



Наружная реклама в Украине

2014



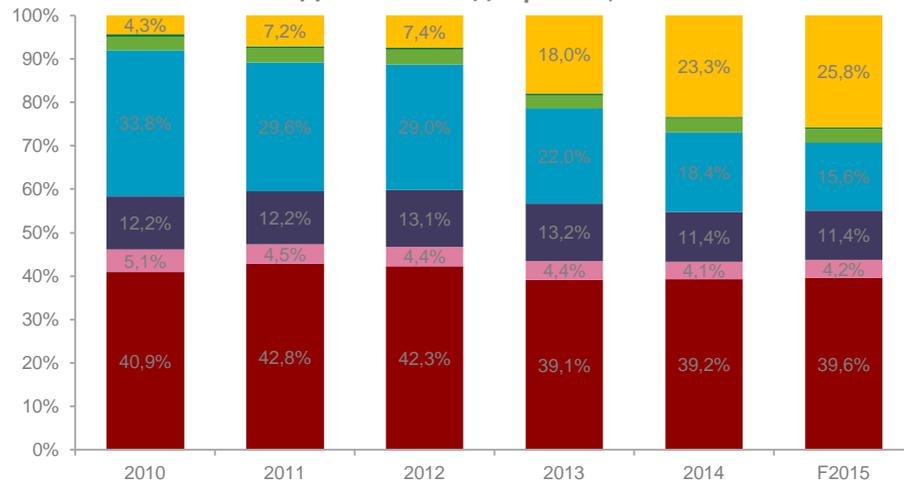
Динамика медиарынка

Динамика медиарынка, млн грн



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

Динамика медиарынка, %

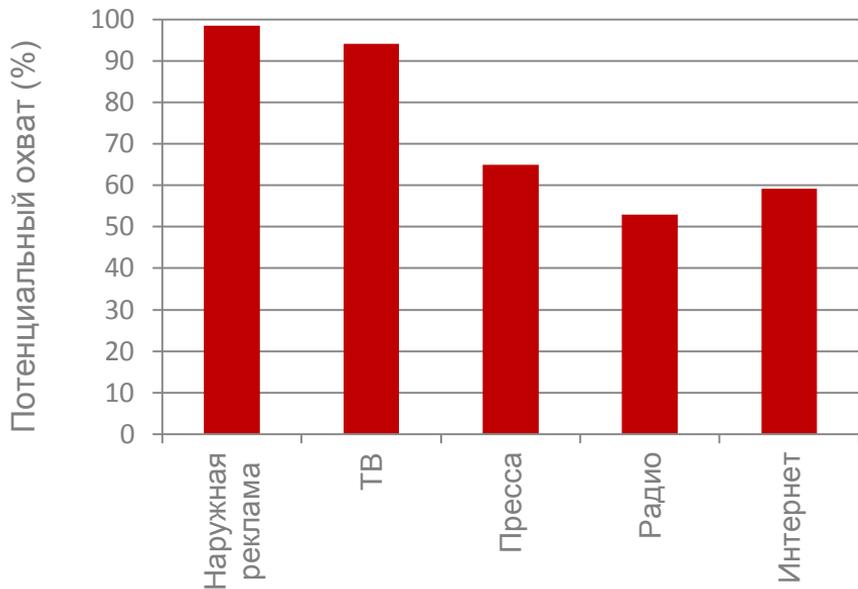


■ TV ■ TV Sponsropship ■ OOH ■ Print ■ Radio ■ Cinema ■ Internet





Проникновение



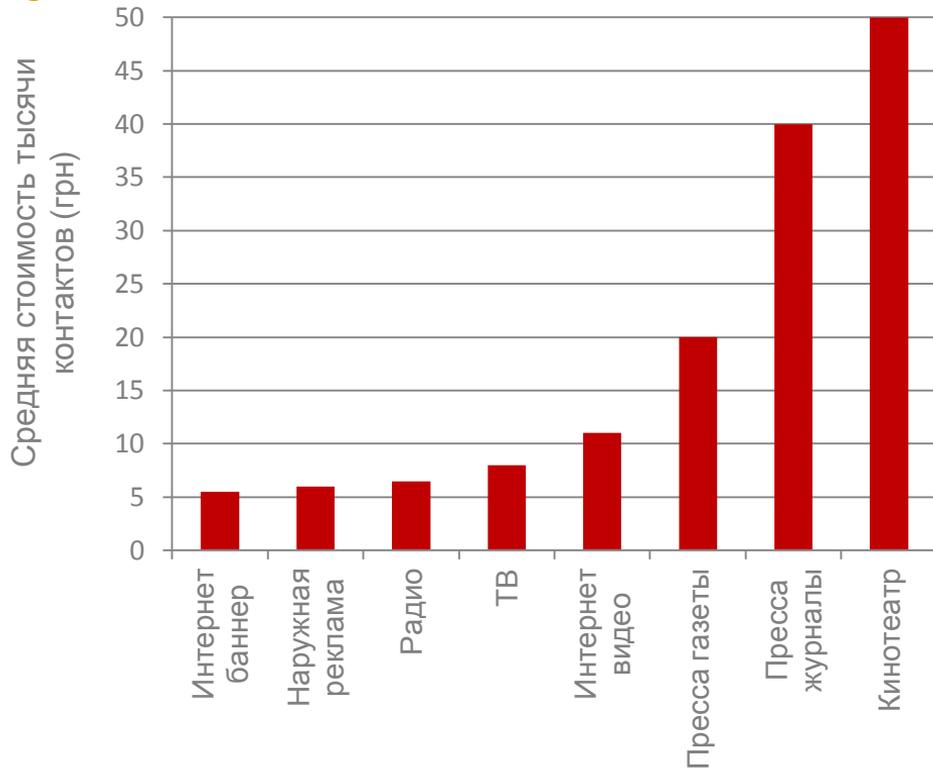
