

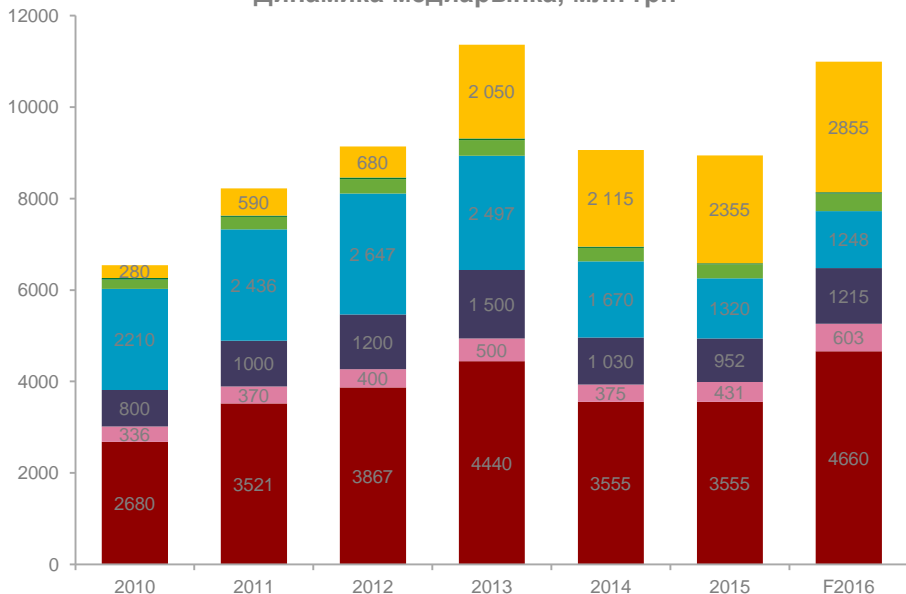
Наружная реклама Украины

в 1-й половине
2016 года

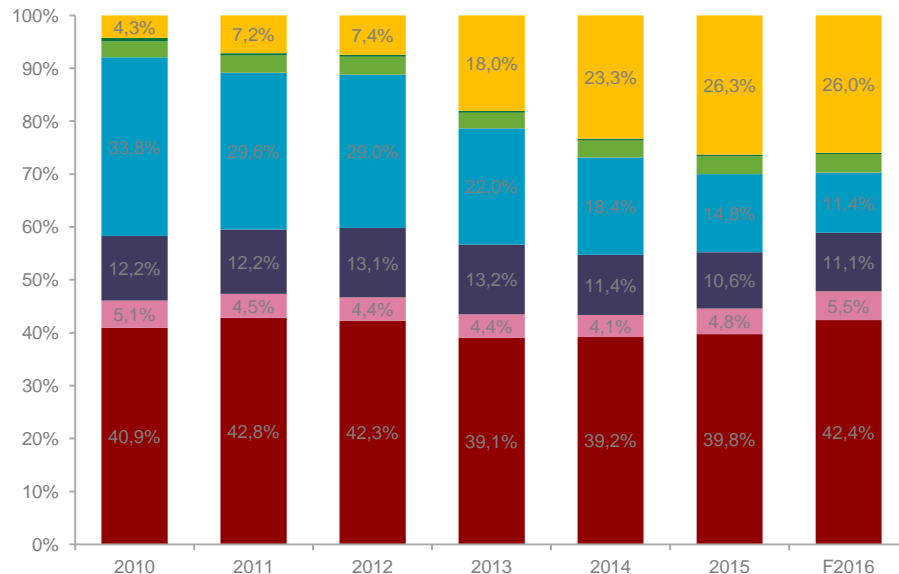


Динамика медиарынка

Динамика медиарынка, млн грн



Динамика медиарынка, %



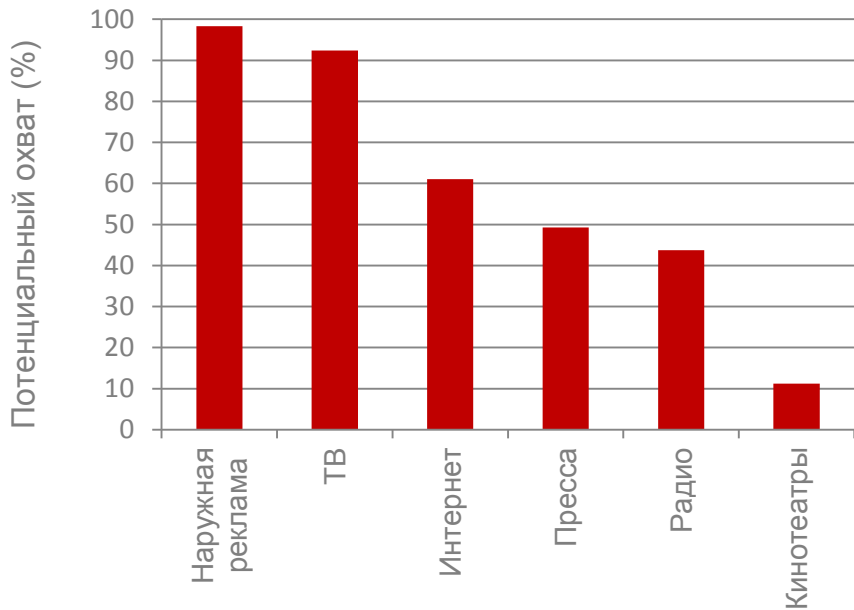
■ TV ■ TV Sponsopship ■ OOH ■ Print ■ Radio ■ Cinema ■ Internet

