

Наружная реклама в Украине

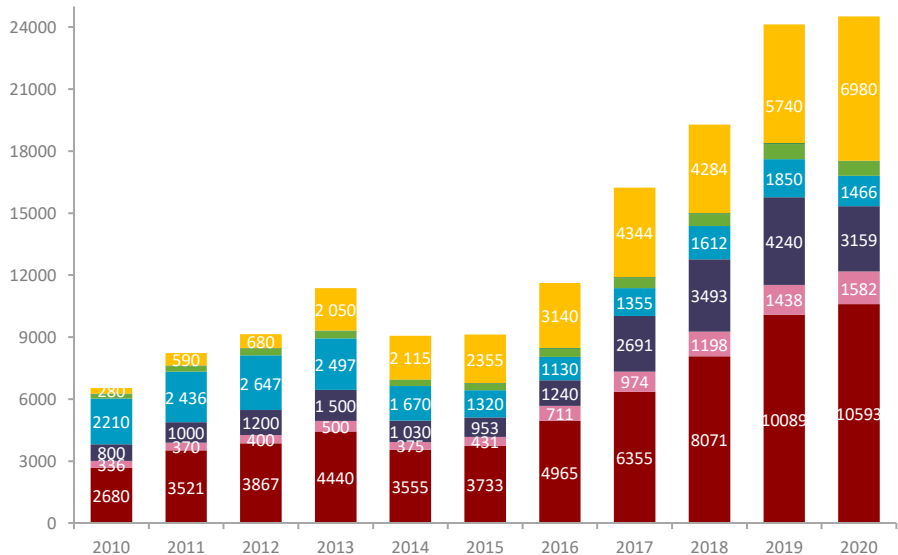
2020 год

ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ КОМИТЕТ
НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

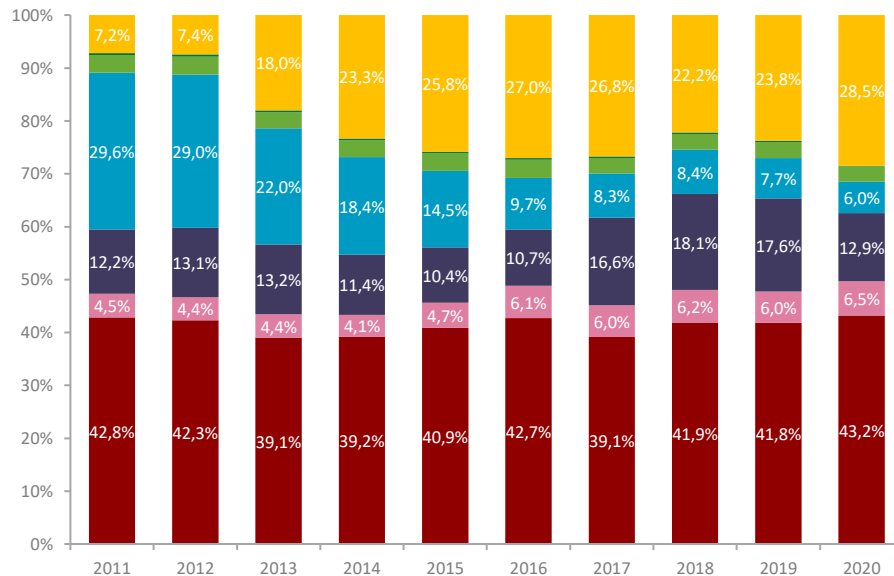


Динамика медиарынка

Динамика медиарынка, млн грн



Динамика медиарынка, %



*Новая методология оценки Интернет рынка с 2018 года. Только часть рынка (баннерная реклама, цифровое видео, спонсорство) учитывают в объеме Медиа рекламы. Остальная часть бюджетов вынесена за рамки медиа.

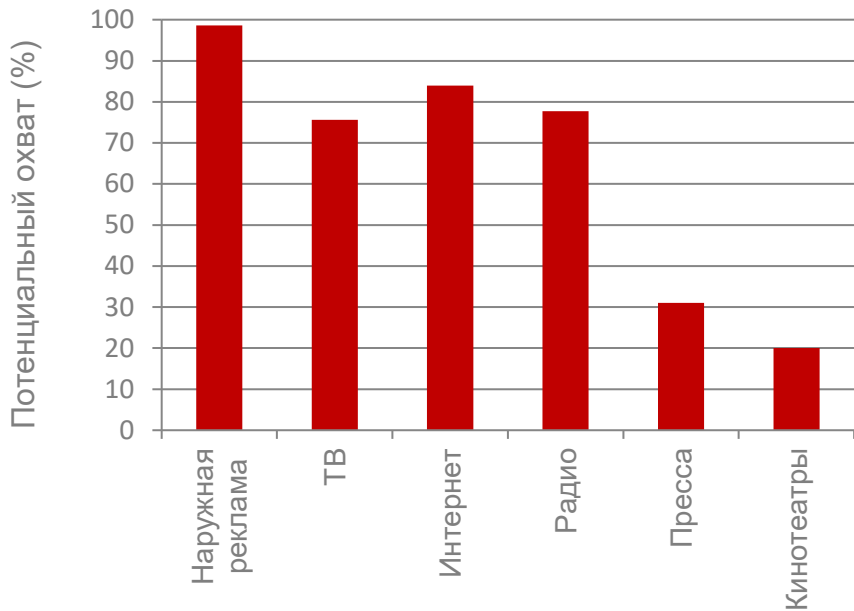
■ TV ■ TV Sponsropship ■ OOH ■ Print ■ Radio ■ Cinema ■ Internet

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





Проникновение



- Наружная реклама, радио и ТВ – по прежнему остаются наиболее охватобразующими медиа каналами.
- Позиции Интернета сильны по молодежным аудиториям. По общей аудитории – охват на уровне 80+%

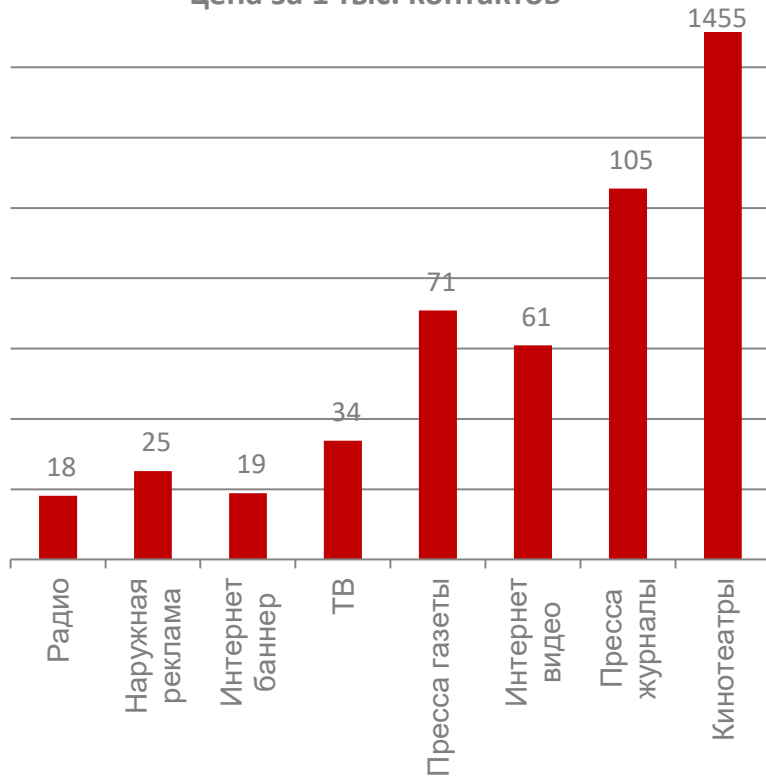




Средняя стоимость тысячи контактов медиа

цена за 1 тыс. контактов

Средняя стоимость тысячи контактов (грн)

