



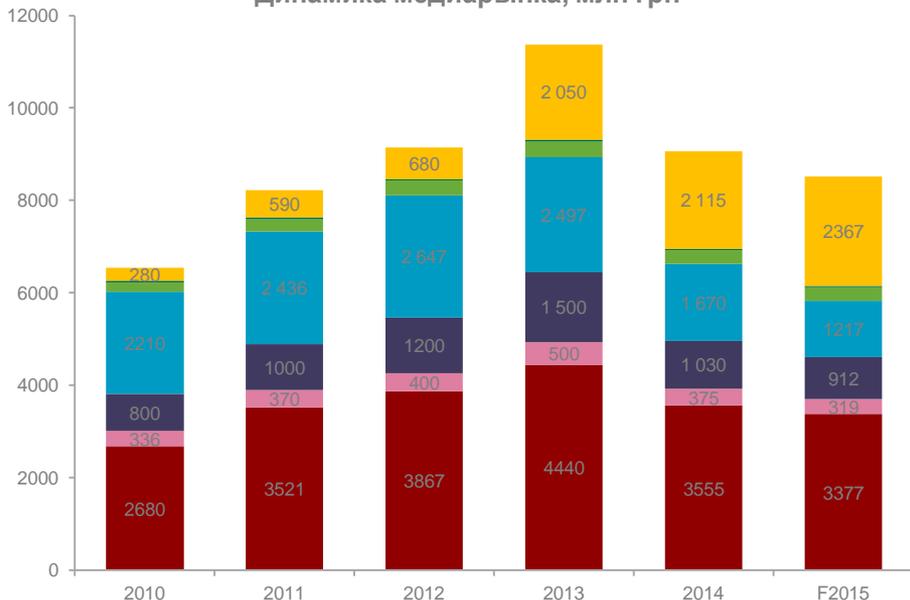
Наружная реклама в Украине

в первой половине
2015 года

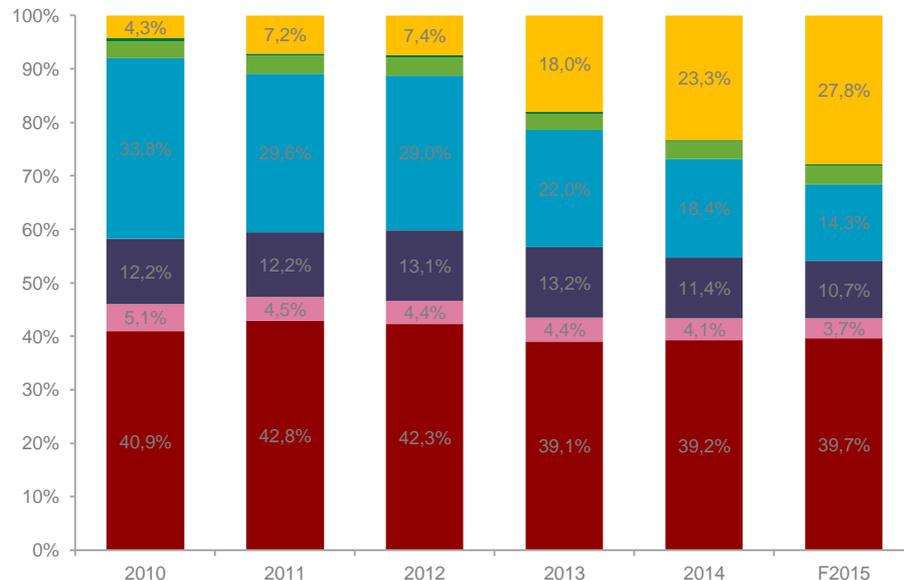


Динамика медиарынка

Динамика медиарынка, млн грн



Динамика медиарынка, %



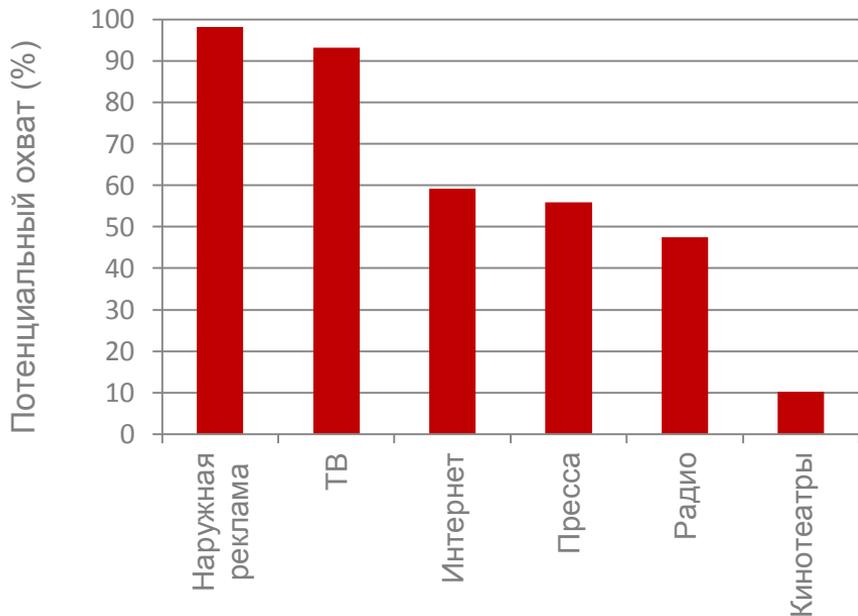
■ TV ■ TV Sponsropship ■ OOH ■ Print ■ Radio ■ Cinema ■ Internet

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





Проникновение



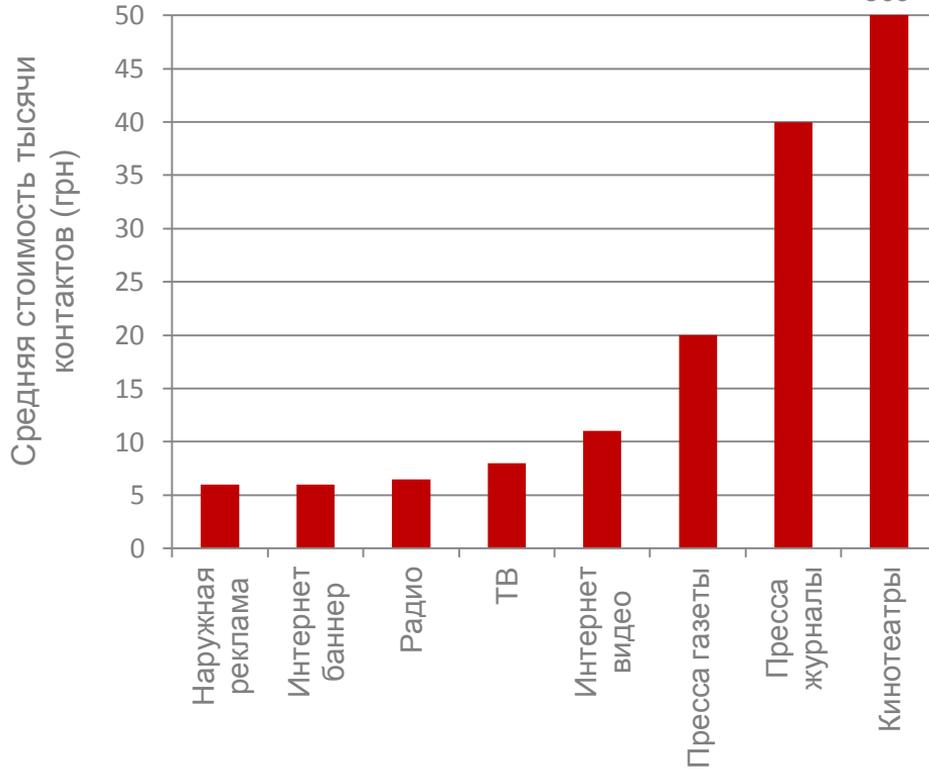
- Наружная реклама и ТВ – медиаканалы, самые доступные для аудитории
- Позиции Интернет сильны по молодежным аудиториям. По общей аудитории – охват на уровне 60%