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





Проникновение



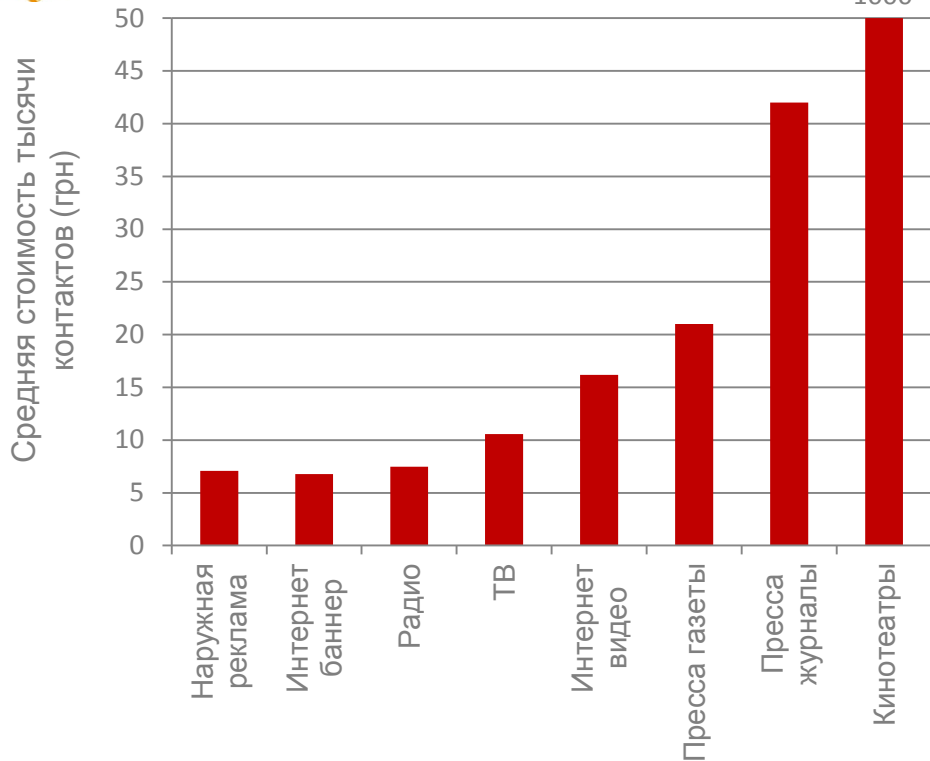
- Наружная реклама и ТВ – медиаканалы, самые доступные для аудитории
- Позиции Интернета сильны по молодежным аудиториям. По общей аудитории – охват больше 60%





Средняя стоимость тысячи контактов медиа

цена за 1 тыс. контактов

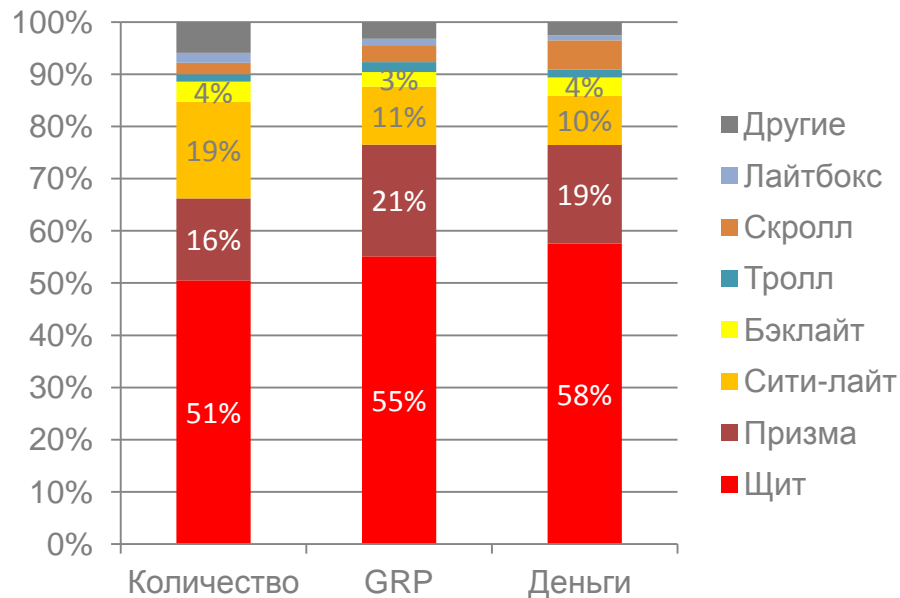


- Наружная реклама, интернет и радио – наиболее дешевые с точки зрения цены за контакт медиа для широкой аудитории





Доли основных форматов по итогам первого полугодия 2016 года



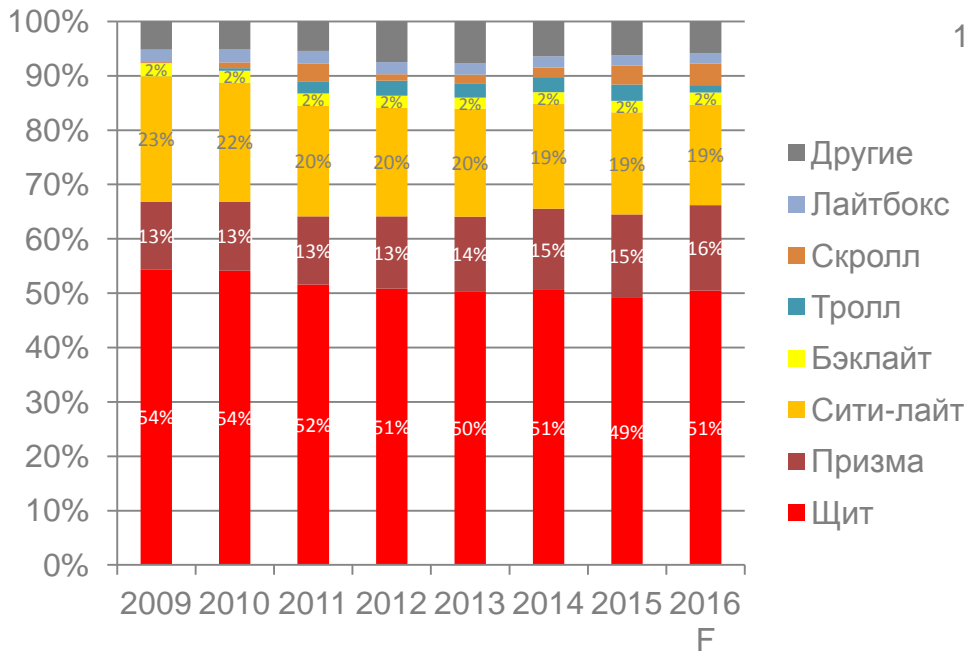
- Щитовые конструкции – основной формат для украинского рынка
- Сити-лайт – второй в количественном выражении. Отстает от призм при пересчете контактов из-за сосредоточения в отделении от транспортных потоков и меньшей площади



