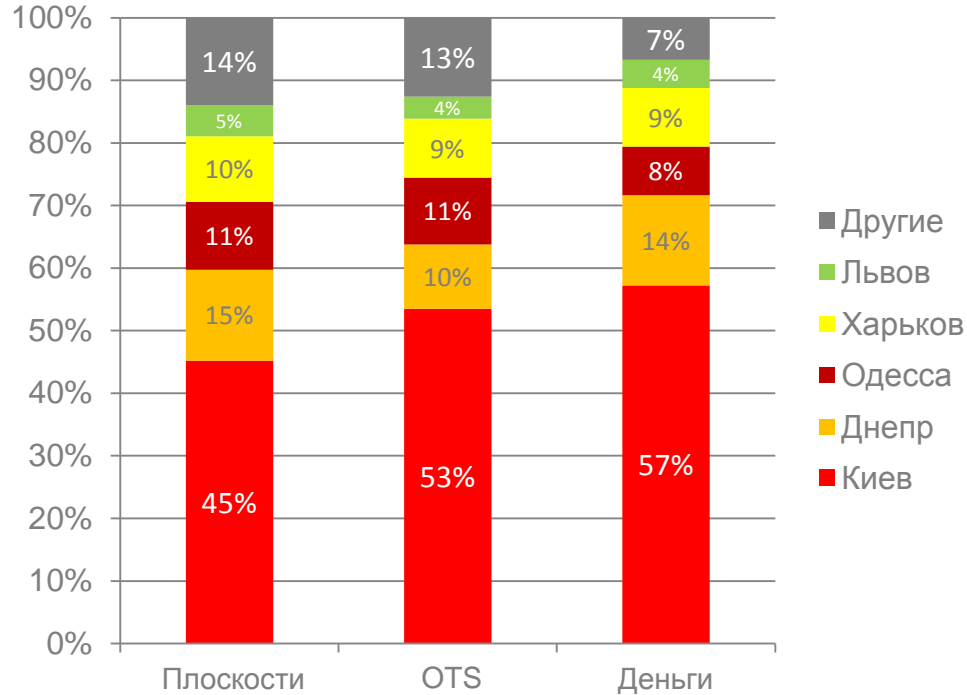
Бэклайт





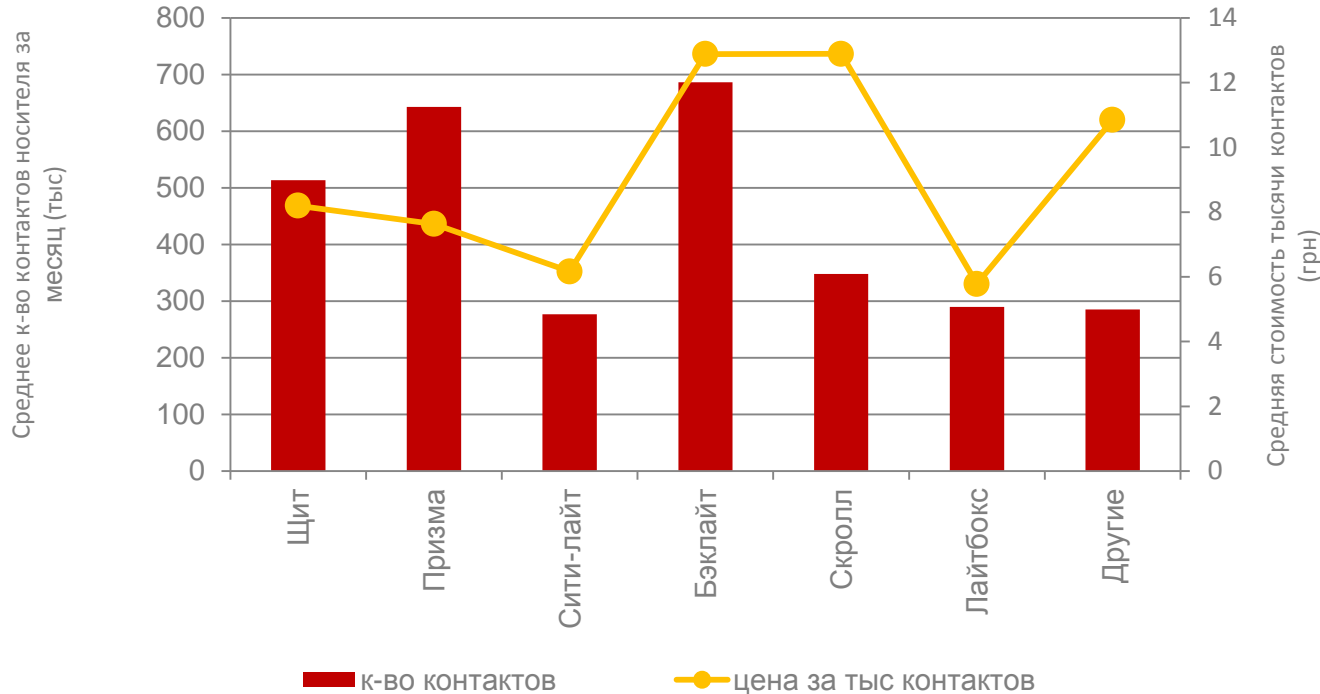
Доли основных городов по итогам первого полугодия 2017 года. Основные форматы