Средняя стоимость тысячи контактов медиа

цена за 1 тыс. контактов

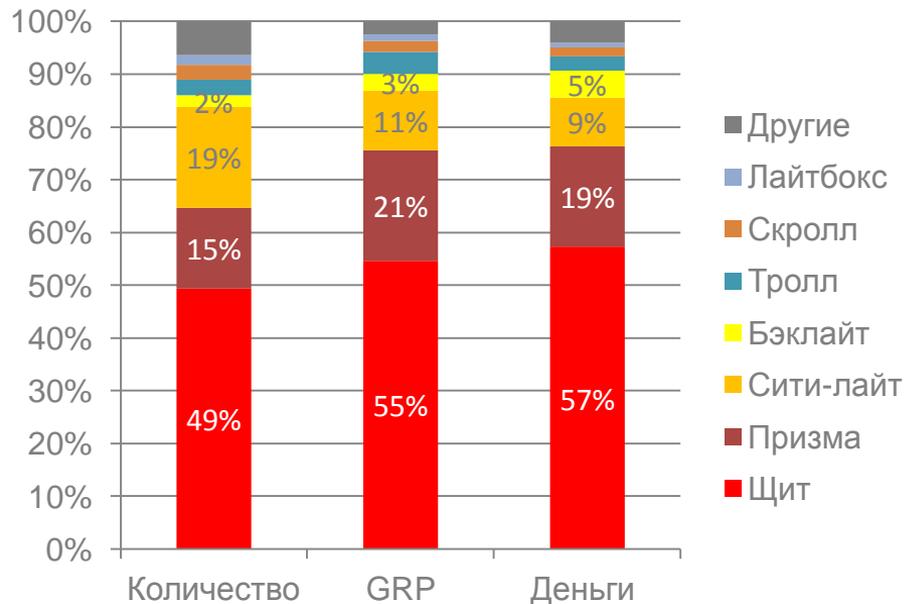


- Наружная реклама, интернет и радио – наиболее дешевые с точки зрения цены за контакт медиа для широкой аудитории





Доли основных форматов по итогам первого полугодия 2015 года



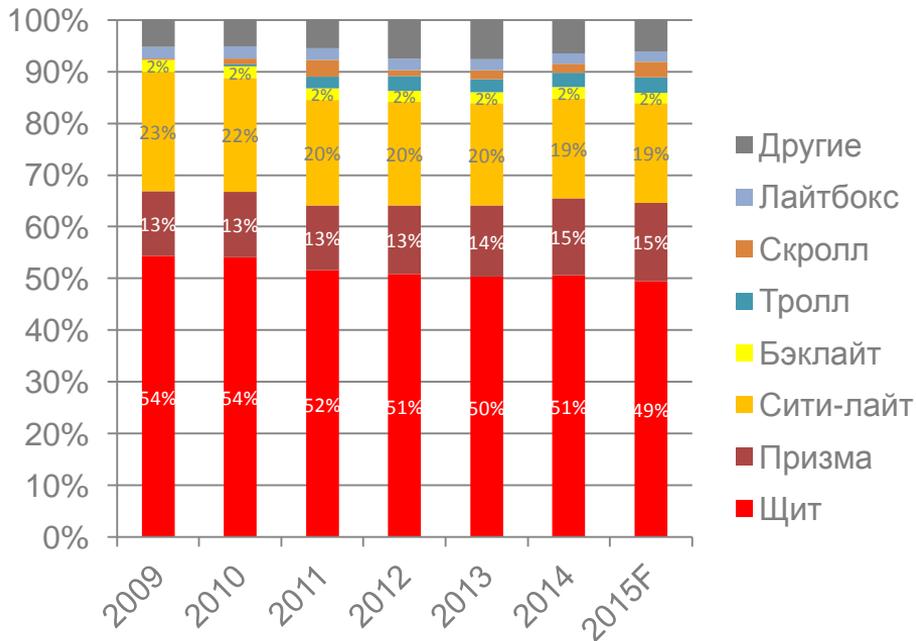
- Щитовые конструкции – основной формат для украинского рынка
- Сити-лайт – второй в количественном выражении. Отстает от призм при пересчете контактов из-за сосредоточения в отделении от транспортных потоков и меньшей площади