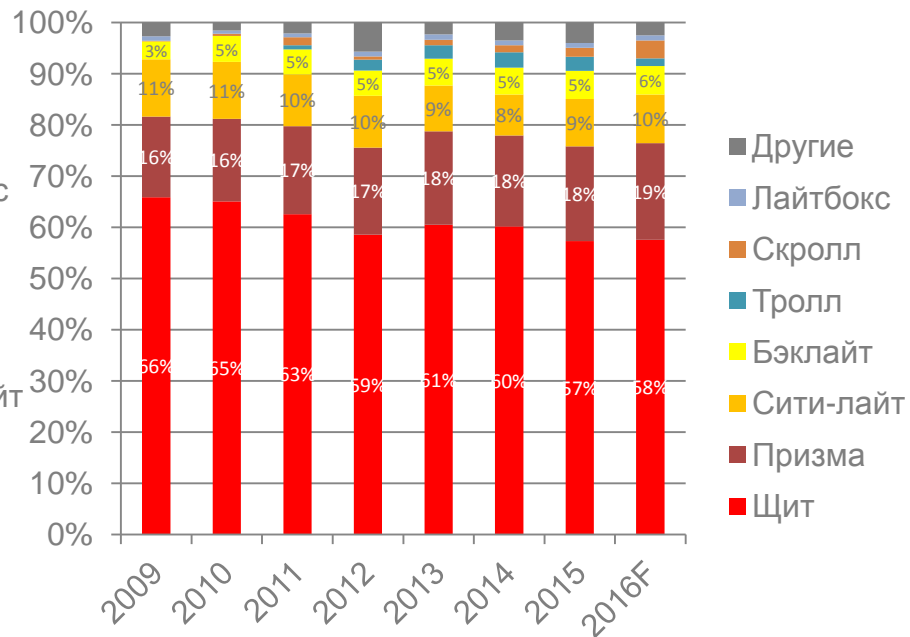


Динамика роста доли рекламных поверхностей

Количество



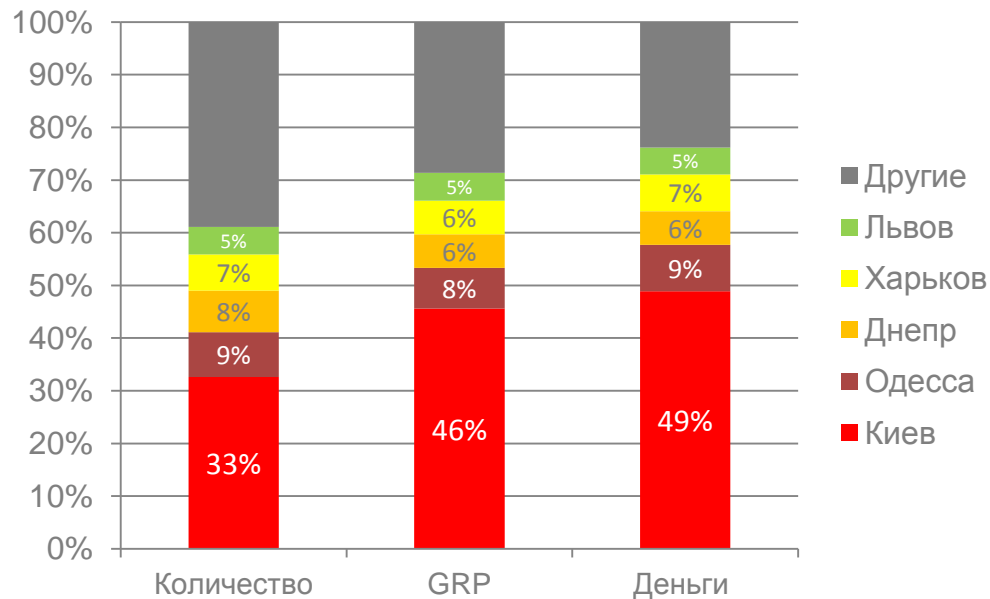
Бюджет





Доли основных городов по итогам первого полугодия 2016 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 2016 года. Основные форматы