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 1ПГ	2017 1ПГ	Изм.	2016 1ПГ	2017 1ПГ	Изм.	2016 1ПГ	2017 1ПГ	Изм.
1	ТОРГОВЛЯ	179,4	282,2	↑ 57%	23%	23%	↓ -0,51%	1	1	⇒ 0
2	НЕДВИЖИМОСТЬ	115,2	216,7	↑ 88%	15%	17%	↑ 2,51%	2	2	⇒ 0
3	АВТОТРАНСПОРТ	54,8	103,5	↑ 89%	7%	8%	↑ 1,23%	4	3	↑ 1
4	РАЗВЛЕЧЕНИЯ	75,2	103,1	↑ 37%	10%	8%	↓ -1,43%	3	4	↓ -1
5	СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ	26,1	43,7	↑ 67%	3%	3%	↑ 0,13%	7	5	↑ 2
6	СВЯЗЬ	36,2	42,8	↑ 18%	5%	3%	↓ -1,23%	5	6	↓ -1
7	ФИНАНСЫ	29,7	40,8	↑ 37%	4%	3%	↓ -0,56%	6	7	↓ -1
8	СПОРТ	23,3	39,2	↑ 68%	3%	3%	↑ 0,13%	9	8	↑ 1
9	РЕСТОРАНЫ И ДОСУГ	21,4	36,6	↑ 71%	3%	3%	↑ 0,18%	8	9	↓ -1
10	МЕДИЦИНА	19,7	36,6	↑ 86%	3%	3%	↑ 0,39%	10	10	⇒ 0
11	СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА	20,1	26,9	↑ 34%	3%	2%	↓ -0,43%	11	11	⇒ 0
12	КОМПЬЮТЕРНАЯ ТЕХНИКА	11,3	20,8	↑ 85%	1%	2%	↑ 0,22%	15	12	↑ 3
13	СТРОИТЕЛЬСТВО И РЕМОНТ	12,1	20,1	↑ 65%	2%	2%	⇒ 0,04%	13	13	⇒ 0
14	ОБРАЗОВАНИЕ И РАБОТА	9,6	19,9	↑ 107%	1%	2%	↑ 0,36%	17	14	↑ 3
15	БЕЗАЛКОГОЛЬНЫЕ НАПИТКИ	15,3	19,6	↑ 28%	2%	2%	↓ -0,40%	12	15	↓ -3
16	ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ	11,5	19,5	↑ 70%	1%	2%	⇒ 0,08%	16	16	⇒ 0
17	ТУРИЗМ	17,1	18,8	↑ 10%	2%	2%	↓ -0,70%	14	17	↓ -3
18	БЫТОВАЯ ТЕХНИКА	6,7	18,0	↑ 170%	1%	1%	↑ 0,58%	19	18	↑ 1
19	ЮВЕЛИРНЫЕ ИЗДЕЛИЯ И АНТИКВАРИАТ	8,5	15,1	↑ 78%	1%	1%	↑ 0,11%	18	19	↓ -1
20	КОНДИТЕРСКИЕ ИЗДЕЛИЯ	8,3	14,4	↑ 74%	1%	1%	⇒ 0,09%	23	20	↑ 3