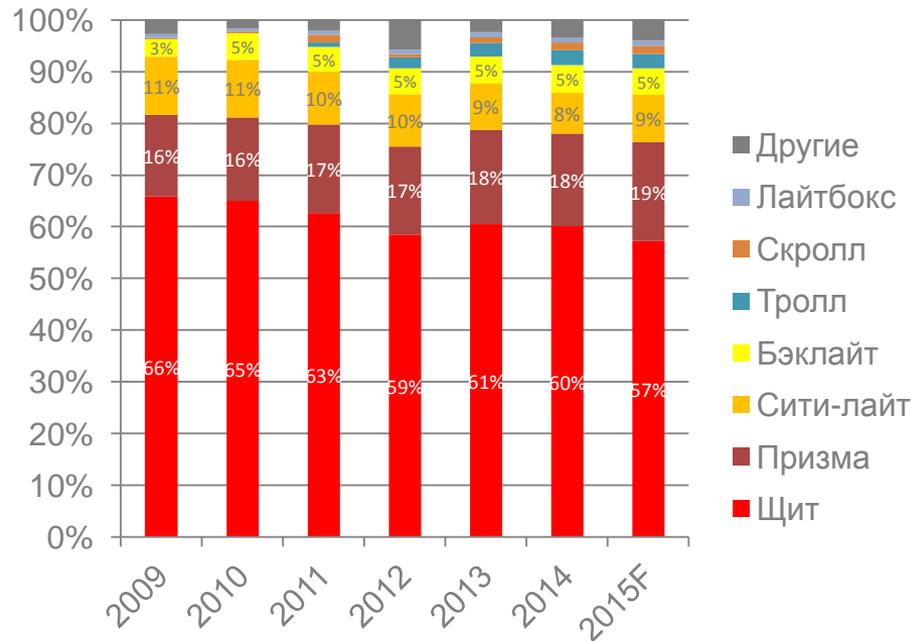


Динамика роста доли рекламных поверхностей

Количество



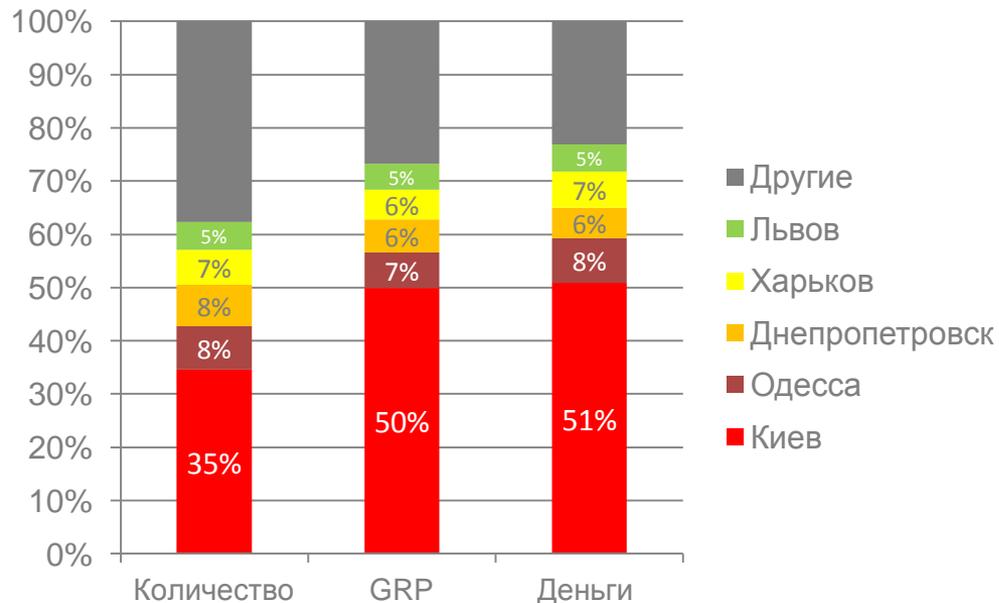
Бюджет





Доли основных городов по итогам первого полугодия 2015 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





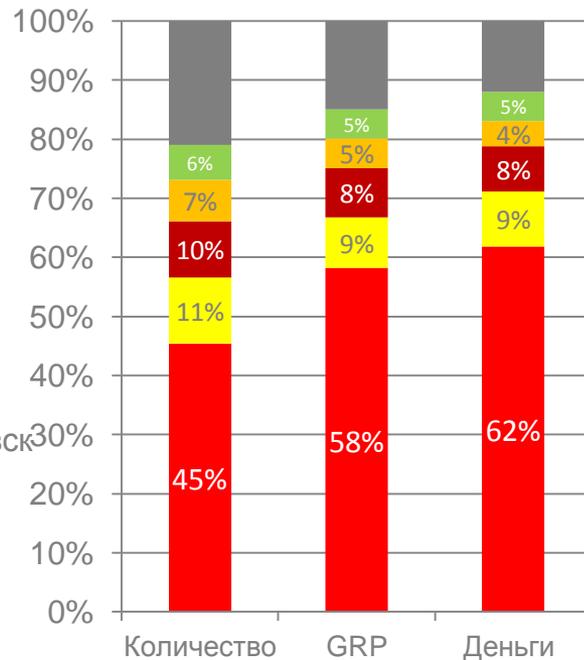
Доли основных городов по итогам первого полугодия 2015 года. Основные форматы

Щит



- Другие
- Харьков
- Львов
- Одесса
- Днепропетровск
- Киев

Призма



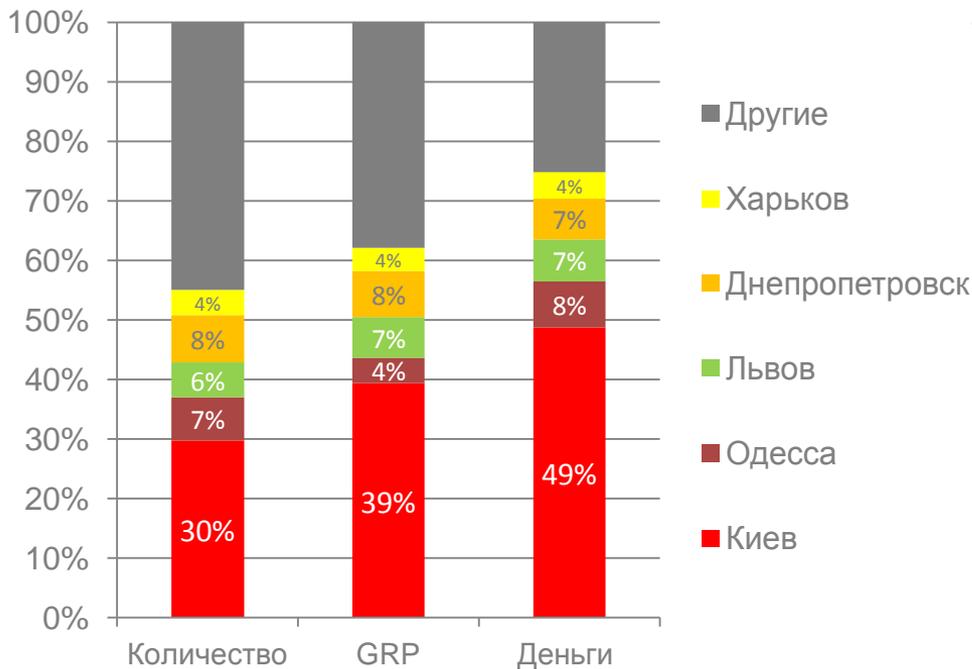
- Другие
- Львов
- Днепропетровск
- Одесса
- Харьков
- Киев