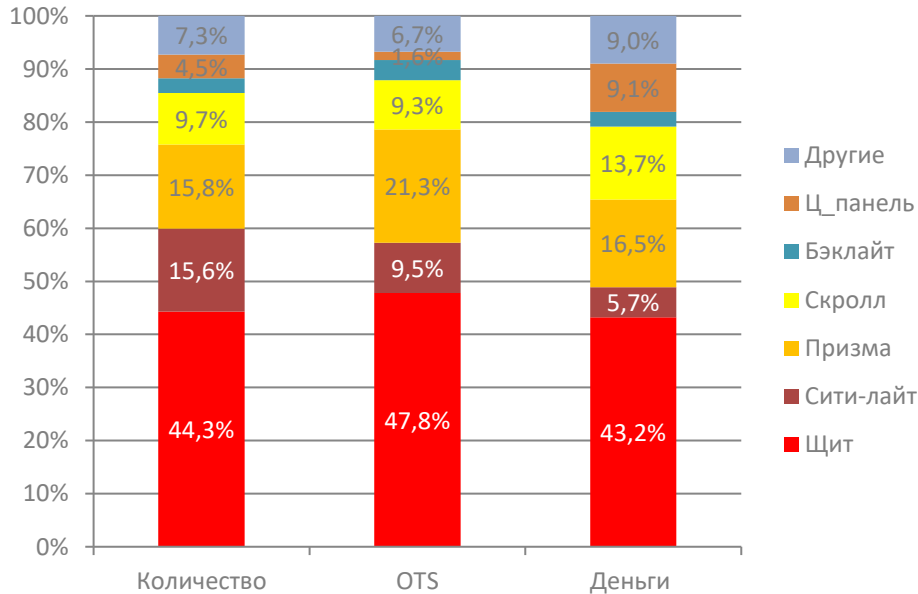


- Наружная реклама, интернет и радио – наиболее дешевые с точки зрения цены за контакт медиа для широкой аудитории





Доли основных форматов по итогам 2020 года



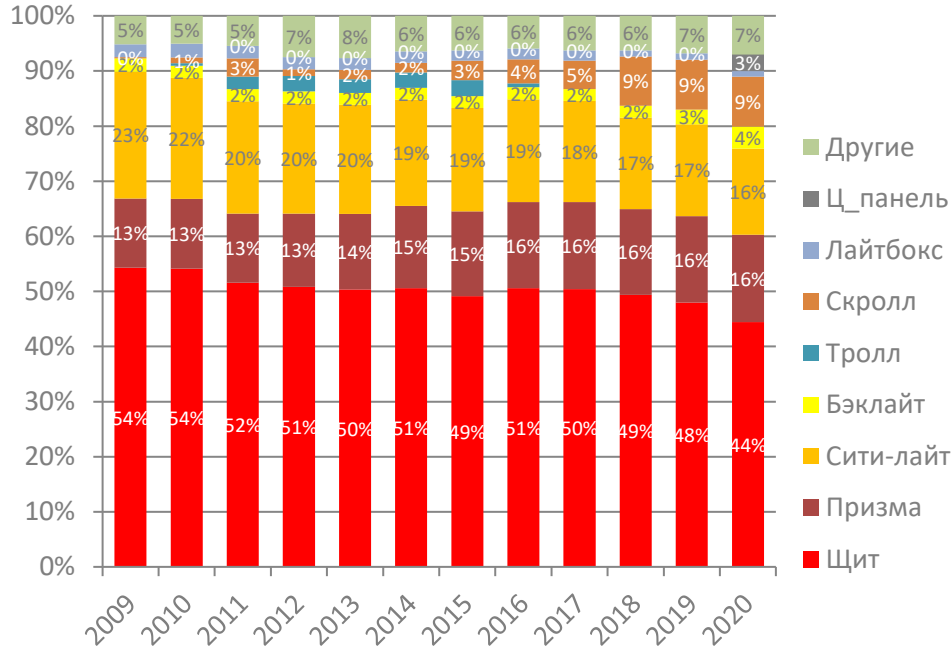
- Щитовые конструкции – по прежнему основной формат для украинского рынка
- Сити-лайты и призмы в количественном соотношении делят второе место по востребованности, но в пересчете соотношения затрат и контактов сити-лайты существенно уступают призмам