- Наружная реклама и ТВ – медиаканалы, самые доступные аудитории
- Позиции Интернет сильны только по молодежным аудиториям. По общей аудитории – проникновение на уровне 60%





Средняя стоимость тысячи контактов медиа

цена за 1 тыс. контактов

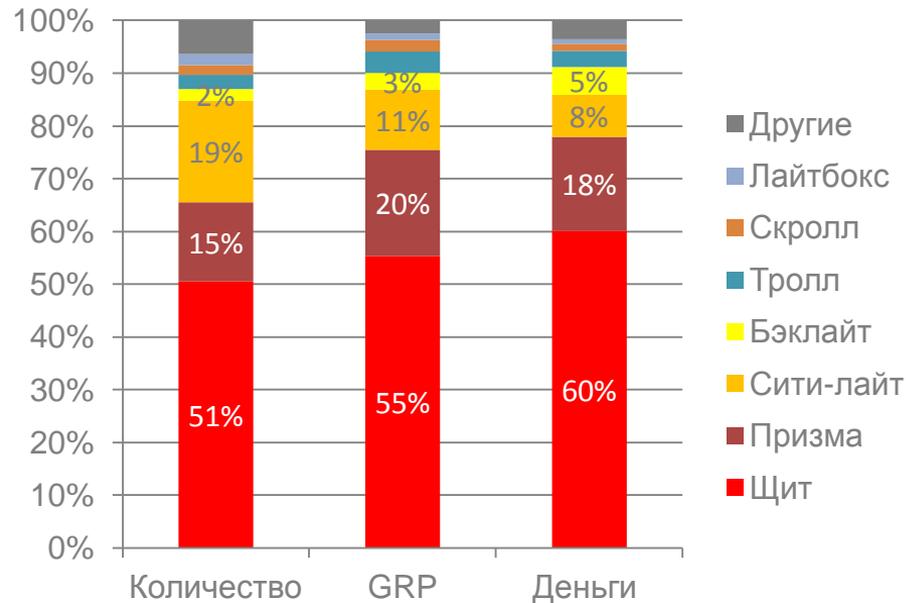


- Наружная реклама, радио и баннерная реклама в Интернет – наиболее дешевые с точки зрения цены за контакт медиа