Основные рекламодатели: затраты на наружную рекламу

		Затраты млн. грн			Доля, %			Позиция		
		2016 1ПГ	2017 1ПГ	Изм.	2016 1ПГ	2017 1ПГ	Изм.	2016 1ПГ	2017 1ПГ	Изм.
1	FOZZY GROUP	20,9	23,4	↑ 12%	3%	2%	↓ -0,8%	1	1	→ 0
2	SPORT LIFE ФИТНЕС КЛУБ	15,1	20,8	↑ 37%	2%	2%	↓ -0,3%	2	2	→ 0
3	РИЭЛ СТРОИТЕЛЬНАЯ КОМПАНИЯ	8,4	18,5	↑ 120%	1%	1%	↑ 0,4%	5	3	↑ 2
4	METRO CASH&CARRY UKRAINE LTD.	6,6	14,8	↑ 125%	1%	1%	↑ 0,3%	9	4	↑ 5
5	NESTLE	5,6	14,5	↑ 161%	1%	1%	↑ 0,4%	12	5	↑ 7
	БИНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ СТРОИТЕЛЬНА	3,5	14,3	↑ 306%	0%	1%	↑ 0,7%	24	6	↑ 18
7	МТС	8,3	12,5	↑ 51%	1%	1%	↓ -0,1%	6	7	↓ -1
8	SAMSUNG ELECTRONICS	7,4	12,3	↑ 65%	1%	1%	→ 0,0%	7	8	↓ -1
9	ТОЙОТА УКРАИНА	5,0	11,6	↑ 130%	1%	1%	↑ 0,3%	15	9	↑ 6
10	ФОКСТРОТ СЕТЬ МАГАЗИНОВ	3,2	10,6	↑ 232%	0%	1%	↑ 0,4%	28	10	↑ 18
11	MCDONALD'S	4,1	8,6	↑ 109%	1%	1%	↑ 0,2%	20	11	↑ 9
12	КИЕВСТАР GSM	5,5	8,3	↑ 52%	1%	1%	↓ 0,0%	13	12	↑ 1
13	ИНТЕРГАЛ-БУД КОМПАНИЯ	3,1	7,8	↑ 152%	0%	1%	↑ 0,2%	32	13	↑ 19
14	К.А.Н. ДЕВЕЛОПМЕНТ ООО	6,76	7,5	↑ 11%	1%	1%	↓ -0,3%	159	14	↑ 145
15	ЭКСПОЦЕНТР УКРАИНЫ	1,4	7,4	↑ 426%	0%	1%	↑ 0,4%	85	15	↑ 70
16	ЯКОБЗ УКРАИНА	1,3	7,3	↑ 480%	0%	1%	↑ 0,4%	98	16	↑ 82
17	АЛЛО ФИРМА	6,4	7,1	↑ 12%	1%	1%	↓ -0,2%	11	17	↓ -6
18	ЗОЛОТОЙ ВЕК КОМПАНИЯ	4,6	7,1	↑ 54%	1%	1%	↓ 0,0%	18	18	→ 0
19	ЭПИЦЕНТР К КОМПАНИЯ	12,2	7,0	↓ -43%	2%	1%	↓ -1,0%	3	19	↓ -16
20	ЛАЙФСЕЛЛ ООО	5,3	7,0	↑ 32%	1%	1%	↓ -0,1%	14	20	↓ -6