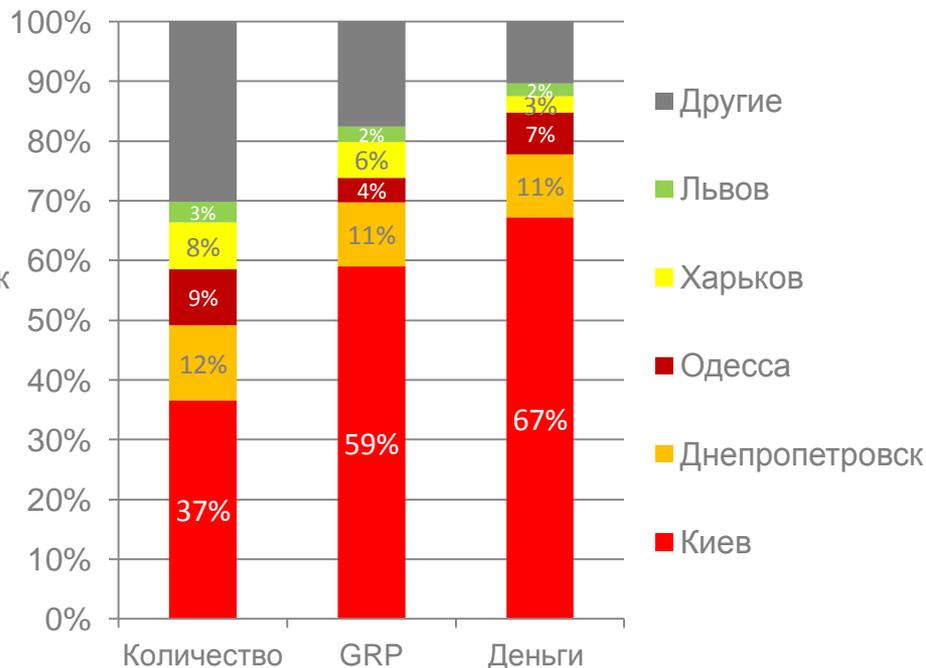


Доли основных городов по итогам первого полугодия 2015 года. Основные форматы

Сити-лайт



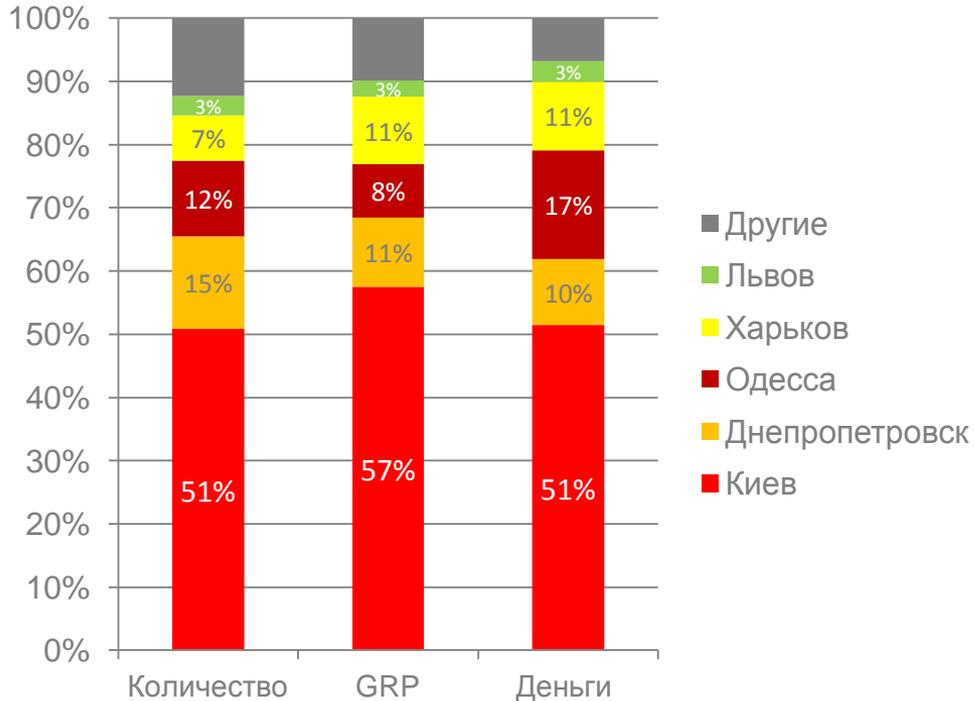
Бэклайт





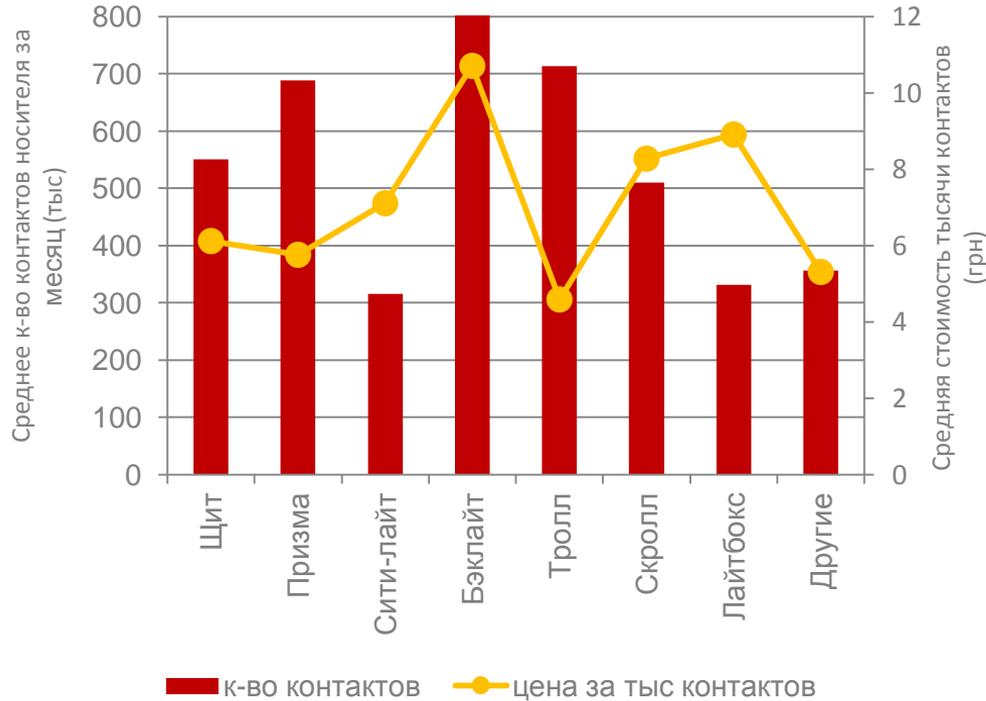
Доли основных городов по итогам первого полугодия 2015 года. Основные форматы

Скролл





Средняя стоимость тысячи контактов носителей



- Каждый носитель генерирует количество контактов, эквивалентное населению среднего города
- С точки зрения стоимости контакта, наиболее эффективными являются щиты/призмы и троллы