Доли основных форматов по итогам 2014 года



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

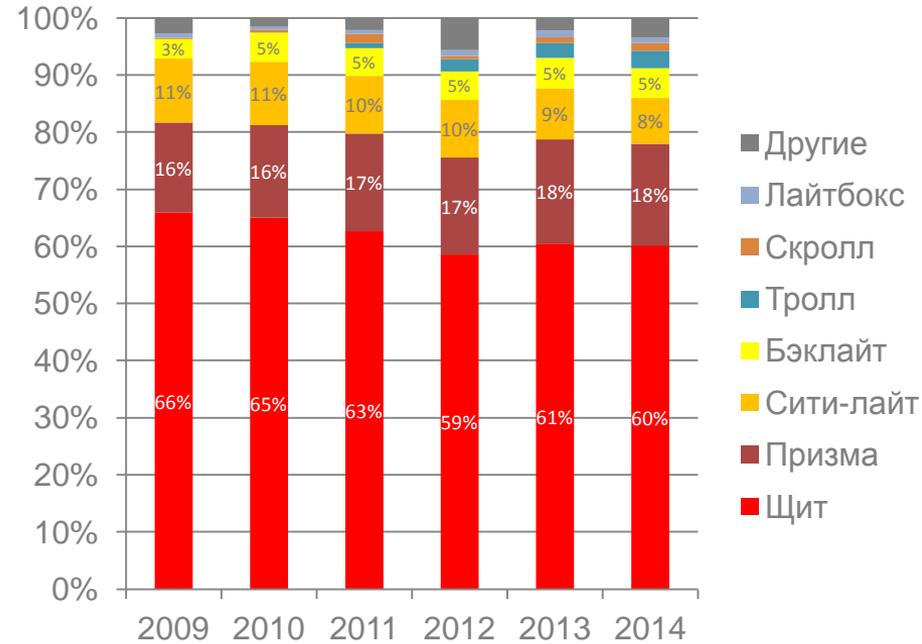
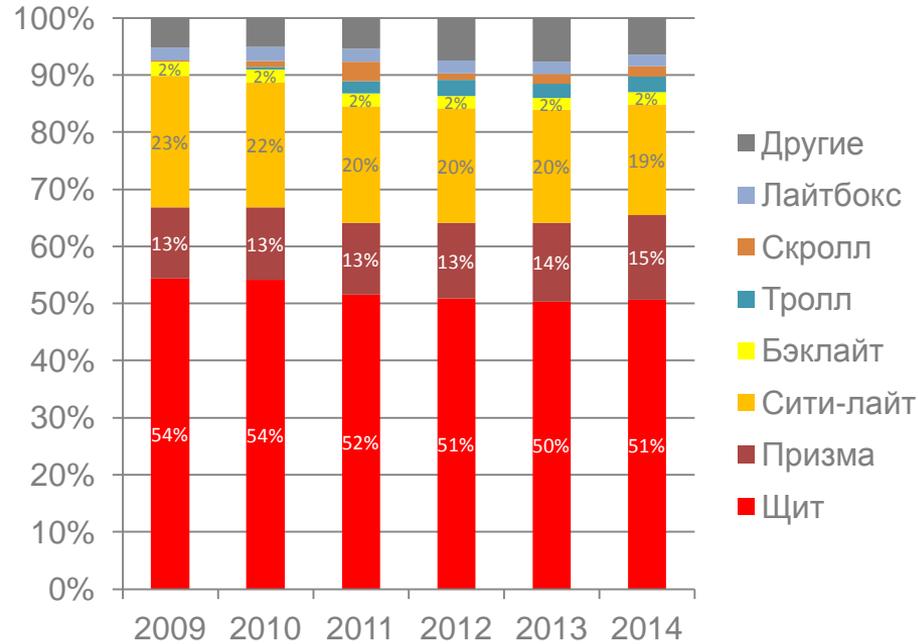