Основные торговые марки: затраты на наружную рекламу

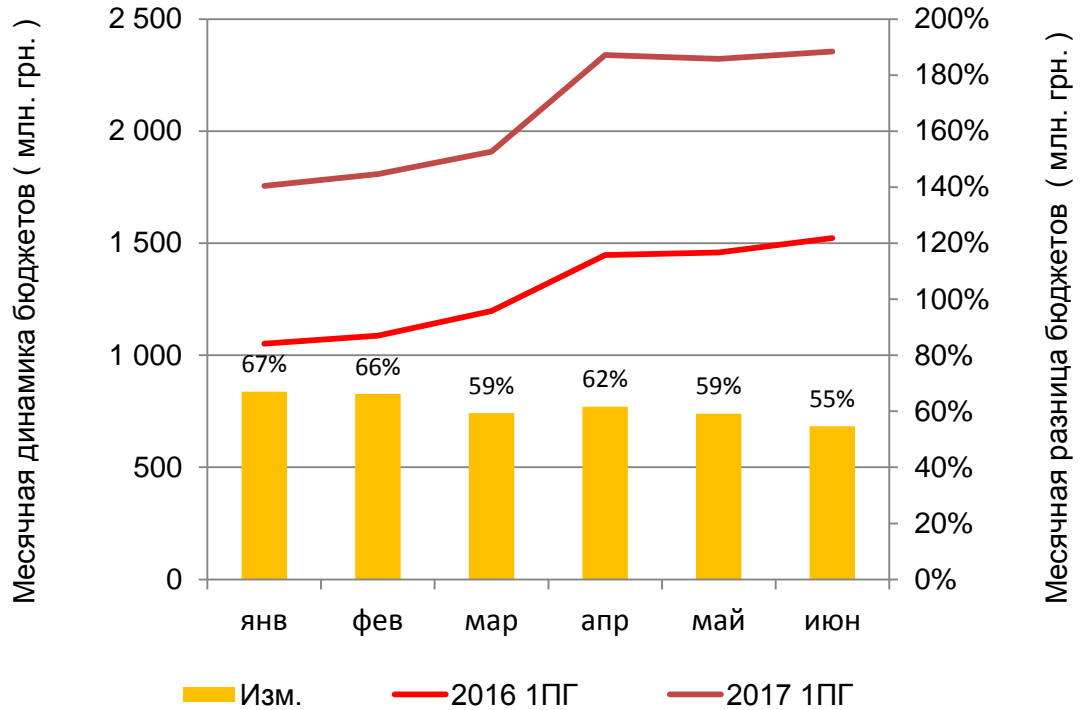
		Затраты млн. грн			Доля, %			Позиция		
		2016 1ПГ	2017 1ПГ	Изм.	2016 1ПГ	2017 1ПГ	Изм.	2016 1ПГ	2017 1ПГ	Изм.
1	SPORT LIFE	15,2	20,8	↑ 37%	2%	2%	↓ -0,3%	1	1 → 0	
2	METRO CASH&CARRY	6,6	14,8	↑ 125%	1%	1%	↑ 0,3%	8	2 ↑ 6	
3	SAMSUNG	7,4	12,7	↑ 71%	1%	1%	→ 0,1%	7	3 ↑ 4	
4	VODAFONE	8,2	12,5	↑ 52%	1%	1%	↓ -0,1%	6	4 ↑ 2	
5	ФОКСТРОТ	3,2	10,6	↑ 232%	0%	1%	↑ 0,4%	23	5 ↑ 18	
6	ЭПИЦЕНТР	12,2	10,3	↓ -16%	2%	1%	↓ -0,7%	2	6 ↓ -4	
7	СИЛЬПО	12,0	9,6	↓ -20%	2%	1%	↓ -0,8%	3	7 ↓ -4	
8	TOYOTA	4,3	9,0	↑ 108%	1%	1%	↑ 0,2%	16	8 ↑ 8	
9	MCDONALD'S	4,1	8,6	↑ 109%	1%	1%	↑ 0,2%	18	9 ↑ 9	
10	КИЕВСТАР GSM	5,5	8,0	↑ 46%	1%	1%	↓ -0,1%	11	10 ↑ 1	
11	FOZZY	5,9	7,8	↑ 31%	1%	1%	↓ -0,1%	10	11 ↓ -1	
12	КОМФОРТ ТАУН	4,6	7,6	↑ 67%	1%	1%	→ 0,0%	15	12 ↑ 3	
13	ATLAS WEEKEND	1,3	7,4	↑ 466%	0%	1%	↑ 0,4%	90	13 ↑ 77	
14	JACOBS	0,78	7,3	↑ 833%	0%	1%	↑ 0,5%	159	14 ↑ 145	
15	АЛЛО*	6,4	7,1	↑ 12%	1%	1%	↓ -0,2%	9	15 ↓ -6	
16	ЗОЛОТОЙ ВЕК	4,6	7,0	↑ 53%	1%	1%	↓ 0,0%	14	16 ↓ -2	
17	LIFECCELL	8,5	7,0	↓ -18%	1%	1%	↓ -0,5%	5	17 ↓ -12	
18	ANEX TOUR	4,9	6,4	↑ 31%	1%	1%	↓ -0,1%	12	18 ↓ -6	
19	УКРТЕЛЕКОМ	1,2	6,4	↑ 414%	0%	1%	↑ 0,3%	101	19 ↑ 82	
20	ПРИВАТБАНК	8,5	6,2	↓ -27%	1%	0%	↓ -0,6%	4	20 ↓ -16	