Щит



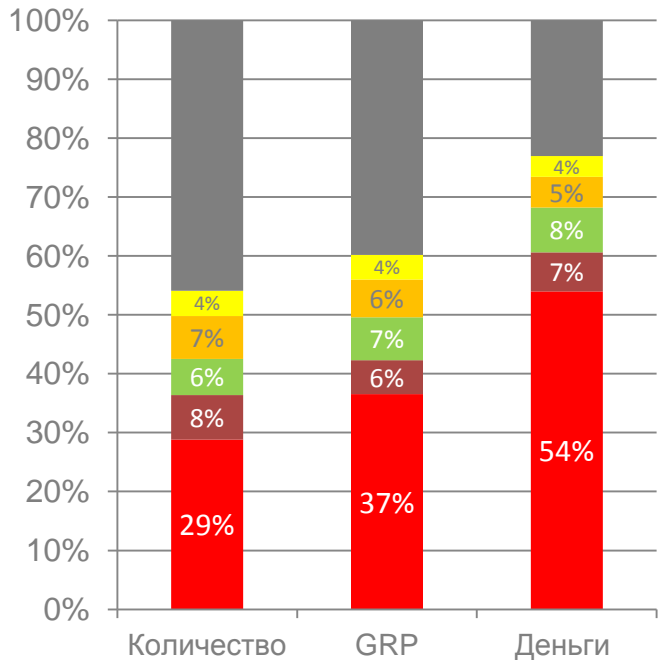
Призма



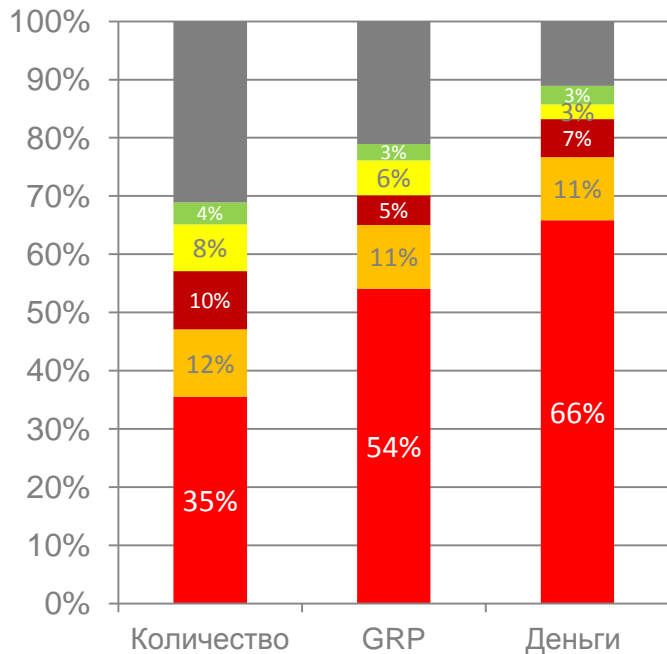


Доли основных городов по итогам первого полугодия 2016 года. Основные форматы

Сити-лайт



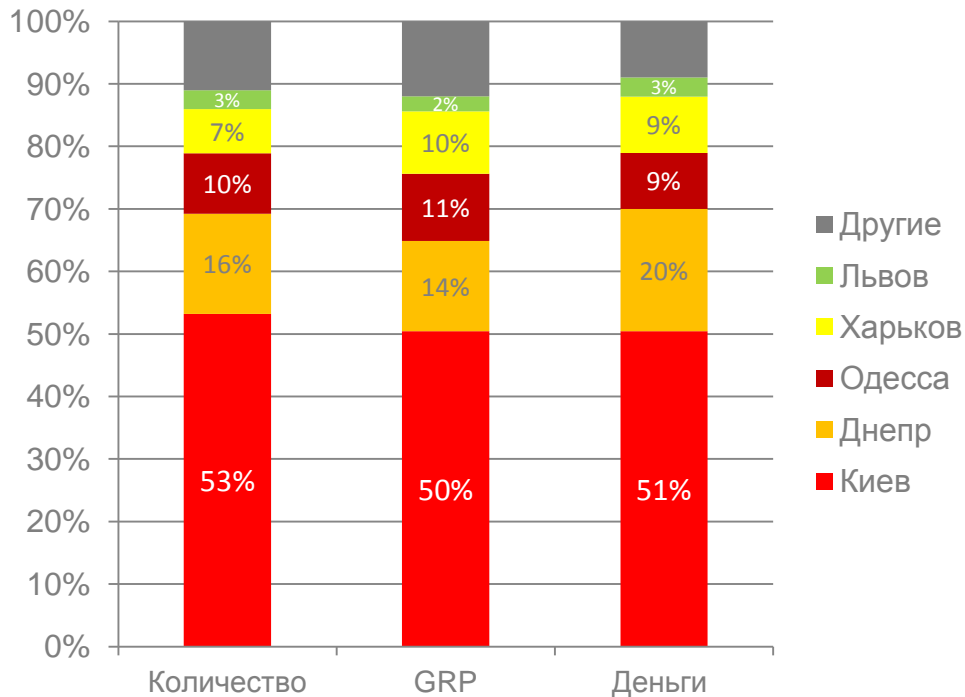
Бэклайт





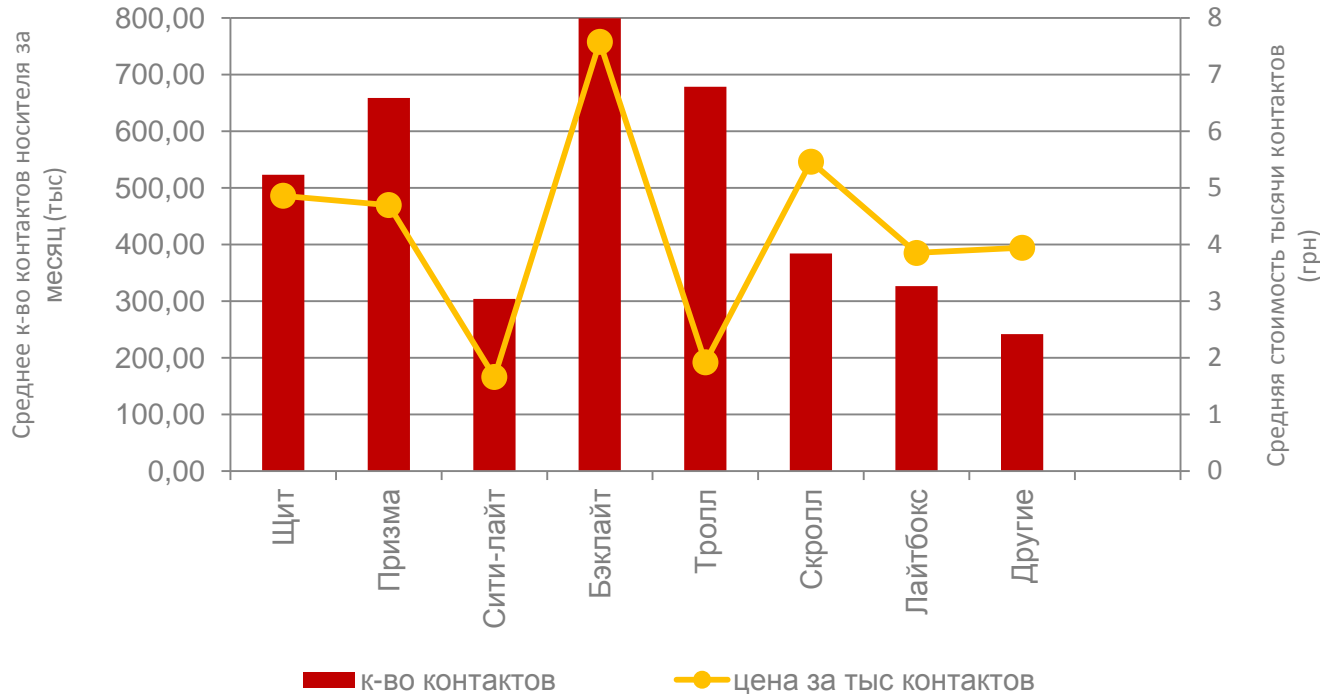
Доли основных городов по итогам первого полугодия 2016 года. Основные форматы

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

	Бюджеты, тыс. грн			Доля, %			Позиция		
	2015	2016	Изм	2015	2016	Изм	2015	2016	Изм
Торговля	139 919	160 400 ↑	15%	25%	24% ↓	-1,5%	1	1 →	0
Недвижимость	66 653	99 460 ↑	49%	12%	15% ↑	2,7%	2	2 →	0
Развлечения	49 143	68 421 ↑	39%	9%	10% ↑	1,3%	3	3 →	0
Автотранспорт	30 565	48 592 ↑	59%	6%	7% ↑	1,7%	5	4 ↑	1
Связь	31 957	33 946 ↑	6%	6%	5% ↓	-0,8%	4	5 ↓	-1
Финансы	25 686	24 999 ↓	-3%	5%	4% ↓	-0,9%	6	6 →	0
Рестораны и Досуг	17 426	20 319 ↑	17%	3%	3% ↓	-0,1%	8	7 ↑	1
Спорт	15 045	19 946 ↑	33%	3%	3% ↑	0,2%	10	8 ↑	2
СМИ	20 518	19 857 ↓	-3%	4%	3% ↓	-0,8%	7	9 ↓	-2
Медицина	13 189	17 457 ↑	32%	2%	3% →	0,2%	11	10 ↑	1
Социальная реклама	15 591	15 803 →	1%	3%	2% ↓	-0,5%	9	11 ↓	-2
Туризм	9 578	15 639 ↑	63%	2%	2% ↑	0,6%	15	12 ↑	3
Безалкогольные напитки	11 290	13 193 ↑	17%	2%	2% ↓	-0,1%	13	13 →	0
Строительство и ремонт	9 171	10 476 ↑	14%	2%	2% ↓	-0,1%	16	14 ↑	2
Продовольственные товары	10 357	9 973 ↓	-4%	2%	1% ↓	-0,4%	14	15 ↓	-1
Компьютерная техника	5 668	9 191 ↑	62%	1%	1% ↑	0,3%	18	16 ↑	2
Образование и работа	4 863	8 808 ↑	81%	1%	1% ↑	0,4%	22	17 ↑	5
Ювелирные изделия и антиквариат	4 810	7 705 ↑	60%	1%	1% ↑	0,3%	23	18 ↑	5
Кондитерские изделия	5 403	6 719 ↑	24%	1%	1% →	0,0%	19	19 →	0
Бытовое обслуживание	5 262	6 224 ↑	18%	1%	1% ↓	0,0%	21	20 ↑	1
Всего	552 058	673 828 ↑	22%						