Динамика роста доли рекламных поверхностей

Количество

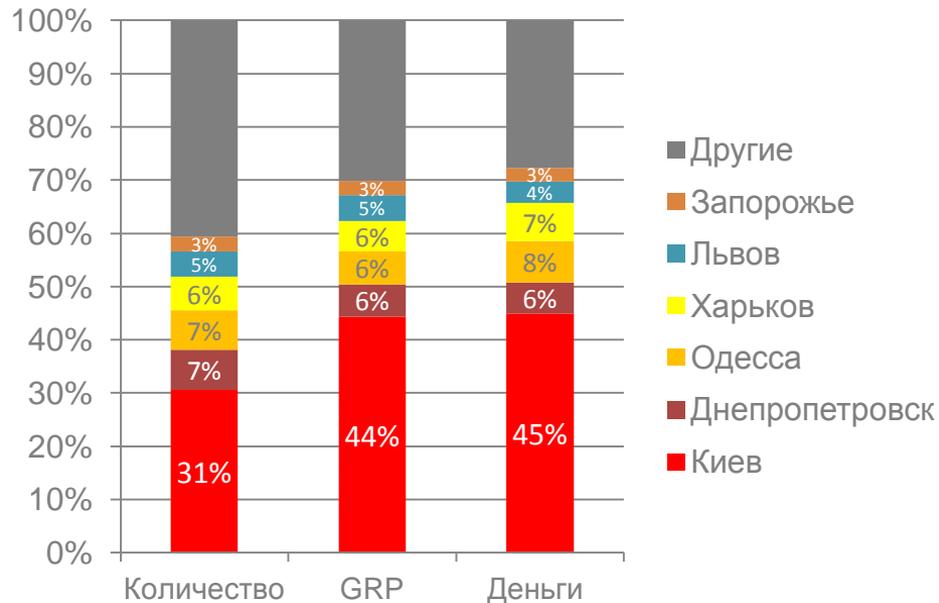
Бюджет





Доли основных городов по итогам 2014 года

Все носители



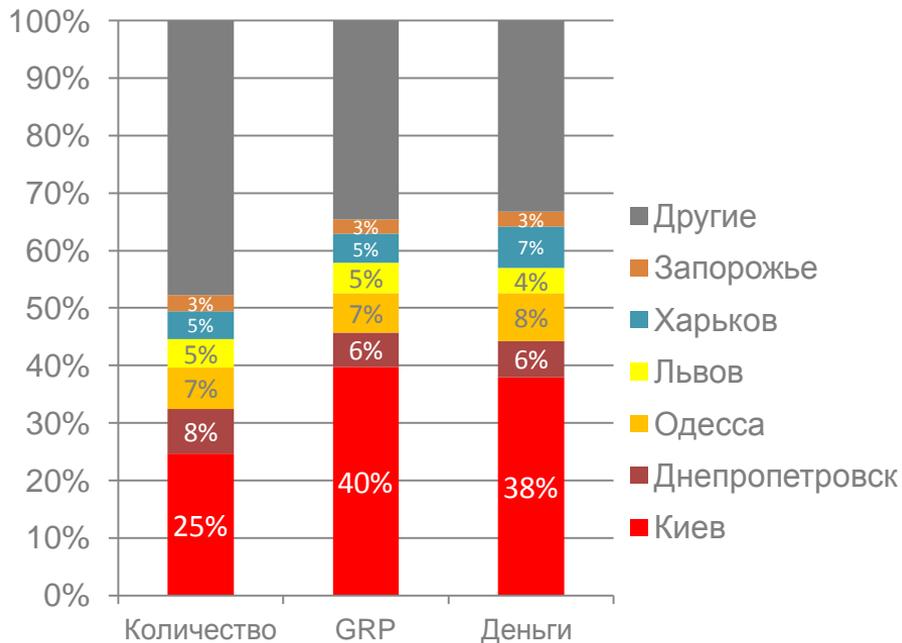
- Киев – основа рынка наружной рекламы в количественном, бюджетном и качественном выражении
- Соотношение между контактами и бюджетами свидетельствует о взвешенном подходе к ценообразованию в Киеве и завышенном в городах-миллионниках