Сезонность затрат в наружной рекламе

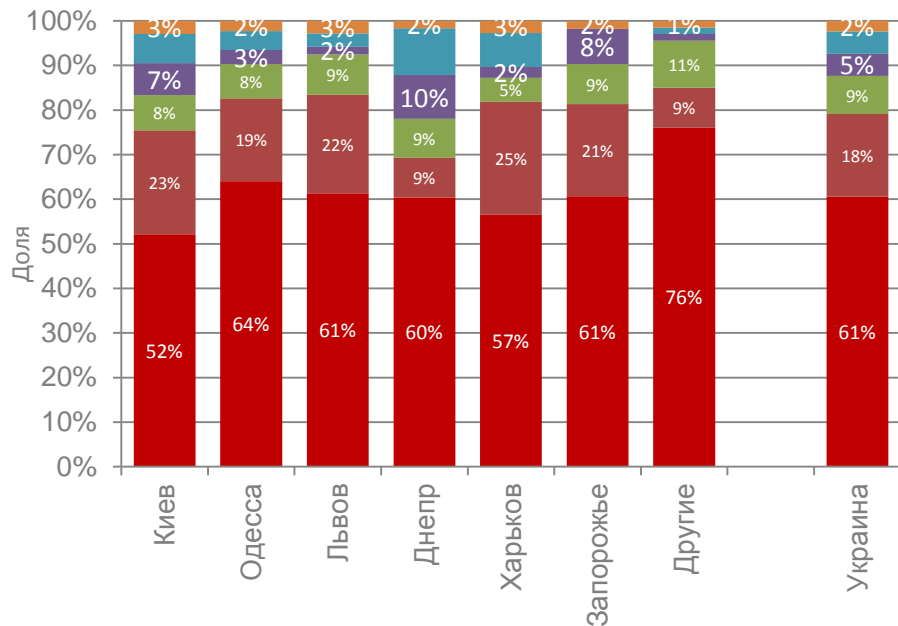
	2016 1ПГ	2017 1ПГ	Изм.
1	1 052	1 757	↑ 67%
2	1 088	1 809	↑ 66%
3	1 198	1 910	↑ 59%
4	1 448	2 341	↑ 62%
5	1 459	2 322	↑ 59%
6	1 523	2 356	↑ 55%
1-6	7 768	12 494	↑ 61%



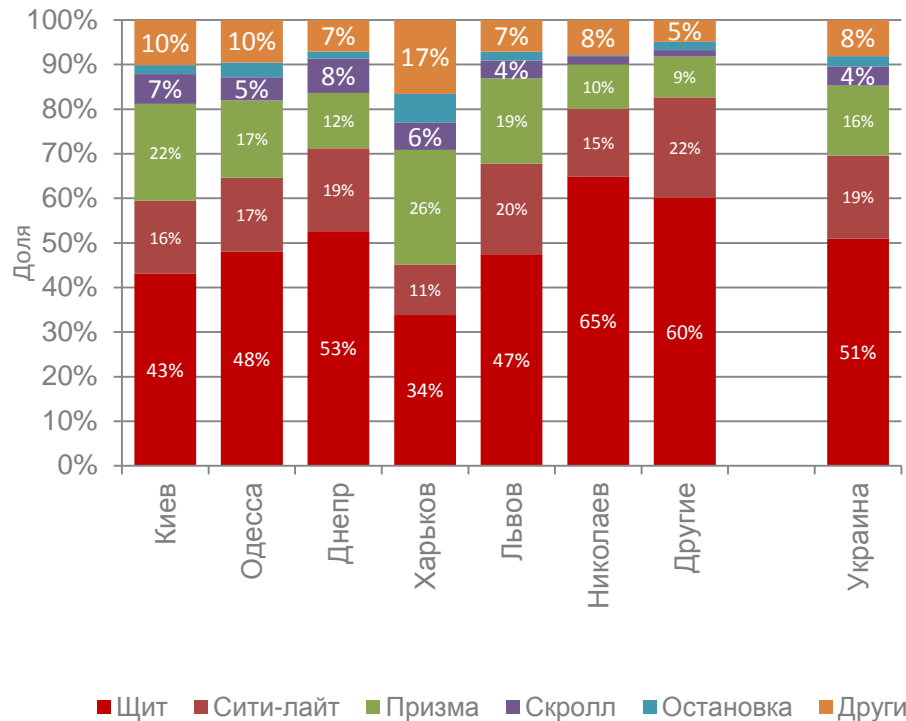


Распределение проданных рекламных поверхностей по основным городам Украины. ТОП-10