Товарные группы: затраты на наружную рекламу

	Бюджет, тыс. грн			Доля			Позиция		
	2014	2015	Изм	2014	2015	Изм	2014	2015	Изм
Торговля	169756	140076	↓ -17%	27%	25%	↓ -1,4%	1	1	→ 0
Недвижимость	46802	66684	↑ 42%	7%	12%	↑ 4,7%	3	2	↑ 1
Развлечения	39236	49161	↑ 25%	6%	9%	↑ 2,7%	5	3	↑ 2
Связь	37131	32581	↓ -12%	6%	6%	→ 0,1%	6	4	↑ 2
Автотранспорт	48235	30585	↓ -37%	8%	6%	↓ -2,1%	2	5	↓ -3
Финансы	24167	25816	→ 7%	4%	5%	→ 0,9%	8	6	↑ 2
Средства массовой информации	25622	20520	↓ -20%	4%	4%	→ -0,3%	7	7	→ 0
Рестораны и досуг	20754	17432	↓ -16%	3%	3%	→ -0,1%	10	8	↑ 2
Социальная реклама	44458	15599	↓ -65%	7%	3%	↓ -4,2%	4	9	↓ -5
Спорт	22881	15049	↓ -34%	4%	3%	→ -0,9%	9	10	↓ -1
Медицина	12572	13215	→ 5%	2%	2%	→ 0,4%	14	11	↑ 3
Алкогольные напитки	13458	11886	↓ -12%	2%	2%	→ 0,0%	13	12	↑ 1
Безалкогольные напитки	17889	11306	↓ -37%	3%	2%	→ -0,8%	11	13	↓ -2
Продовольственные товары	14918	10357	↓ -31%	2%	2%	→ -0,5%	12	14	↓ -2
Туризм	5534	9578	↑ 73%	1%	2%	→ 0,9%	20	15	↑ 5
Строительство и ремонт	7682	9187	↑ 20%	1%	2%	→ 0,5%	17	16	↑ 1
Бытовая техника	2405	7459	↑ 210%	0%	1%	→ 1,0%	29	17	↑ 12
Компьютерная техника	11139	5671	↓ -49%	2%	1%	→ -0,7%	15	18	↓ -3
Кондитерские изделия	10163	5438	↓ -46%	2%	1%	→ -0,6%	16	19	↓ -3
Отделочные материалы	5778	5293	→ -8%	1%	1%	→ 0,0%	19	20	↓ -1
Всего	636131	553218	↓ -13%						





Основные рекламодатели: затраты на наружную рекламу

	Бюджет, тыс. грн			Доля			Позиция		
	2014	2015	Изм	2014	2015	Изм	2014	2015	Изм
Fozzy Group	10 426	11 086	➔ 6%	2%	2%	➔ 0,4%	2	1	↑ 1
Эпицентр К	8 554	9 609	↑ 12%	1%	2%	➔ 0,4%	5	2	↑ 3
Sport Life фитнес клуб	12 109	9 593	↓ -21%	2%	2%	↓ -0,2%	1	3	↓ -2
MTC	8 537	9 018	➔ 6%	1%	2%	➔ 0,3%	6	4	↑ 2
Samsung Electronics	3 124	7 762	↑ 148%	0%	1%	↑ 0,9%	34	5	↑ 29
Алло фирма	8 869	7 754	↓ -13%	1%	1%	➔ 0,0%	3	6	↓ -3
К.А.Н. Девелопмент	4 386	7 247	↑ 65%	1%	1%	↑ 0,6%	15	7	↑ 8
Киевстар GSM	7 112	7 206	➔ 1%	1%	1%	➔ 0,2%	9	8	↑ 1
Приват банк	3 365	6 956	↑ 107%	1%	1%	↑ 0,7%	30	9	↑ 21
Карлсберг Украина	4 368	6 244	↑ 43%	1%	1%	➔ 0,4%	16	10	↑ 6
Энергополь-Украина	3 663	6 036	↑ 65%	1%	1%	↑ 0,5%	25	11	↑ 14
Comfy сеть магазинов бытовой техники	6 822	5 892	↓ -14%	1%	1%	↓ 0,0%	10	12	↓ -2
Астелит компания	8 860	5 777	↓ -35%	1%	1%	↓ -0,3%	4	13	↓ -9
Metro Cash&Carry Ukraine Ltd.	1 226	5 112	↑ 317%	0%	1%	↑ 0,7%	87	14	↑ 73
Фокстрот сеть магазинов	8 082	4 495	↓ -44%	1%	1%	↓ -0,5%	7	15	↓ -8
Украина Национальный Дворец	3 392	4 484	↑ 32%	1%	1%	➔ 0,3%	28	16	↑ 12
Development Creative Group	456	4 339	↑ 851%	0%	1%	↑ 0,7%	>100	17	↑ 100
City Group управляющая компания	3 128	4 257	↑ 36%	0%	1%	➔ 0,3%	33	18	↑ 15
Караван Megastore ТРЦ	4 200	4 027	➔ -4%	1%	1%	➔ 0,1%	18	19	↓ -1
Pepsico	6 328	3 972	↓ -37%	1%	1%	↓ -0,3%	11	20	↓ -9





Основные торговые марки: затраты на наружную рекламу

	Бюджет, тыс. грн			Доля			Позиция		
	2014	2015	Изм	2014	2015	Изм	2014	2015	Изм
Sport Life	12 139	9 593	↓ -21%	1,9%	2%	↓ -0,2%	1	1	→ 0
Эпицентр	8 552	9 577	↑ 12%	1,3%	2%	→ 0,4%	3	2	↑ 1
MTC	8 447	9 018	→ 7%	1,3%	2%	→ 0,3%	4	3	↑ 1
Samsung	3 124	8 080	↑ 159%	0,5%	1%	↑ 1,0%	26	4	↑ 22
Алло	8 360	7 625	→ -9%	1,3%	1%	→ 0,1%	5	5	→ 0
Киевстар GSM	7 107	7 224	→ 2%	1,1%	1%	→ 0,2%	8	6	↑ 2
Приватбанк	3 162	6 688	↑ 111%	0,5%	1%	↑ 0,7%	25	7	↑ 18
Сильпо	4 941	6 470	↑ 31%	0,8%	1%	→ 0,4%	14	8	↑ 6
Life:)	8 860	5 777	↓ -35%	1,4%	1%	↓ -0,3%	2	9	↓ -7
Комфорт Таун	2 999	5 631	↑ 88%	0,5%	1%	↑ 0,5%	27	10	↑ 17
Comfy	6 822	5 476	↓ -20%	1,1%	1%	↓ -0,1%	9	11	↓ -2
Metro Cash&Carry	1 226	5 112	↑ 317%	0,2%	1%	↑ 0,7%	85	12	↑ 73
Фокстрот	8 074	4 495	↓ -44%	1,3%	1%	↓ -0,5%	6	13	↓ -7
Караван Megastore	4 249	4 004	→ -6%	0,7%	1%	→ 0,1%	17	14	↑ 3
Leroy Merlin	7 770	3 785	↓ -51%	1,2%	1%	↓ -0,5%	7	15	↓ -8
McDonald's	3 928	3 213	↓ -18%	0,6%	1%	→ 0,0%	20	16	↑ 4
Mazda	1 834	3 102	↑ 69%	0,3%	1%	→ 0,3%	41	17	↑ 100
Pechersk Plaza	0	3 102	New	0,0%	1%	↑ 0,6%	New	18	↑ 18
Новая Почта	1 213	3 014	↑ 149%	0,2%	1%	→ 0,4%	86	19	↑ 67
Министерский	3 663	2 934	↓ -20%	0,6%	1%	↓ 0,0%	22	20	↑ 2