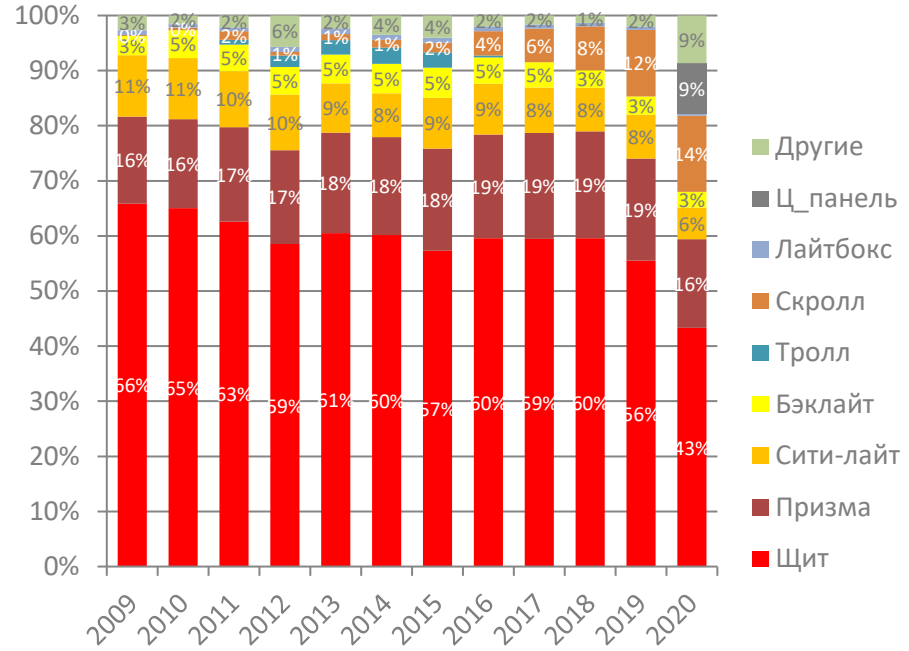


Динамика роста доли рекламных поверхностей

Количество



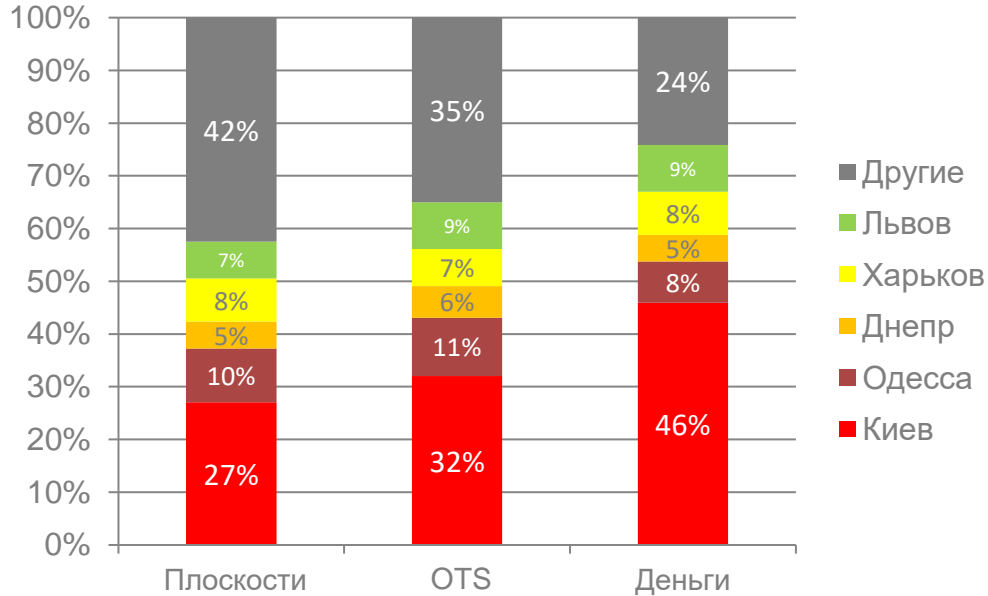
Бюджет





Доли основных городов по итогам 2020 года

Все носители



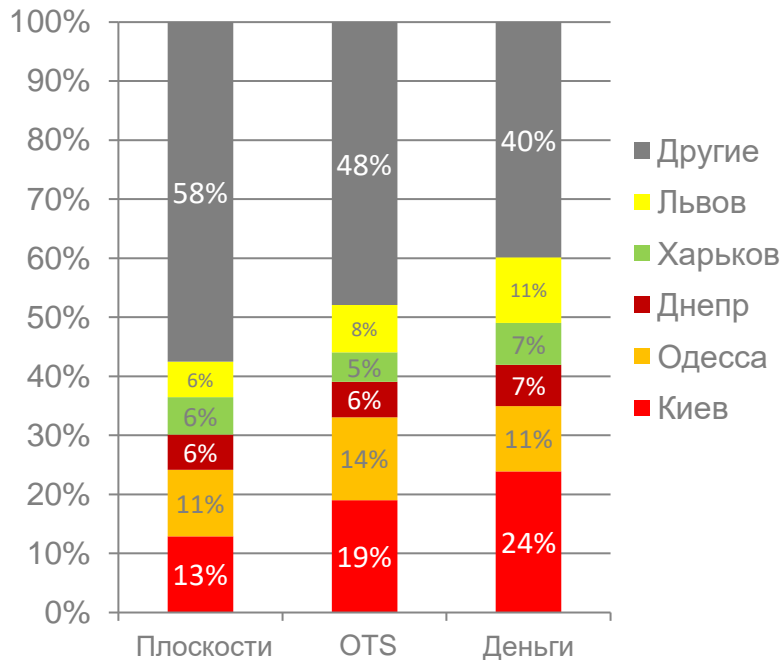
- Киев – основа рынка наружной рекламы в количественном, бюджетном и качественном выражении
- Соотношение между контактами и бюджетами свидетельствует о взвешенном подходе к ценообразованию