Бюджет



Количество



Щит Призма Сити-лайт Бэклайт Скролл Другие

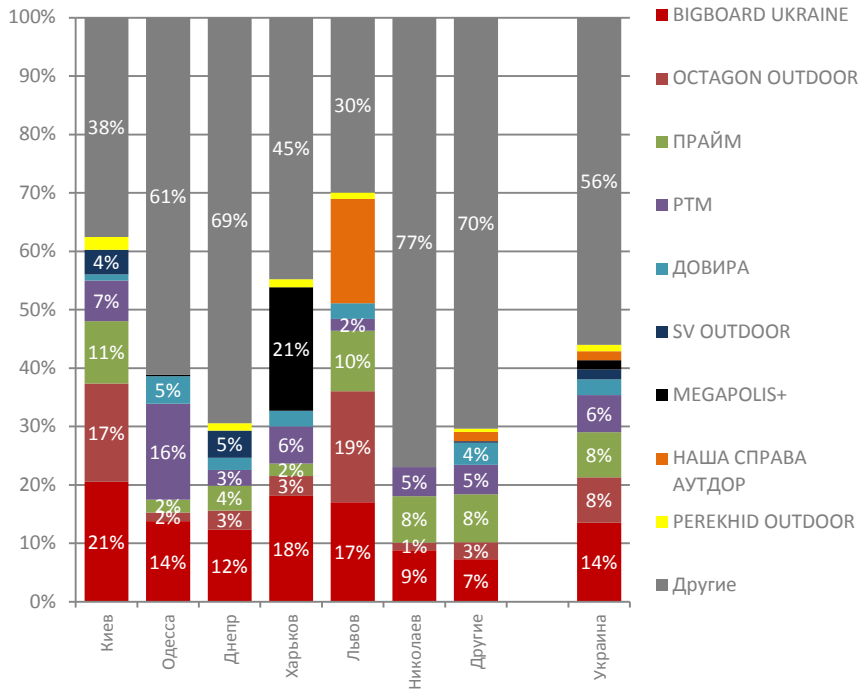
Щит Сити-лайт Призма Скролл Остановка Другие



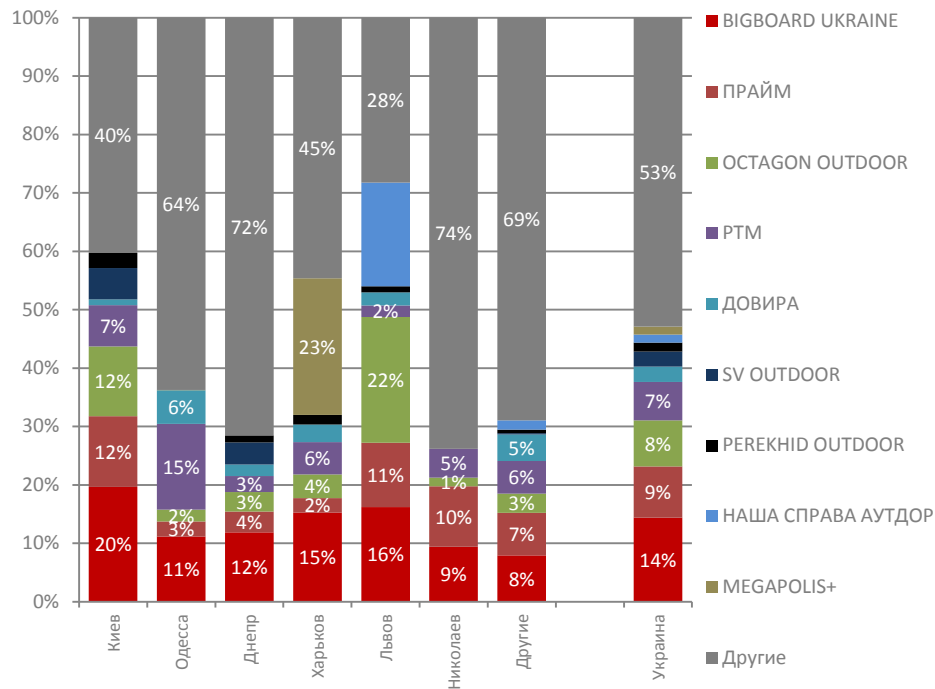


Распределение рекламных поверхностей по основным операторам Украины. Все носители. ТОП-10