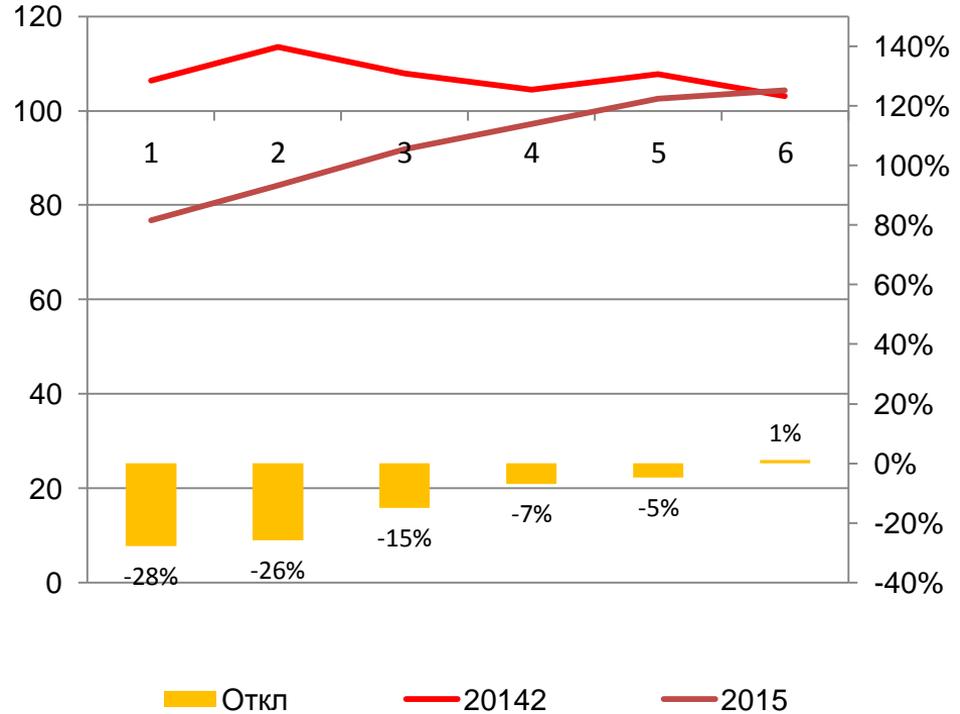


Сезонность затрат в наружной рекламе

Бюджет, млн. грн

	2014	2015	Изм
1	106,4	76,8	↓ -28%
2	113,5	84,2	↓ -26%
3	107,9	91,8	↓ -15%
4	104,4	97,2	→ -7%
5	107,7	102,6	→ -5%
6	103,1	104,3	→ 1%
1-6	636,1	553,2	↓ -13%

Месячная динамика бюджетов (млн. грн.)



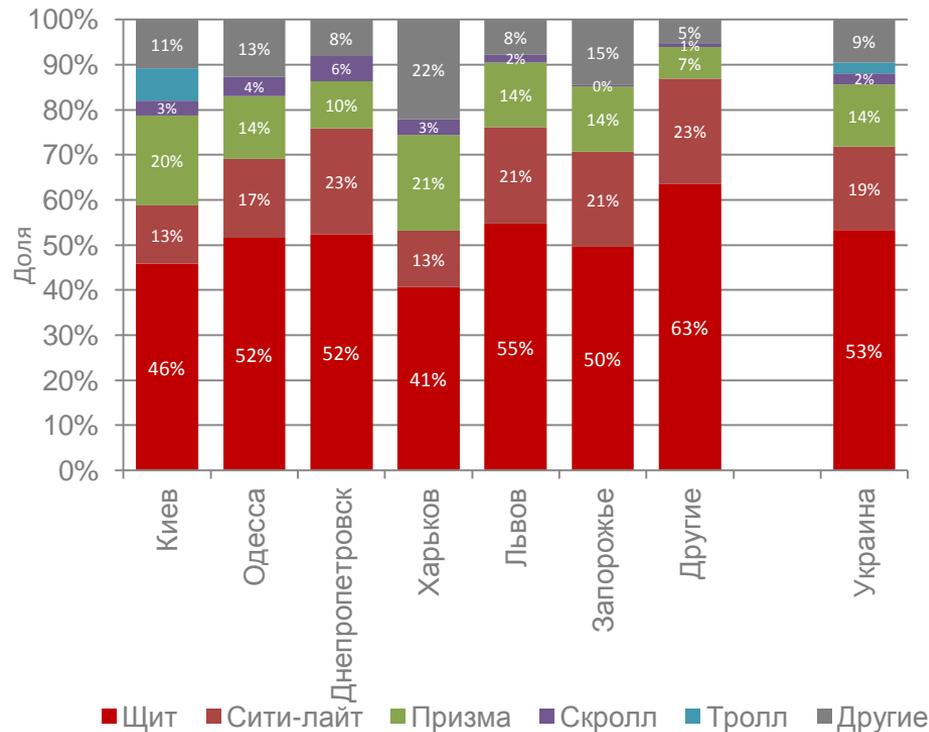
Месячная разница бюджетов (млн. грн.)



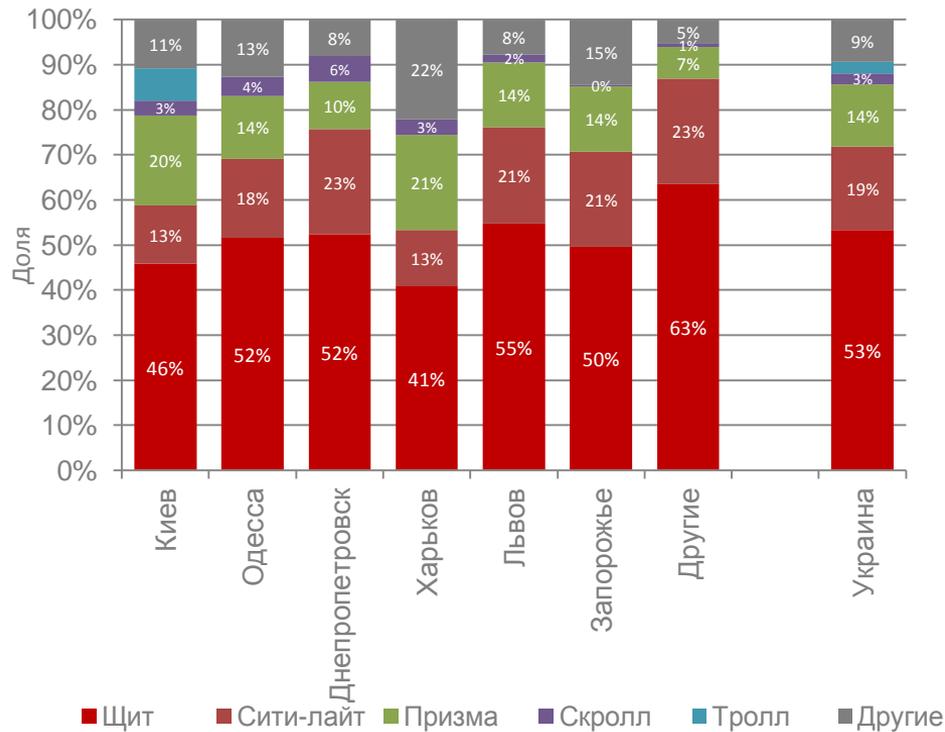


Распределение проданных рекламных поверхностей по основным городам Украины. ТОП-10