Основные рекламодатели: затраты на наружную рекламу

	Затраты, тыс. грн				Доля, %				Позиция			
	2015	2016	Изм		2015	2016	Изм		2015	2016	Изм	
Fozzy Group	10 988	19 262	↑	75%	2%	3%	↑	0,9%	1	1	→	0
Sport Life фитнес-клуб	9 593	13 306	↑	39%	2%	2%	→	0,3%	2	2	→	0
Эпицентр К компания	9 589	11 076	↑	16%	2%	2%	→	-0,1%	3	3	→	0
Риэл Строительная компания	2 325	7 725	↑	232%	0%	1%	↑	0,7%	31	4	↑	27
МТС	9 018	7 705	↓	-15%	2%	1%	↓	-0,5%	4	5	↓	-1
Приватбанк	6 956	7 141	→	3%	1%	1%	↓	-0,2%	9	6	↑	3
Samsung Electronics	7 762	6 449	↓	-17%	1%	1%	↓	-0,4%	5	7	↓	-2
К.А.Н. девелопмент ООО	7 247	6 369	↓	-12%	1%	1%	↓	-0,4%	7	8	↓	-1
Metro Cash&Carry Ukraine ltd.	5 112	6 310	↑	23%	1%	1%	→	0,0%	14	9	↑	5
Алло фирма	7 754	6 153	↓	-21%	1%	1%	↓	-0,5%	6	10	↓	-4
Building Design Company (B&DC)	0	5 896	↑	100%		1%				11		
Апекс Tour компания	1 631	4 819	↑	196%	0%	1%	↑	0,4%	46	12	↑	34
Киевстар GSM	7 206	4 645	↓	-36%	1%	1%	↓	-0,6%	8	13	↓	-5
Центр комплектации ВСУ военнотруж-ми по контракту	0	4 644	↑	100%		1%				14		
Тойота Украина	1 447	4 625	↑	220%	0%	1%	↑	0,4%	54	15	↑	39
Лайфсел ООО	5 777	4 543	↓	-21%	1%	1%	↓	-0,4%	13	16	↓	-3
Новая Линия строительный супермаркет	2 816	4 505	↑	60%	1%	1%	→	0,2%	27	17	↑	10
Nestle	0	4 273	↑	100%		1%				18		
Золотой Век компания	2 325	4 152	↑	79%	0%	1%	→	0,2%	30	19	↑	11
Development Creative Group	4 336	3 816	↓	-12%	1%	1%	↓	-0,2%	17	20	↓	-3

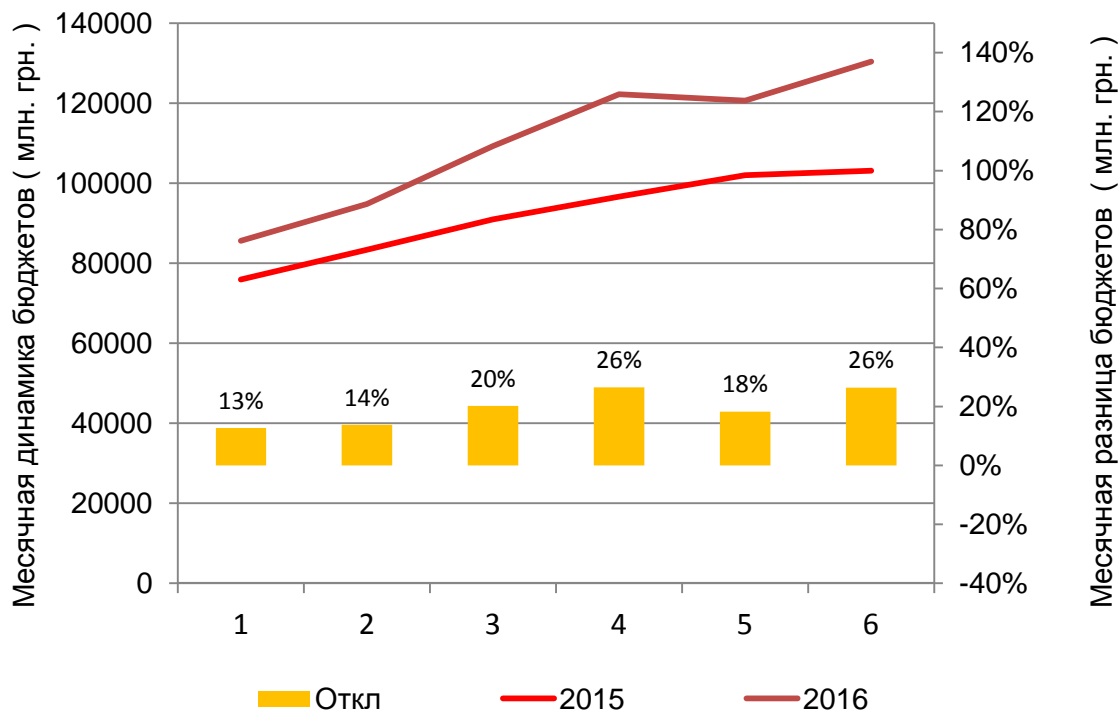
Основные торговые марки: затраты на наружную рекламу