Количество



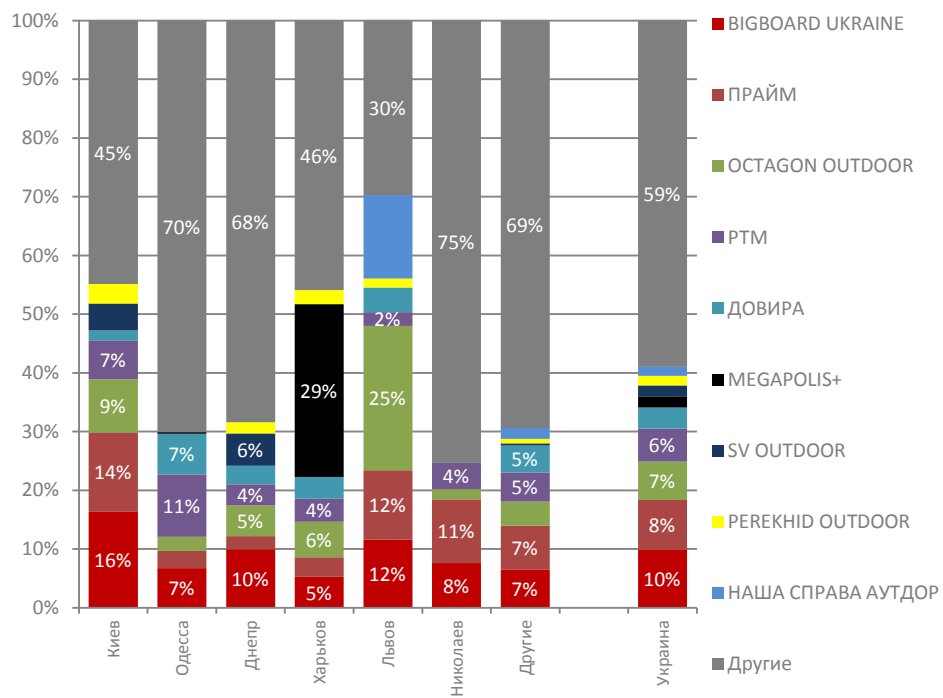
Контакты



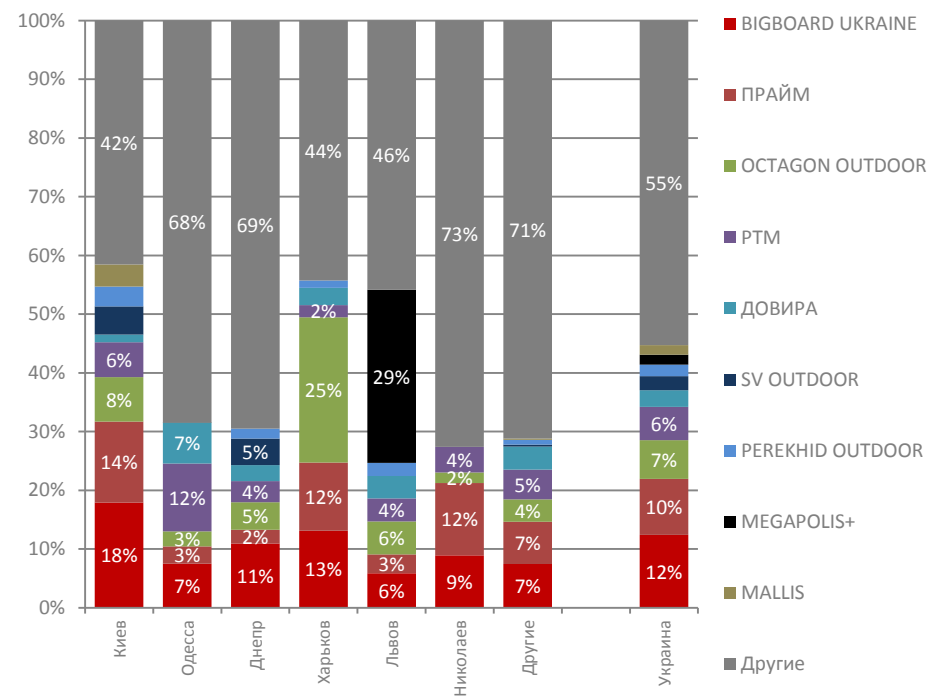


Распределение рекламных поверхностей по основным операторам Украины. 6x3

Количество