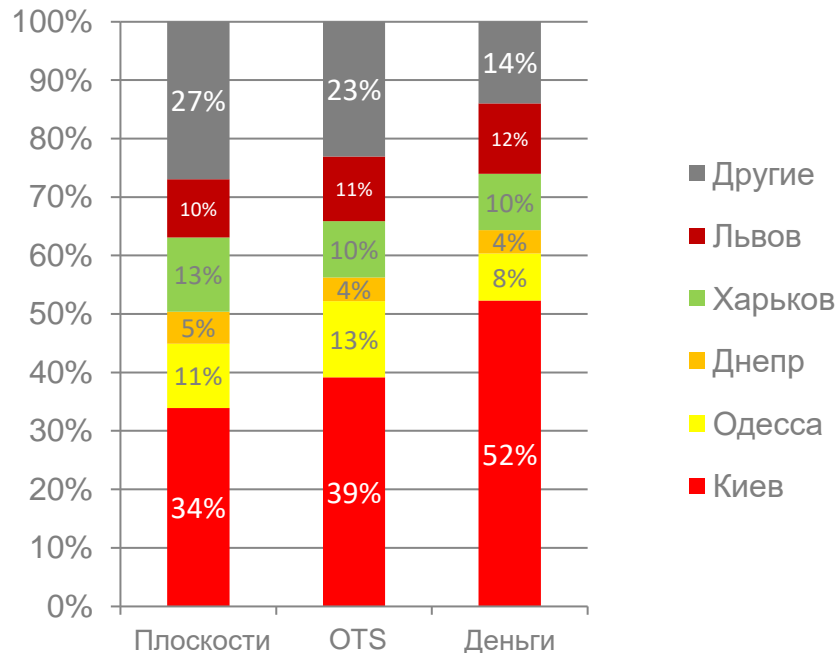


Доли основных городов по итогам 2020 года. Основные форматы

Щит



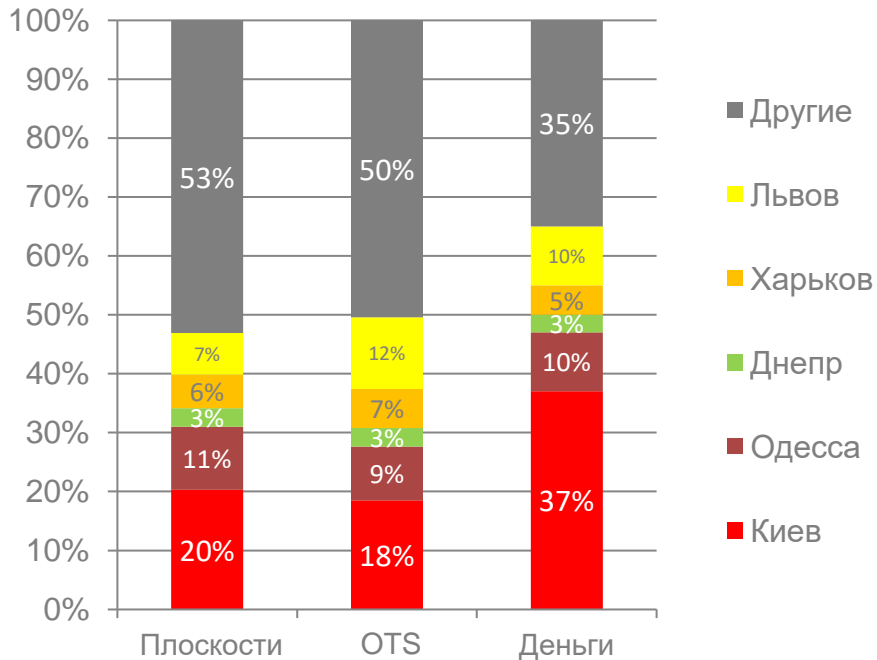
Призма



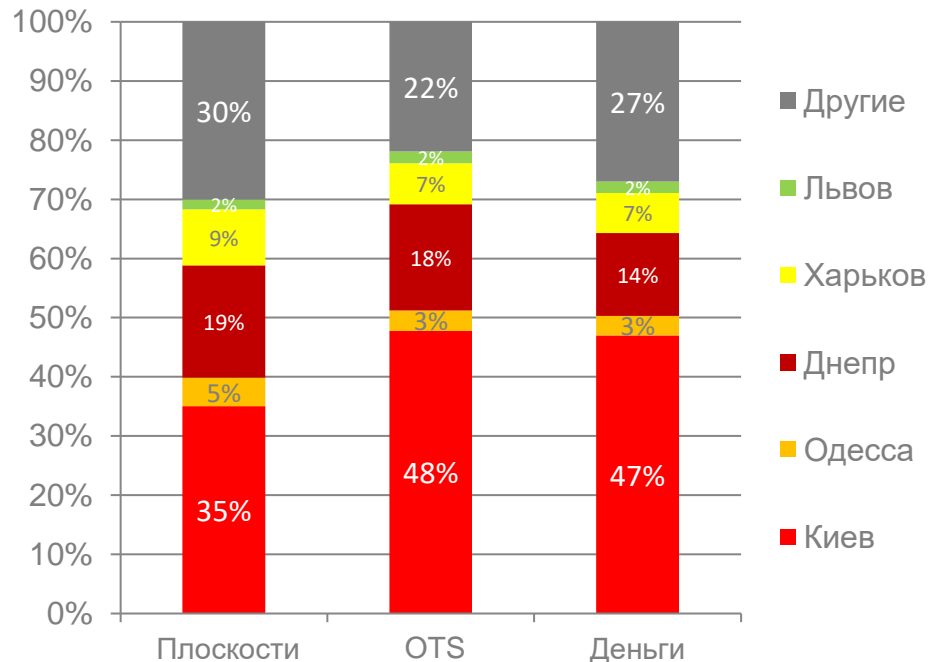


Доли основных городов по итогам 2020 года. Основные форматы

Сити-лайт



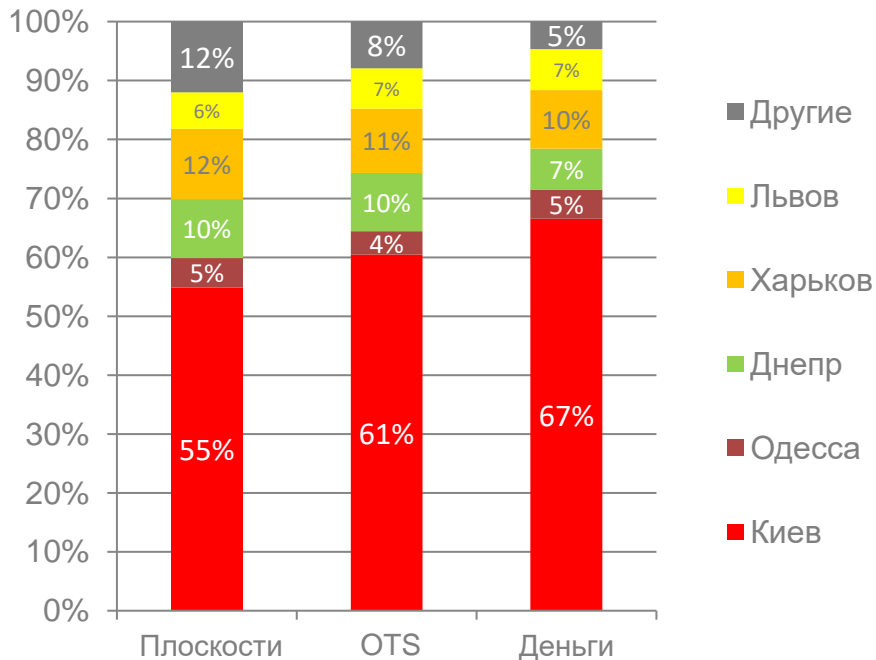
Бэклайт





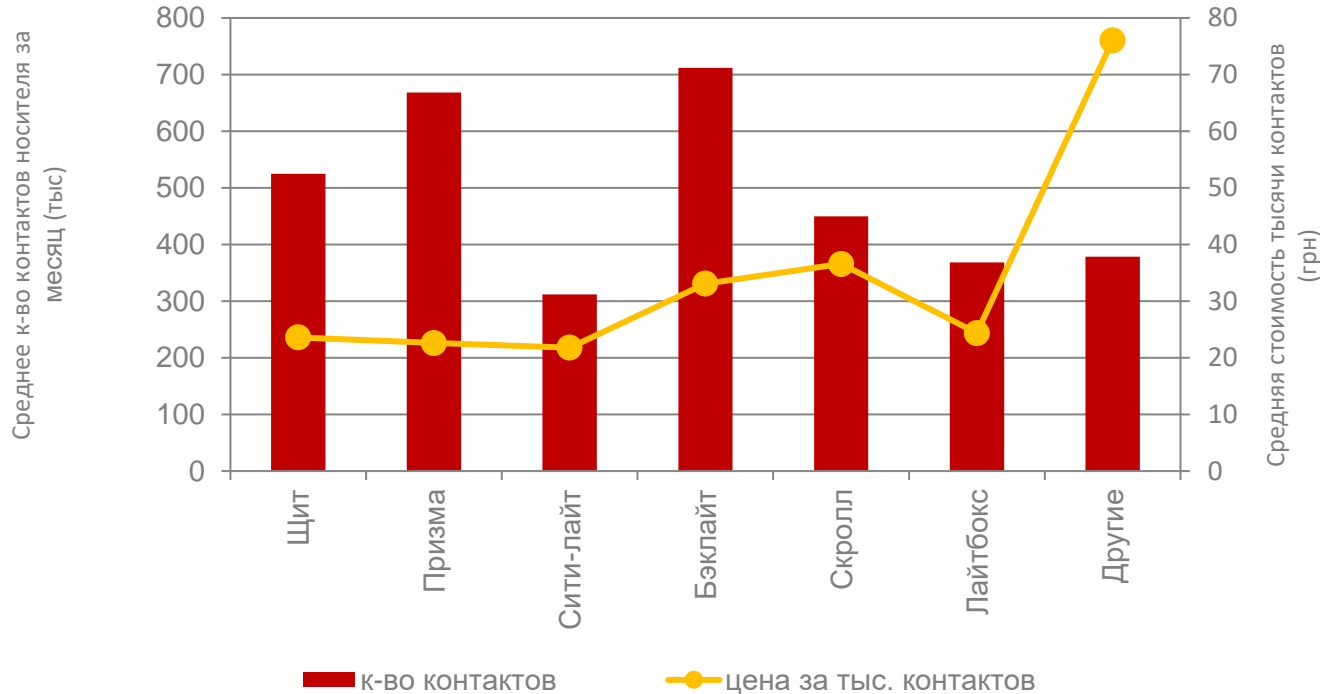
Доли основных городов по итогам 2020 года. Основные форматы