Бюджет



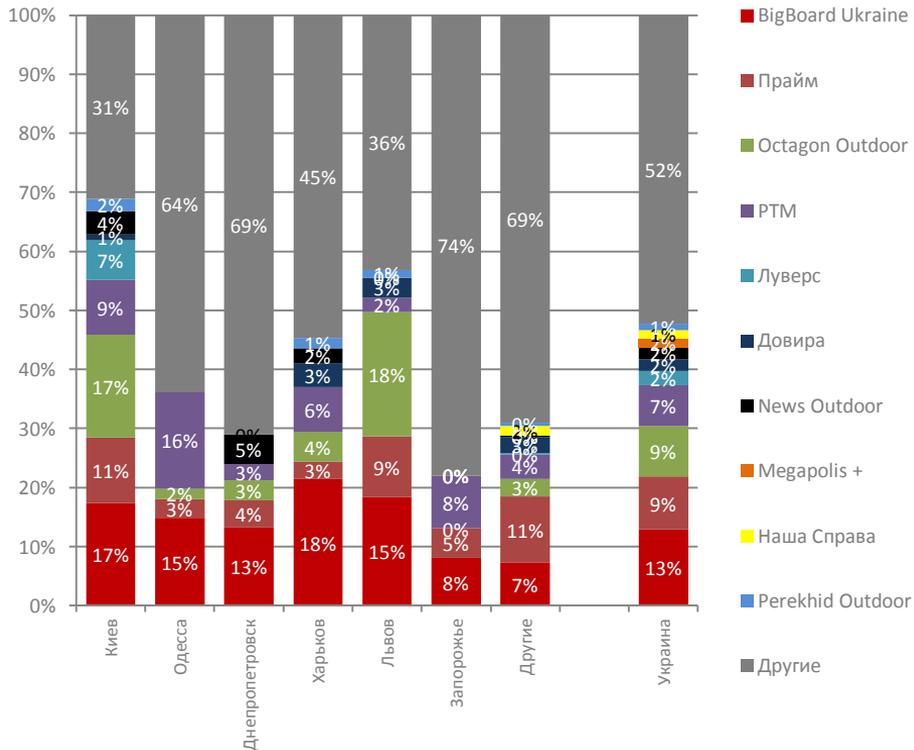
Количество



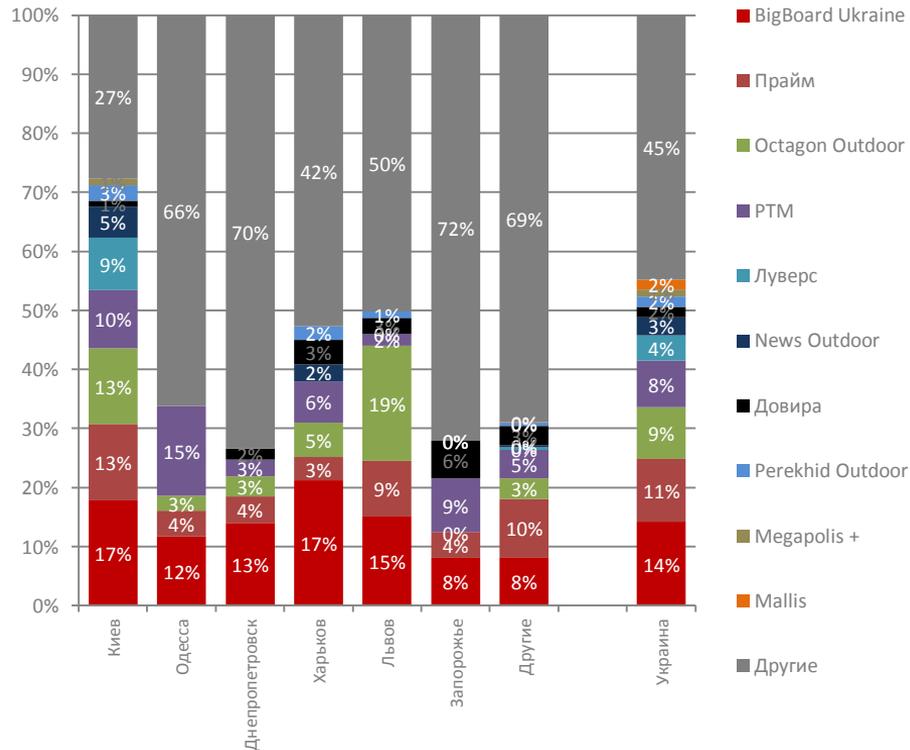


Распределение рекламных поверхностей по основным операторам Украины. Все носители. ТОП-10

Количество



Контакты

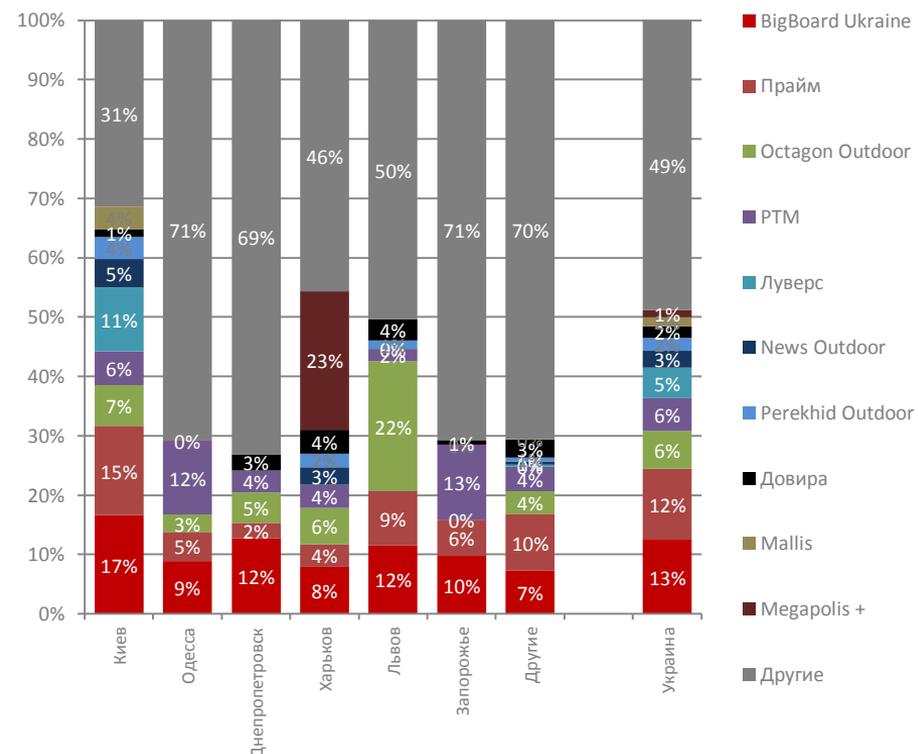
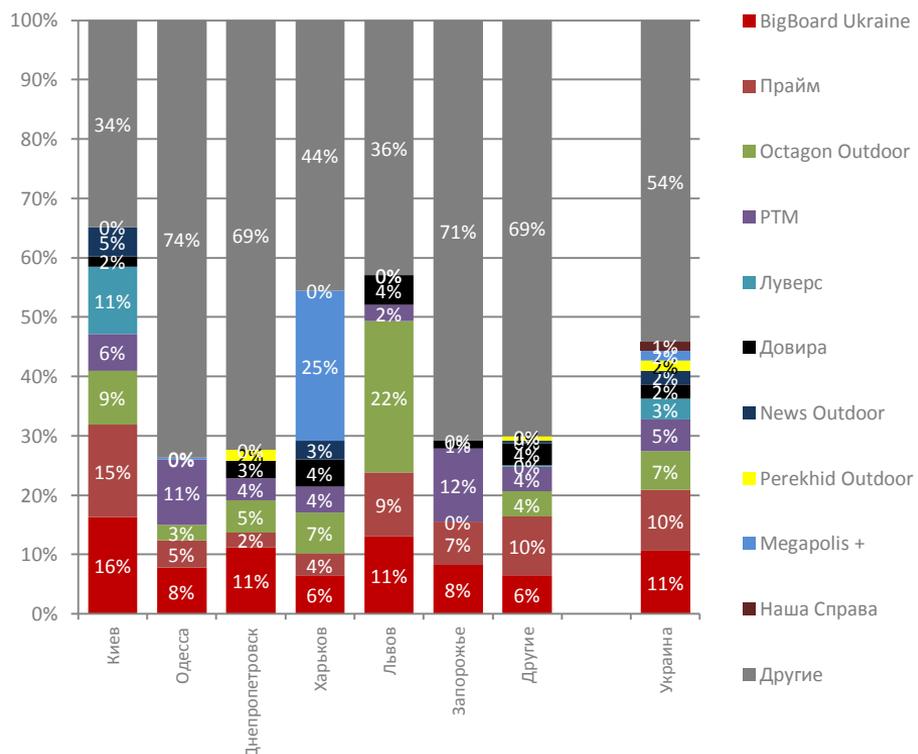