	Затраты, тыс. грн			Доли, %			Позиция		
	2015	2016	Изм	2015	2016	Изм	2015	2016	Изм
Sport Life	9 593	13 392	↑ 40%	2%	2%	↑ 0,3%	1	1	→ 0
Эпицентр	9 558	11 061	↑ 16%	2%	2%	↓ -0,1%	2	2	→ 0
Сильпо	6 371	10 798	↑ 69%	1%	2%	↑ 0,5%	8	3	↑ 5
Lifecell	5 777	7 764	↑ 34%	1%	1%	↑ 0,1%	9	4	↑ 5
Vodafone	9 018	7 655	↓ -15%	2%	1%	↓ -0,5%	3	5	↓ -2
Приватбанк	6 688	7 141	↑ 7%	1%	1%	↓ -0,1%	7	6	↑ 1
Samsung	8 080	6 451	↓ -20%	1%	1%	↓ -0,5%	4	7	↓ -3
Metro Cash&Carry	5 112	6 310	↑ 23%	1%	1%	→ 0,0%	12	8	↑ 4
Алло*	7 625	6 153	↓ -19%	1%	1%	↓ -0,5%	5	9	↓ -4
Fozzy	2 919	5 483	↑ 88%	1%	1%	↑ 0,3%	20	10	↑ 10
Центр комплектации ВСУ в.-служащими по контракту		4 990			1%	↑ 0,8%		11	
Апекс Tour	1 631	4 819	↑ 196%	0%	1%	↑ 0,4%	40	12	↑ 28
Киевстар GSM	7 224	4 645	↓ -36%	1%	1%	↓ -0,6%	6	13	↓ -7
Новая линия	2 816	4 478	↑ 59%	1%	1%	↑ 0,2%	23	14	↑ 9
Комфорт Таун	5 631	4 421	↓ -21%	1%	1%	↓ -0,4%	10	15	↓ -5
Золотой Век	2 332	4 146	↑ 78%	0%	1%	↑ 0,2%	27	16	↑ 11
Toyota	1 588	3 873	↑ 144%	0%	1%	↑ 0,3%	41	17	↑ 24
McDonald's	3 213	3 743	↑ 17%	1%	1%	↓ 0,0%	16	18	↓ -2
Mazda	3 102	3 528	↑ 14%	1%	1%	↓ 0,0%	17	19	↓ -2
Воля	1 100	3 480	↑ 216%	0%	1%	↑ 0,3%	73	20	↑ 53



Сезонность затрат в наружной рекламе

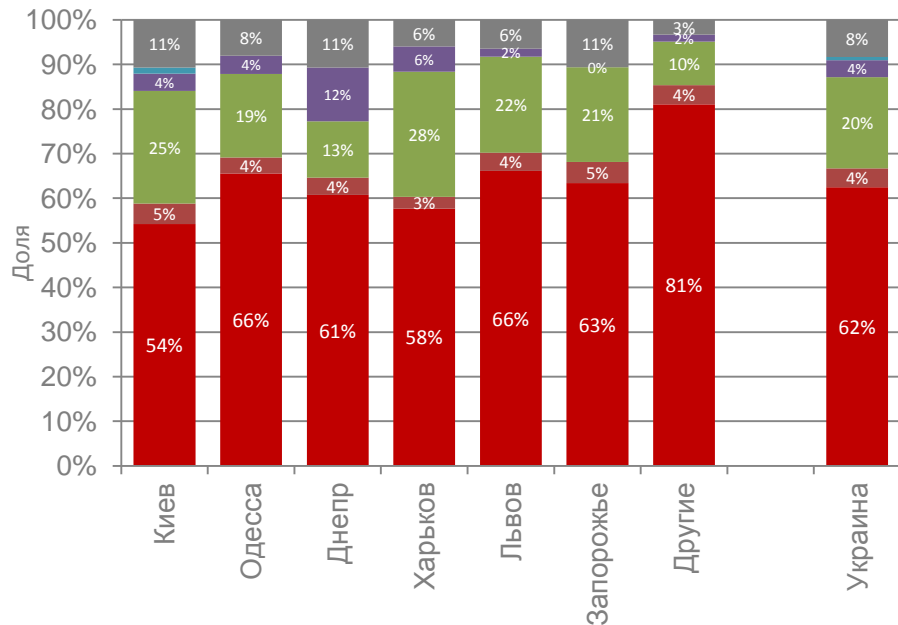
	2015	2016	Изм	
1	75 967	85 626	↑	13%
2	83 363	94 825	↑	14%
3	90 936	109 324	↑	20%
4	96 629	122 230	↑	26%
5	101 997	120 622	↑	18%
6	103 165	130 365	↑	26%
1-6	552 058	662 991	↑	20%



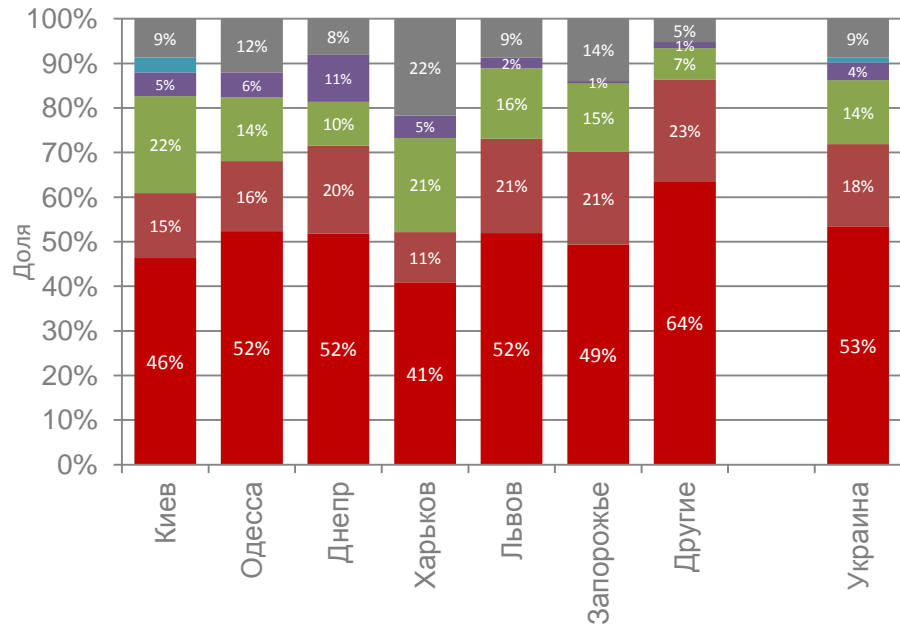


Распределение проданных рекламных поверхностей по основным городам Украины. ТОП-10