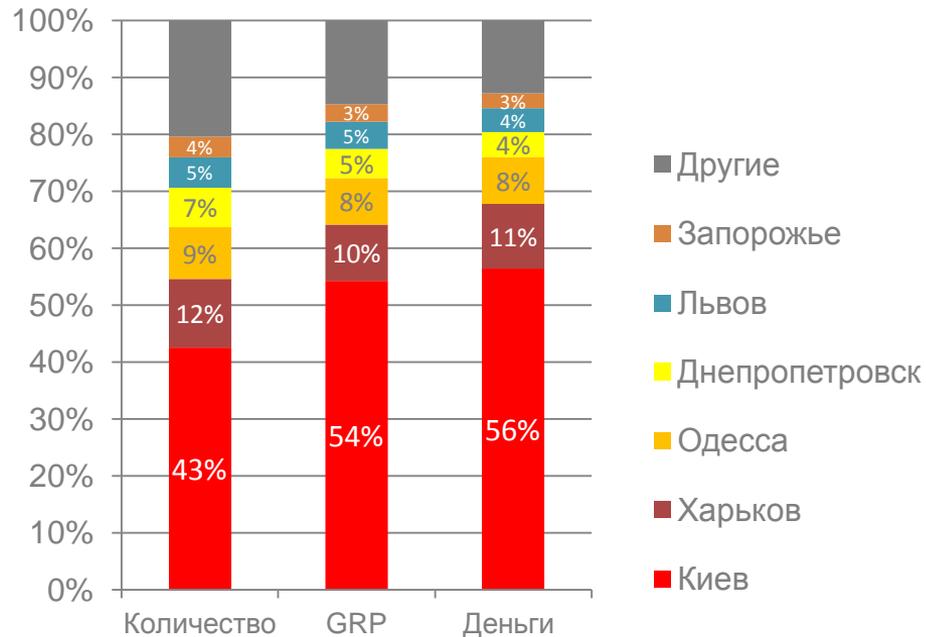


Доли основных городов по итогам 2014 года. Основные форматы

Щит



Призма

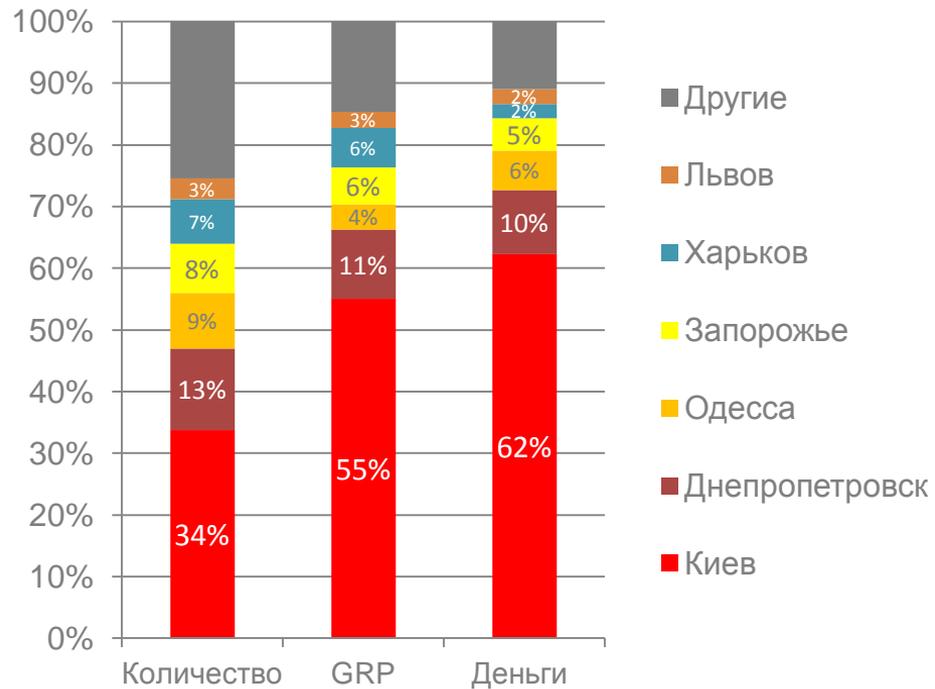
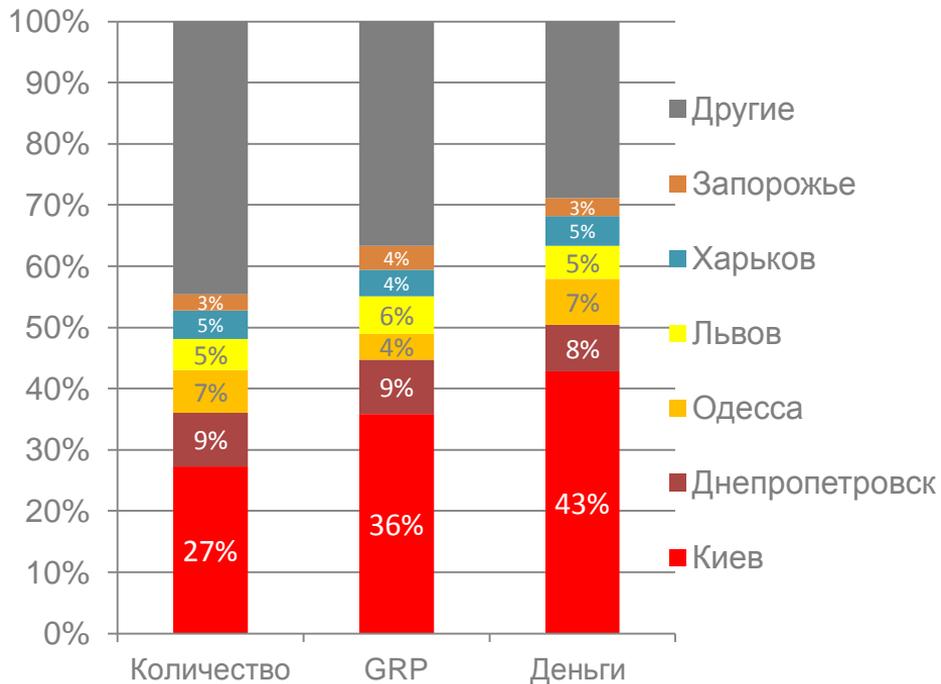