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		
	2019	2020		2019	2020		2019	2020	
1 ТРГОВЛЯ	849,6	647,0	↓ -24%	21,2%	20,0%	↓ -6%	1	1	▬ -
2 СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА	524,2	571,5	↑ 9%	13,1%	17,6%	↑ 35%	3	2	▲ 1
3 НЕДВИЖИМОСТЬ	540,4	344,8	↓ -36%	13,5%	10,6%	↓ -21%	2	3	▼ - 1
4 АВТОТРАНСПОРТ	237,7	216,6	↓ -9%	5,9%	6,7%	↑ 13%	5	4	▲ 1
5 СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ	129,5	193,0	↑ 49%	3,2%	6,0%	↑ 85%	7	5	▲ 2
6 РАЗВЛЕЧЕНИЯ	392,0	156,2	↓ -60%	9,8%	4,8%	↓ -51%	4	6	▼ - 2
7 СПОРТ	149,3	112,4	↓ -25%	3,7%	3,5%	↓ -7%	6	7	▼ - 1
8 МЕДИЦИНА	124,1	102,1	↓ -18%	3,1%	3,1%	↑ 2%	8	8	▬ -
9 ФИНАНСЫ	112,4	101,4	↓ -10%	2,8%	3,1%	↑ 12%	9	9	▬ -
10 РЕСТОРАНЫ И ДОСУГ	97,2	80,6	↓ -17%	2,4%	2,5%	↑ 3%	11	10	▲ 1
11 СВЯЗЬ	99,5	70,8	↓ -29%	2,5%	2,2%	↓ -12%	10	11	▼ - 1
12 БЕЗАЛКОГОЛЬНЫЕ НАПИТКИ	61,8	67,5	↑ 9%	1,5%	2,1%	↑ 35%	12	12	▬ -
13 КОМПЬЮТЕРНАЯ ТЕХНИКА	44,4	61,4	↑ 38%	1,1%	1,9%	↑ 71%	17	13	▲ 4
14 ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ	44,5	52,8	↑ 19%	1,1%	1,6%	↑ 47%	16	14	▲ 2
15 СЕРВИС	26,4	41,0	↑ 56%	0,7%	1,3%	↑ 93%	24	15	▲ 9
16 КОНДИТЕРСКИЕ ИЗДЕЛИЯ	57,9	38,8	↓ -33%	1,4%	1,2%	↓ -17%	14	16	▼ - 2
17 СТРОИТЕЛЬСТВО И РЕМОНТ	57,8	38,6	↓ -33%	1,4%	1,2%	↓ -17%	15	17	▼ - 2
18 ОБРАЗОВАНИЕ И РАБОТА	59,5	36,8	↓ -38%	1,5%	1,1%	↓ -23%	13	18	▼ - 5
19 КОСМЕТИКА	12,7	27,5	↑ 117%	0,3%	0,8%	↑ 168%	31	19	▲ 12
20 ОТДЕЛОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ	29,9	22,8	↓ -24%	0,7%	0,7%	↓ -6%	21	20	▲ 1



Основные рекламодатели: затраты на наружную рекламу

	Затраты млн.грн.			Доля			Позиция		
	2019	2020		2019	2020		2019	2020	
1 SPORT LIFE ФИТНЕС КЛУБ	97,6	93,7	↓ -4%	2%	3%	↑ 19%	1	1	▬ 0
2 СЛУГА НАРОДА ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПАРТИ	10,2	85,2	↑ 735%	0%	3%	↑ 934%	57	2	▲ 55
3 ЗА БУДУЩЕЕ ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ		65,4	не активен		2%	не активен		3	не активен
4 FOZZY GROUP	55,3	50,1	↓ -9%	1%	2%	↑ 12%	2	4	▼ -2
5 РИЭЛ СТРОИТЕЛЬНАЯ КОМПАНИЯ	52,9	44,8	↓ -15%	1%	1%	↑ 5%	3	5	▼ -2
6 METRO CASH&CARRY UKRAINE LTD.	39,1	40,8	↑ 4%	1%	1%	↑ 29%	8	6	▲ 2
7 ЕВРОПЕЙСКАЯ СОЛИДАРНОСТЬ ПОЛИ	20,5	38,1	↑ 86%	1%	1%	↑ 130%	21	7	▲ 14
8 ЭПИЦЕНТР К КОМПАНИЯ	42,2	34,5	↓ -18%	1%	1%	↑ 1%	5	8	▼ -3
9 MCDONALD'S	19,18	32,7	↑ 71%	0%	1%	↑ 111%	27	9	▲ 18
10 АЛЬФА-БАНК	22,5	30,7	↑ 36%	1%	1%	↑ 69%	19	10	▲ 9
11 RST АВТОБАЗАР-АВТОРЫНОК	0,48	29,9	↑ 6137%	0%	1%	↑ 7627%	1092	11	▲ 1081
12 ЛАЙФСЕЛЛ ООО	20,47	26,4	↑ 29%	1%	1%	↑ 60%	22	12	▲ 10
13 АШАН ГИПЕРМАРКЕТ	33,5	24,8	↓ -26%	1%	1%	↓ -8%	10	13	▼ -3
14 ИНТЕРГАЛ-БУД КОМПАНИЯ	41,5	23,8	↓ -43%	1%	1%	↓ -29%	7	14	▼ -7
15 NESTLE	42	23,2	↓ -45%	1%	1%	↓ -31%	6	15	▼ -9
16 ЯКОБЗ УКРАИНА	24,7	23,2	↓ -6%	1%	1%	↑ 16%	15	16	▼ -1
17 ПРОПОЗИЦИЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ		23,2	не активен		1%	не активен		17	не активен
18 ОППОЗИЦИОННАЯ ПЛАТФОРМА-ЗА ЖИ	19	23,1	↑ 22%	0%	1%	↑ 51%	29	18	▲ 11
19 ПОБЕДА ПАЛЬЧЕВСКОГО ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ		23,0	не активен		1%	не активен		19	не активен
20 БАТЬКІВЩИНА ВСЕУКРАЇНСЬКЕ ОБ'Є	3,6	22,6	↑ 528%	0%	1%	↑ 678%	181	20	▲ 161





Основные торговые марки: затраты на наружную рекламу

	Затраты млн.грн.			Доля			Позиция		
	2019	2020		2019	2020		2019	2020	
1 SPORT LIFE	97,8	94,0	↓ -4%	3%	3%	↑ 16%	1	1	▬ 0
2 СЛУГА НАРОДА	10,3	85,2	↑ 727%	0%	3%	↑ 897%	52	2	▲ 50
3 ЗА БУДУЩЕЕ		65,4	не активен		2%	не активен		3	не активен
4 METRO CASH&CARRY	39	40,6	↑ 4%	1%	1%	↑ 25%	4	4	▬ 0
5 ЕВРОПЕЙСКАЯ СОЛИДАРНОСТЬ	20,1	38,1	↑ 90%	1%	1%	↑ 129%	16	5	▲ 11
6 СИЛЬПО	27,1	36,0	↑ 33%	1%	1%	↑ 60%	8	6	▲ 2
7 АЛЬФА-БАНК	22,5	30,7	↑ 36%	1%	1%	↑ 64%	13	7	▲ 6
8 RST	0,48	29,9	↑ 6137%	0%	1%	↑ 7422%	1202	8	▲ 1194
9 ЭПИЦЕНТР	74	28,4	↓ -62%	2%	1%	↓ -54%	2	9	▼ -7
10 LIFECELL	20,5	26,4	↑ 29%	1%	1%	↑ 55%	15	10	▲ 5
11 MCDONALD'S	16	26,4	↑ 65%	0%	1%	↑ 99%	27	11	▲ 16
12 АШАН	32,9	24,3	↓ -26%	1%	1%	↓ -11%	6	12	▼ -6
13 JACOBS (ЯКОБЗ УКРАИНА)	24,7	23,2	↓ -6%	1%	1%	↑ 13%	10	13	▼ -3
14 ПРОПОЗИЦИЯ		23,2	не активен		1%	не активен		14	не активен
15 ПОБЕДА ПАЛЬЧЕВСКОГО		23,0	не активен		1%	не активен		15	не активен
16 ОППОЗИЦИОННАЯ ПЛАТФОРМА-ЗА ЖИЗНЬ	18,3	22,9	↑ 25%	0%	1%	↑ 51%	21	16	▲ 5
17 БАТЬКІВЩИНА ВО	3,61	22,5	↑ 524%	0%	1%	↑ 653%	184	17	▲ 167
18 VODAFONE	48,6	17,8	↓ -63%	1%	1%	↓ -56%	3	18	▼ -15
19 НАШ КРАЙ ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ	0,46	17,7	↑ 3746%	0%	1%	↑ 4538%	1233	19	▲ 1214
20 УКРАИНА 24 ТЕЛЕКАНАЛ		17,0	не активен		1%	не активен		20	не активен