Бюджет



Количество



Щит Сити-лайт Призма Скролл Тролл Другие

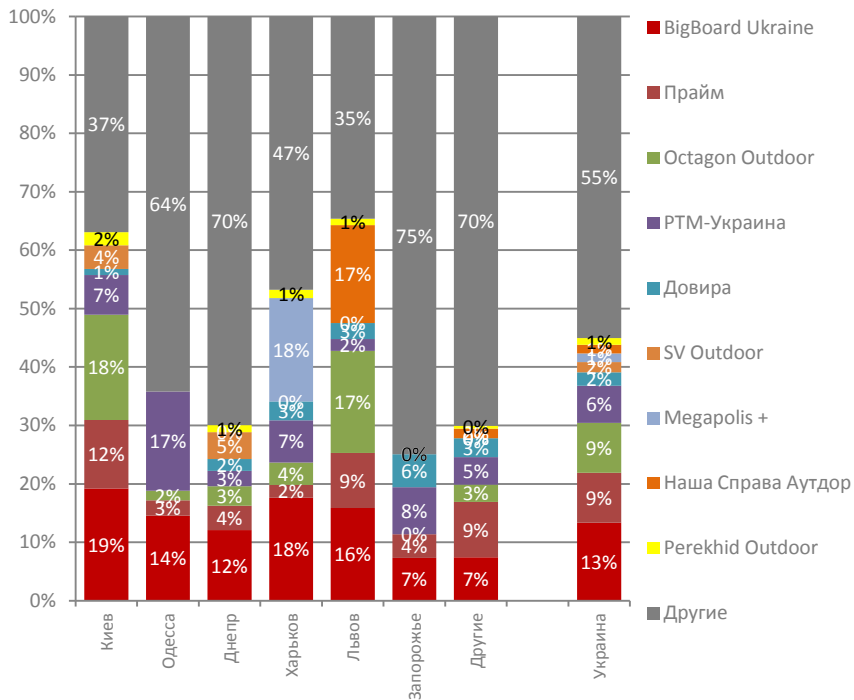
Щит Сити-лайт Призма Скролл Тролл Другие



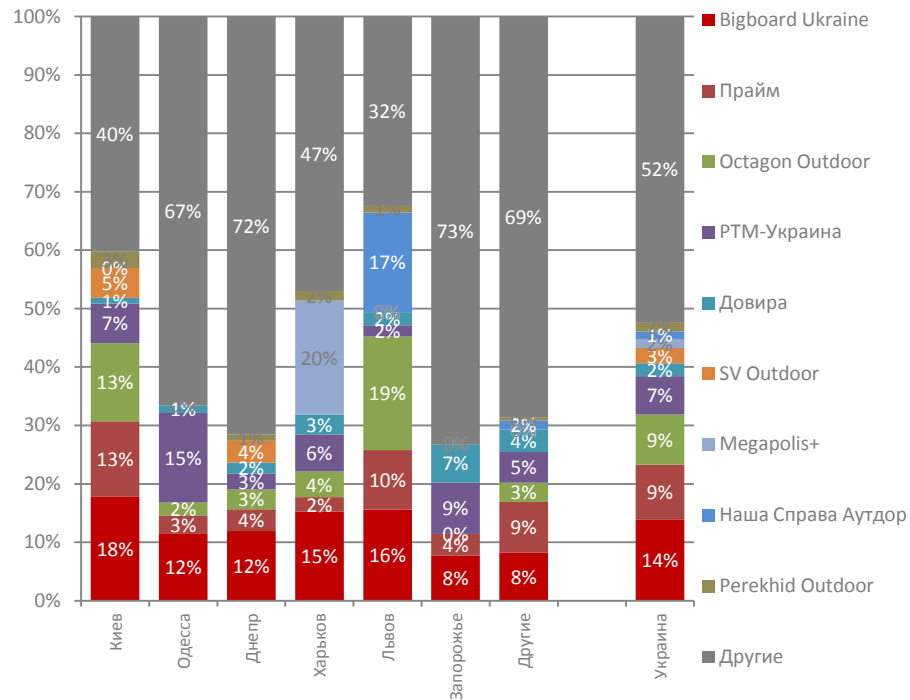


Распределение рекламных поверхностей по основным операторам Украины. Все носители. ТОП-10

Количество



Контакты

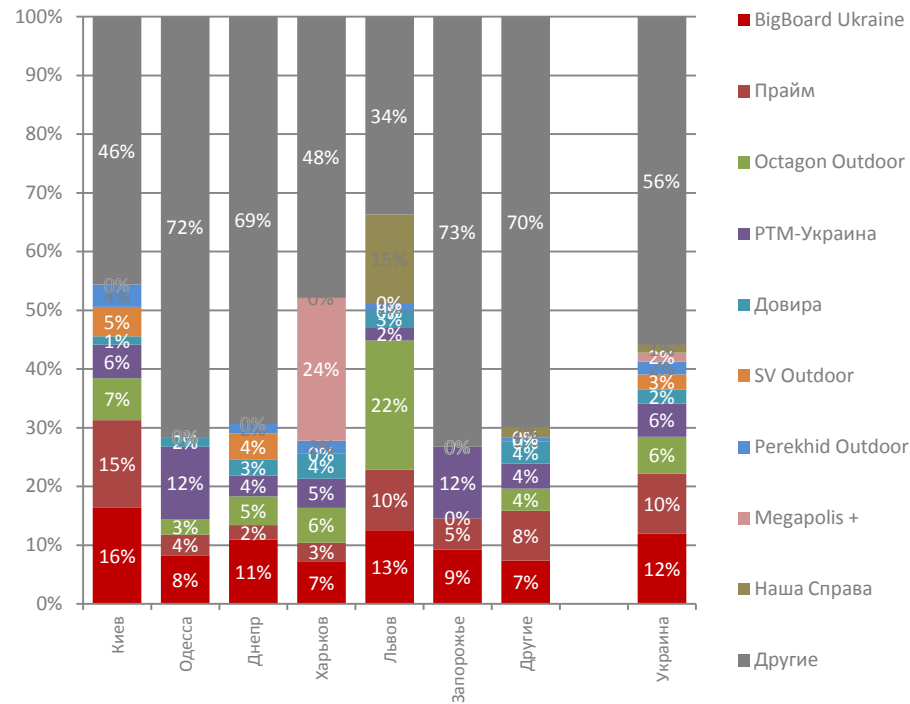
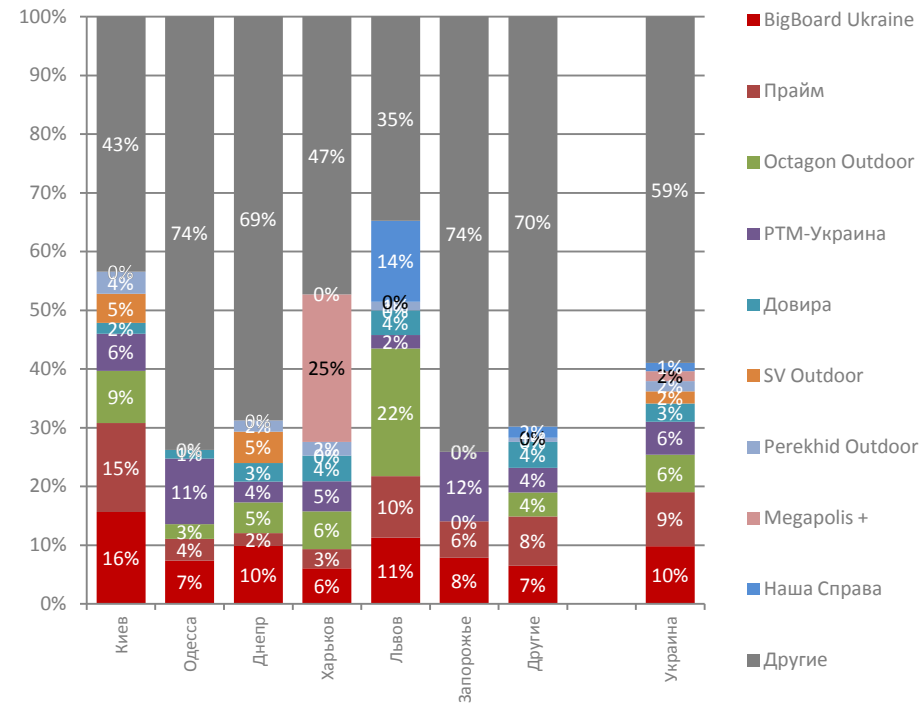