Распределение рекламных поверхностей по основным операторам Украины. 6x3

Количество

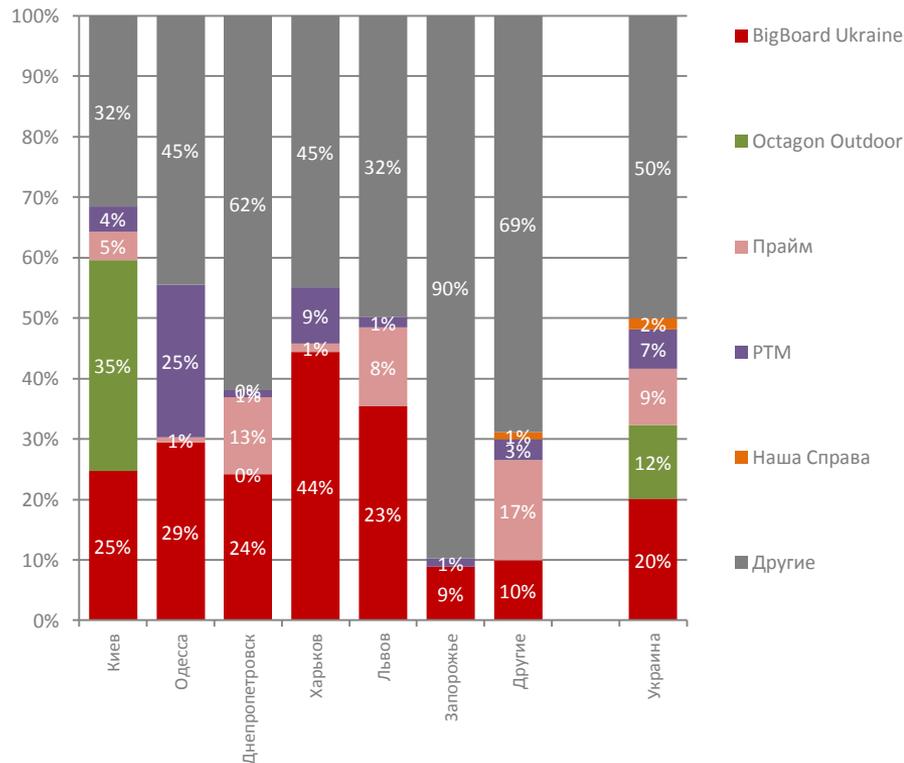
Контакты



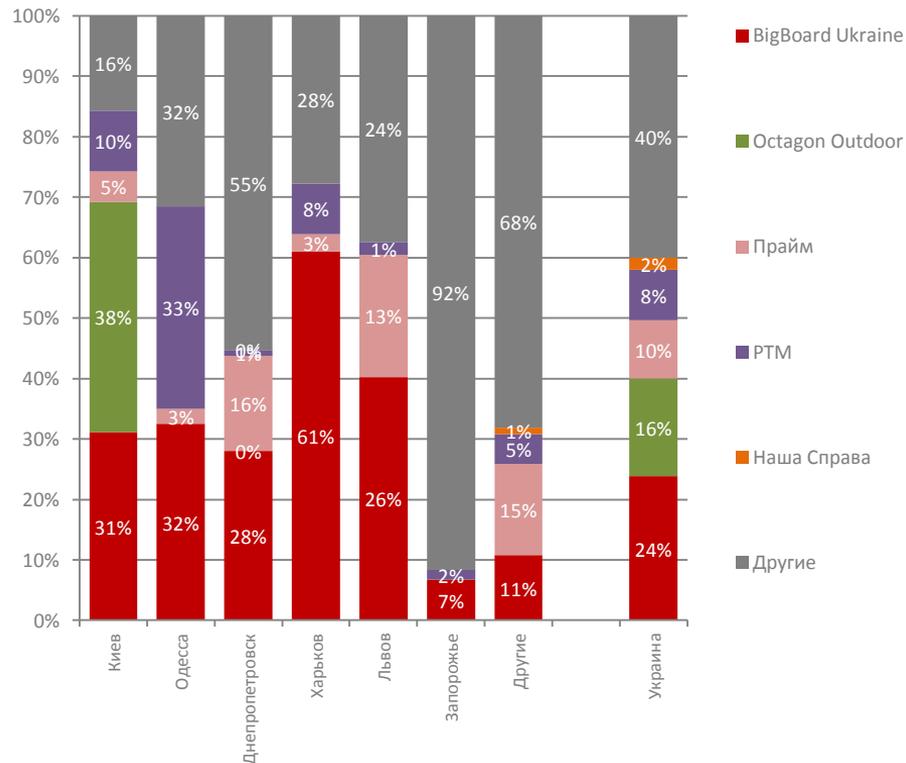


Распределение рекламных поверхностей по основным операторам Украины. 1,2x1,8. ТОП-5

Количество



Контакты





Источники данных



Doors Consulting – официальный исследователь рынка наружной рекламы.
География исследований: ТОП-25 городов, население в возрасте 18+ лет.
Периодичность: 2 раза в год.
www.doors-c.com.ua



Коммуникационный Альянс – официальный мониторинг рынка наружной рекламы.
География исследований: ТОП-30 городов, население в возрасте 18+ лет.
Периодичность: 2 раза 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!