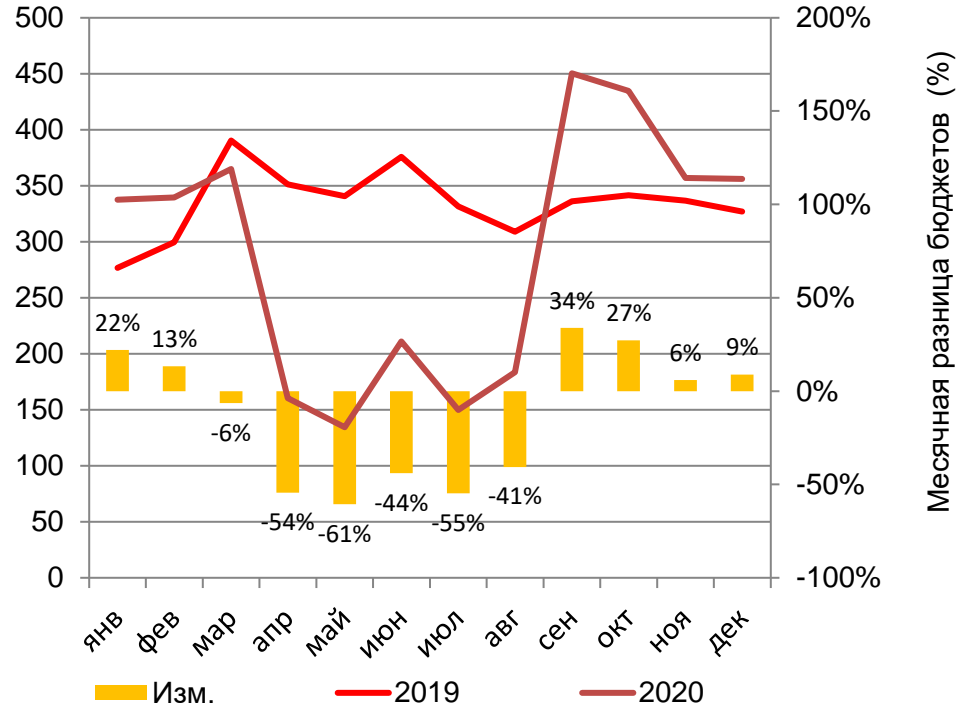




Сезонность затрат в наружной рекламе

	Затраты в млн. грн.		
	2019	2020	Изм.
янв	276,6	337,5	↑ 22%
фев	299,5	339,4	↑ 13%
мар	390,3	365,0	↓ -6%
апр	351,4	160,5	↓ -54%
май	340,5	134,3	↓ -61%
июн	375,9	210,9	↓ -44%
июл	331,6	149,9	↓ -55%
авг	309,0	183,5	↓ -41%
сен	336,2	450,3	↑ 34%
окт	341,6	434,7	↑ 27%
ноя	336,8	356,9	↑ 6%
дек	327,1	356,2	↑ 9%

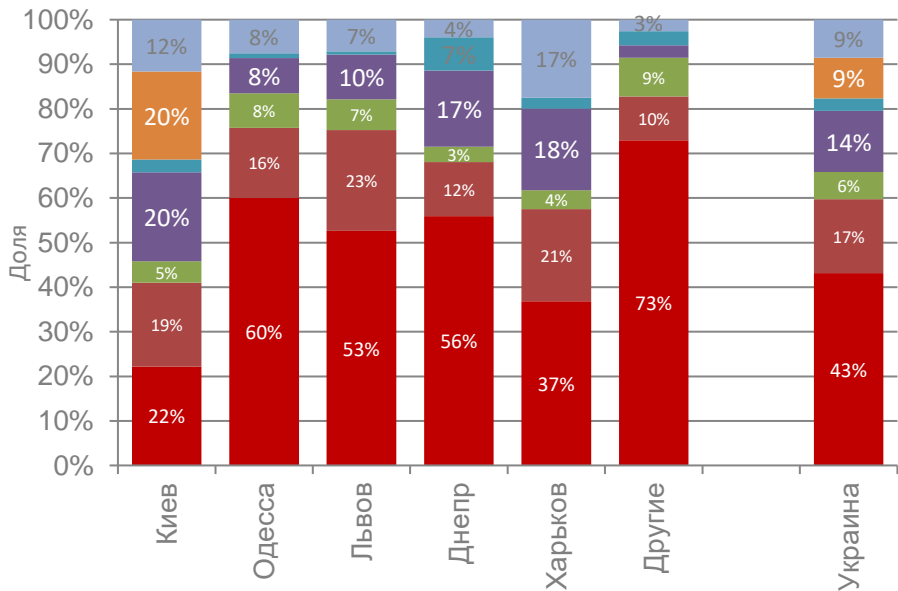
Месячная динамика бюджетов (млн. грн.)