Распределение рекламных поверхностей по основным операторам Украины. 6x3

Количество

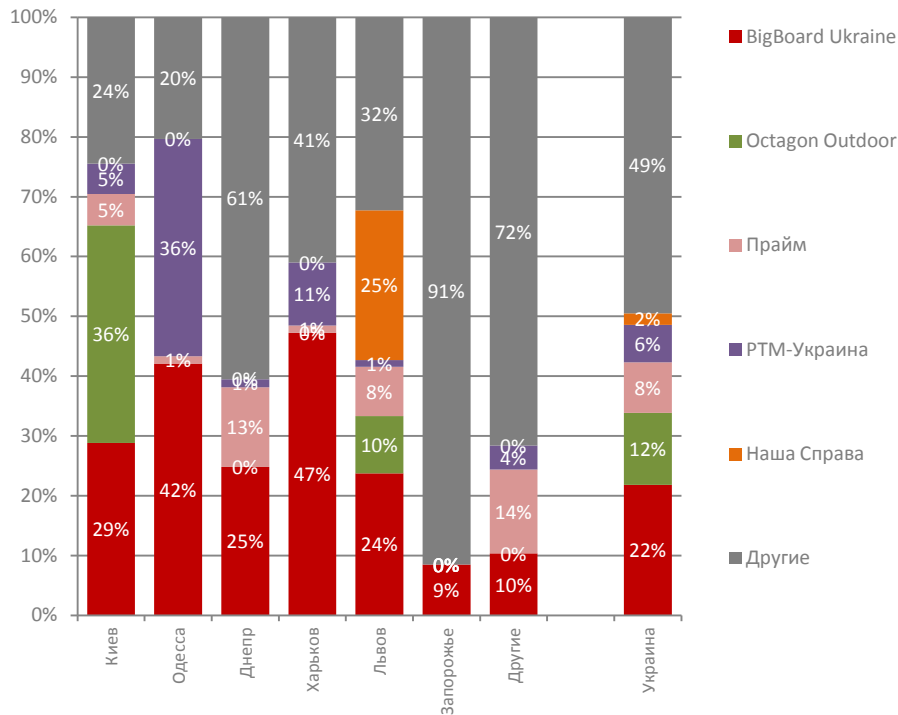
Контакты



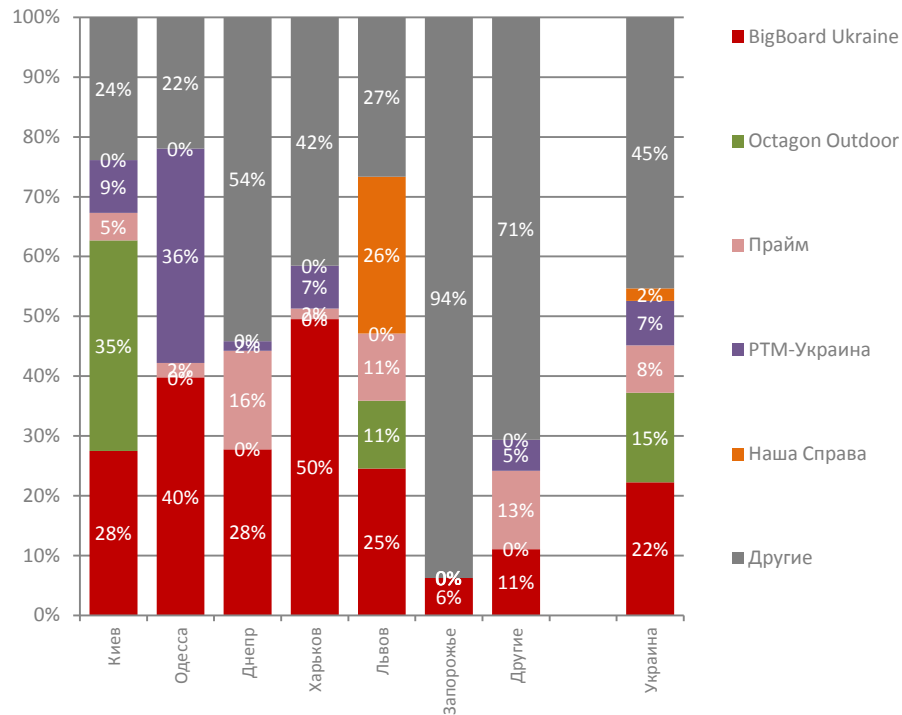


Распределение рекламных поверхностей по основным операторам Украины. 1,2x1,8. ТОП-5

Количество



Контакты





Источники данных



Doors Consulting – официальный исследователь рынка наружной рекламы.
География исследований: ТОП-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



Индустриальный комитет наружной рекламы (ИКНР) — профессиональное объединение ведущих операторов наружной рекламы и медиаагентств, которое определяет вектор развития рынка наружной рекламы в Украине. www.icoa.org.ua





БЛАГОДАРИМ ЗА
ВНИМАНИЕ!