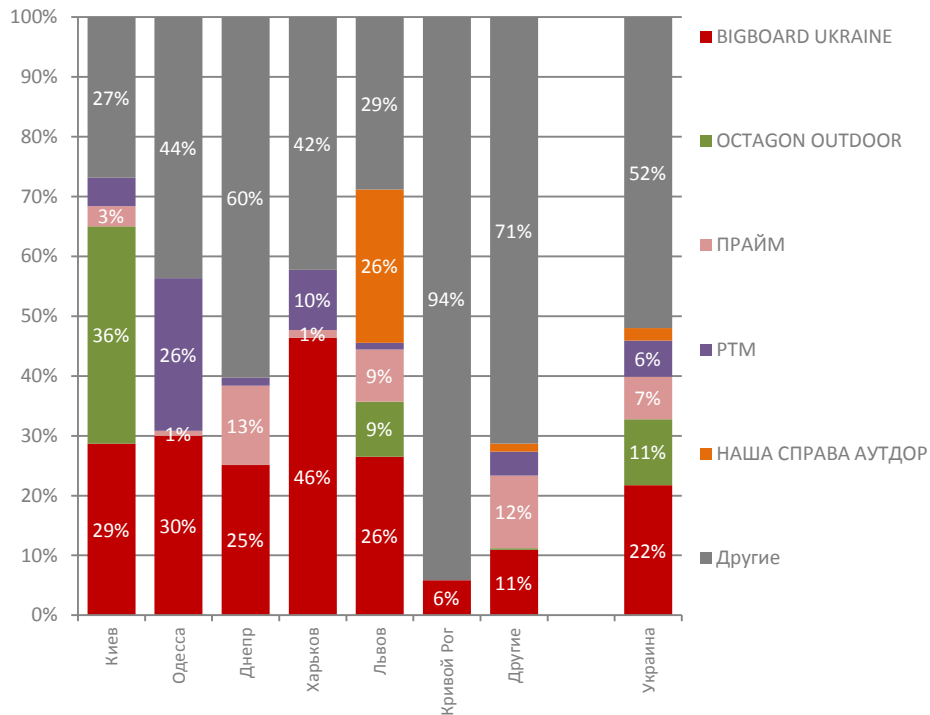
Контакты



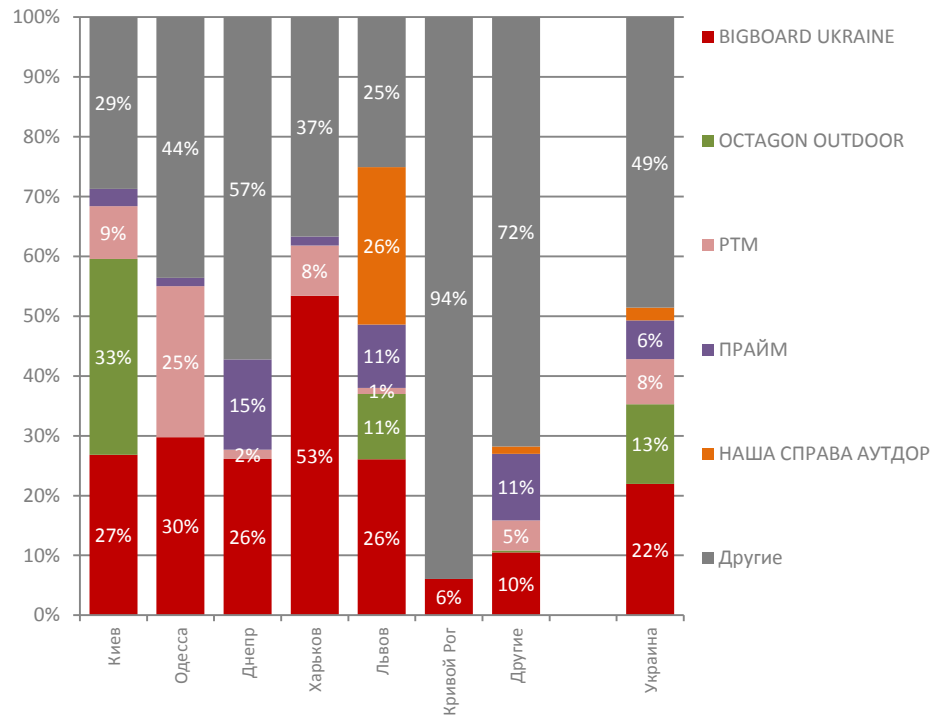


Распределение рекламных поверхностей по основным операторам Украины. 1,2x1,8. ТОП-5

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!