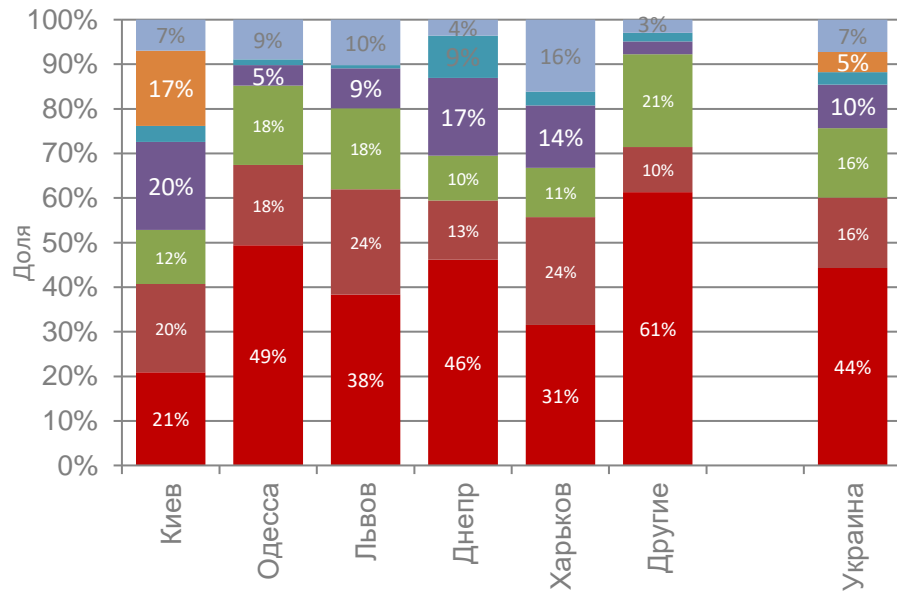


Распределение проданных рекламных поверхностей по основным городам Украины

Бюджет



Количество



Щит Призма Сити-лайт Скролл Бэклайт Ц_панель Другие

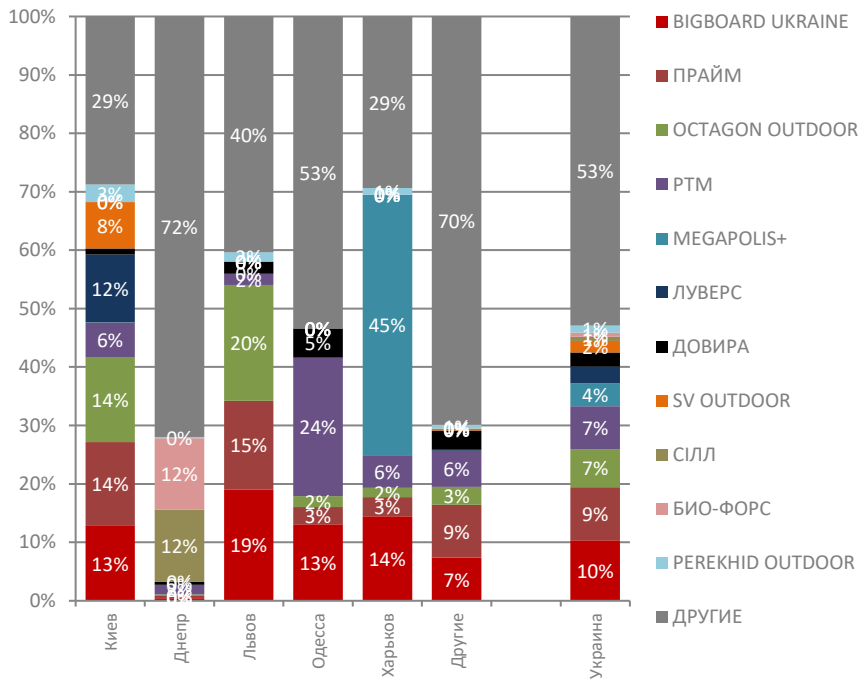
Щит Призма Сити-лайт Скролл Бэклайт Ц_панель Другие



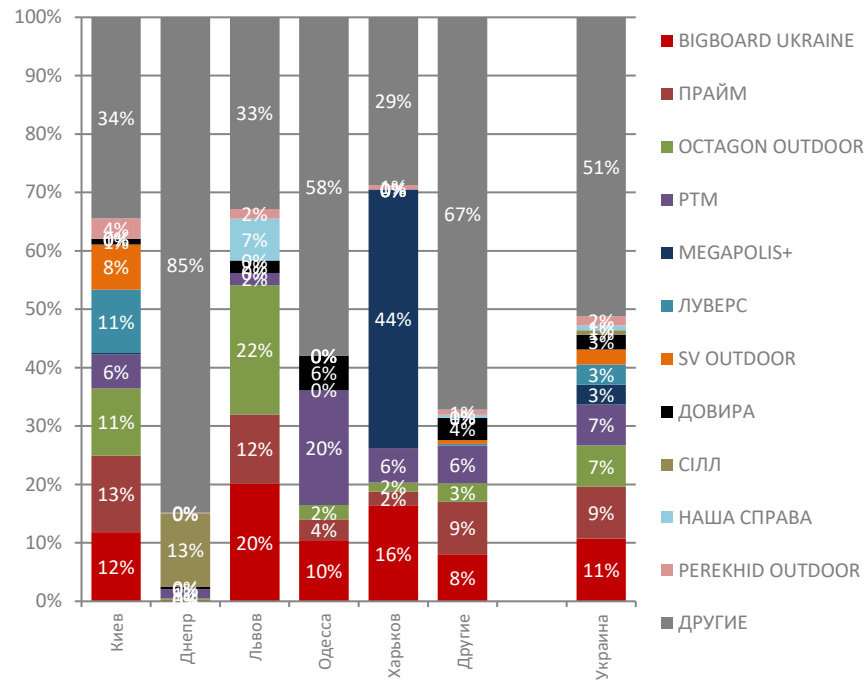


Распределение рекламных поверхностей по основным операторам Украины. Все носители кроме цифровых

Количество



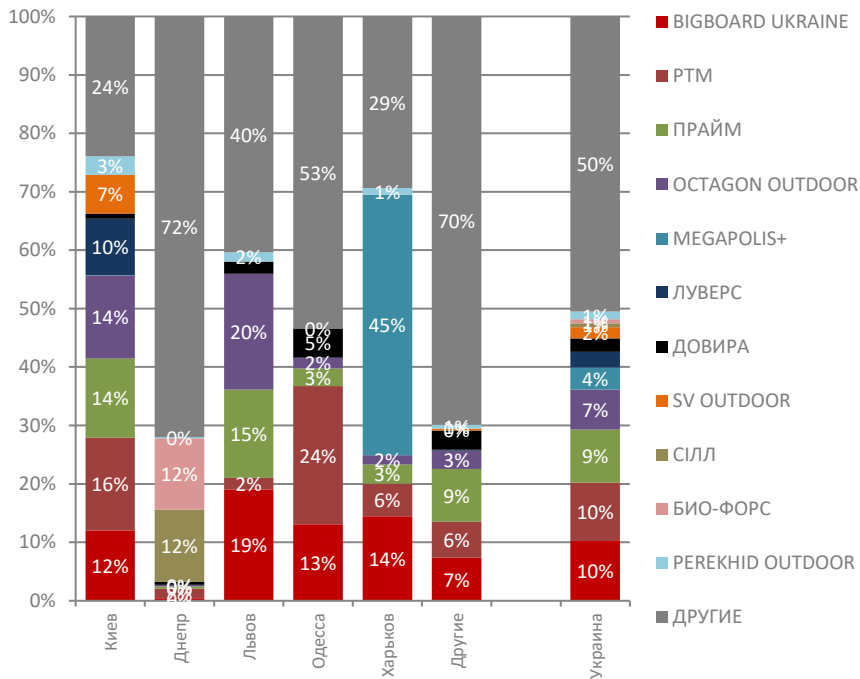
Контакты



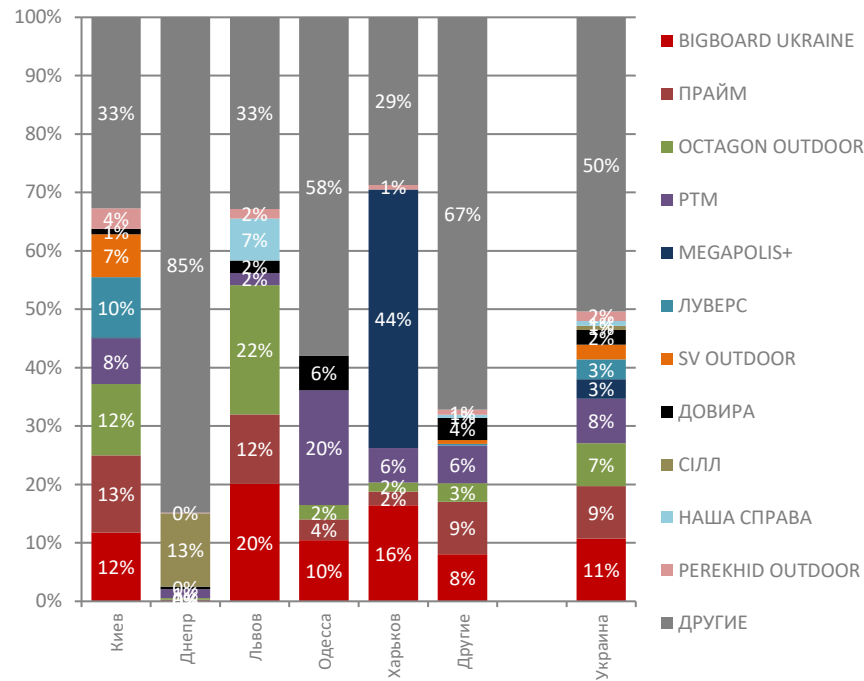


Распределение рекламных поверхностей по основным операторам Украины. Все носители

Количество



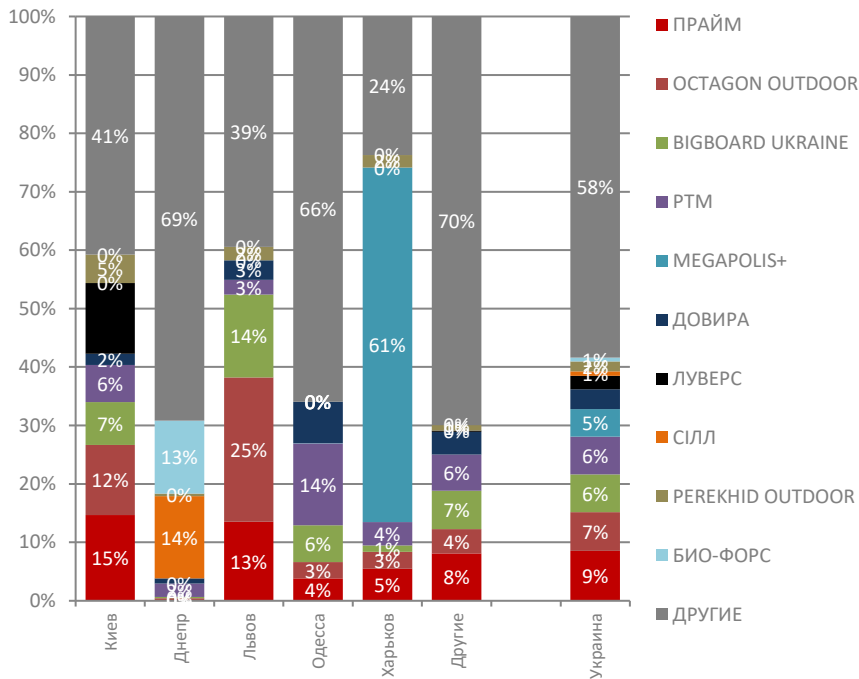
Контакты



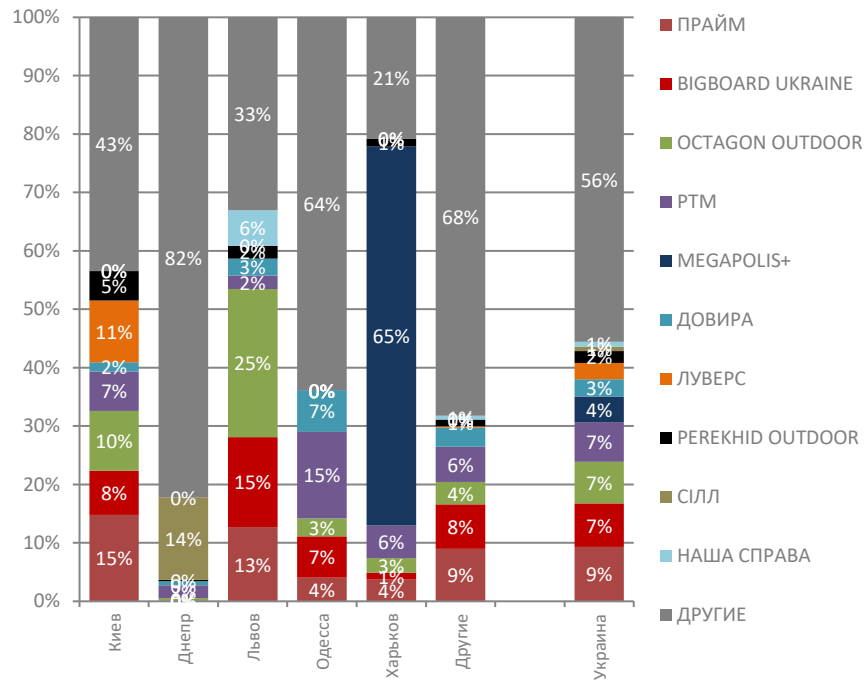


Распределение рекламных поверхностей по основным операторам Украины. 6x3

Количество



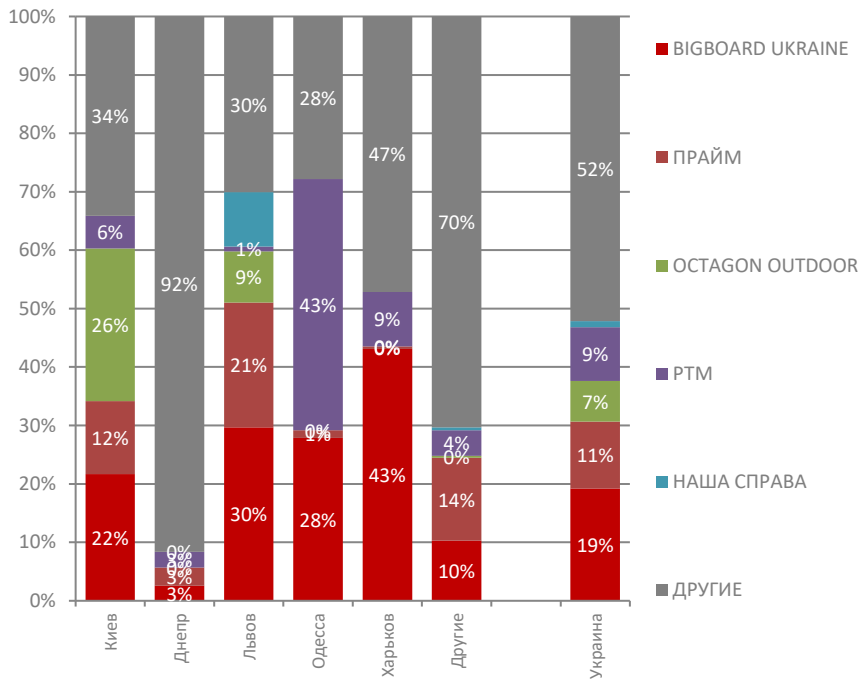
Контакты



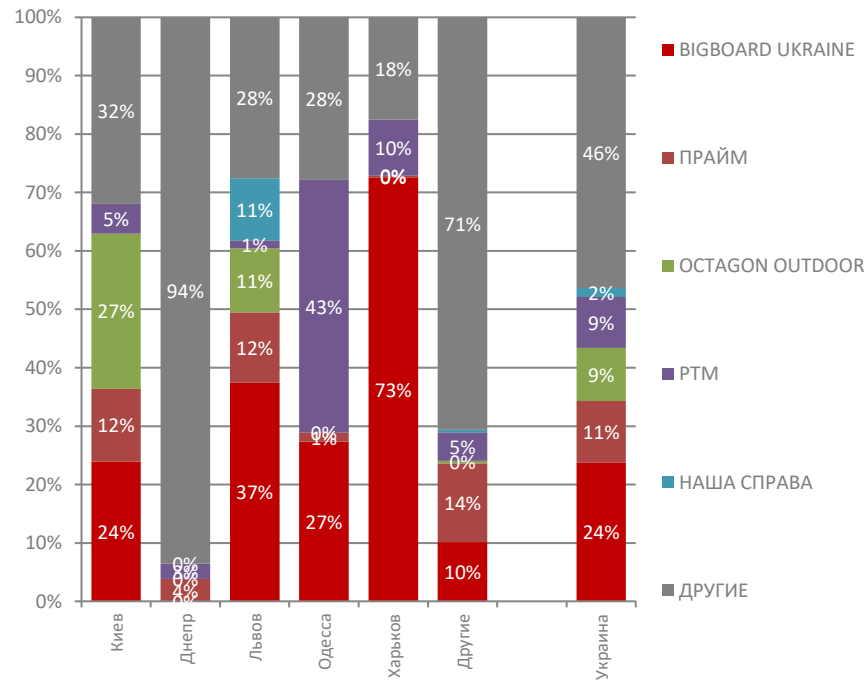


Распределение рекламных поверхностей по основным операторам Украины. 1,2x1,8. Топ-5

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: 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!