Доли основных городов по итогам 2014 года. Основные форматы

Сити-лайт

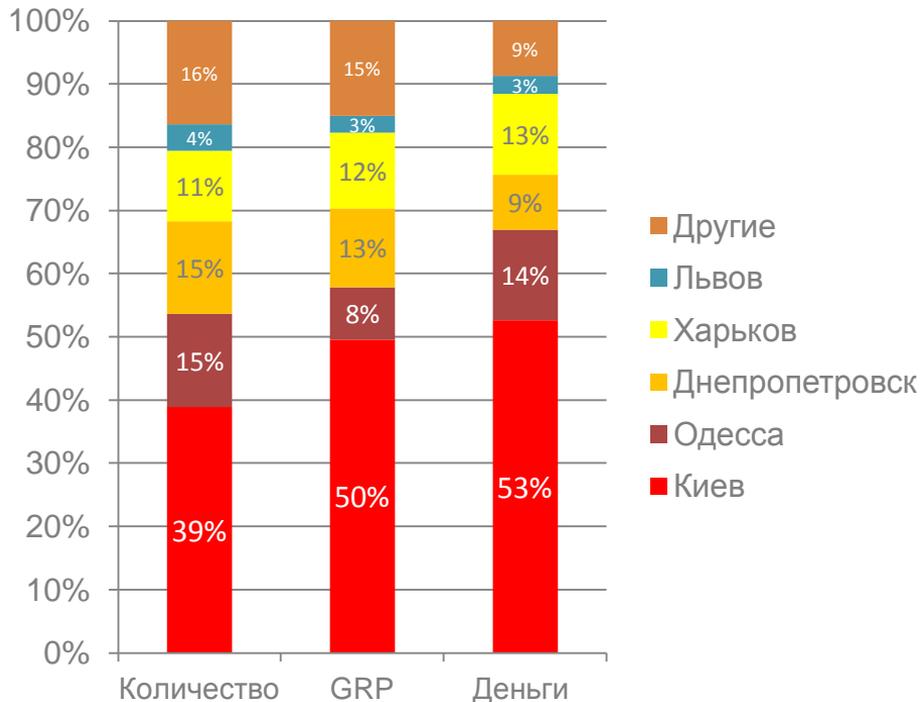
Бэклайт





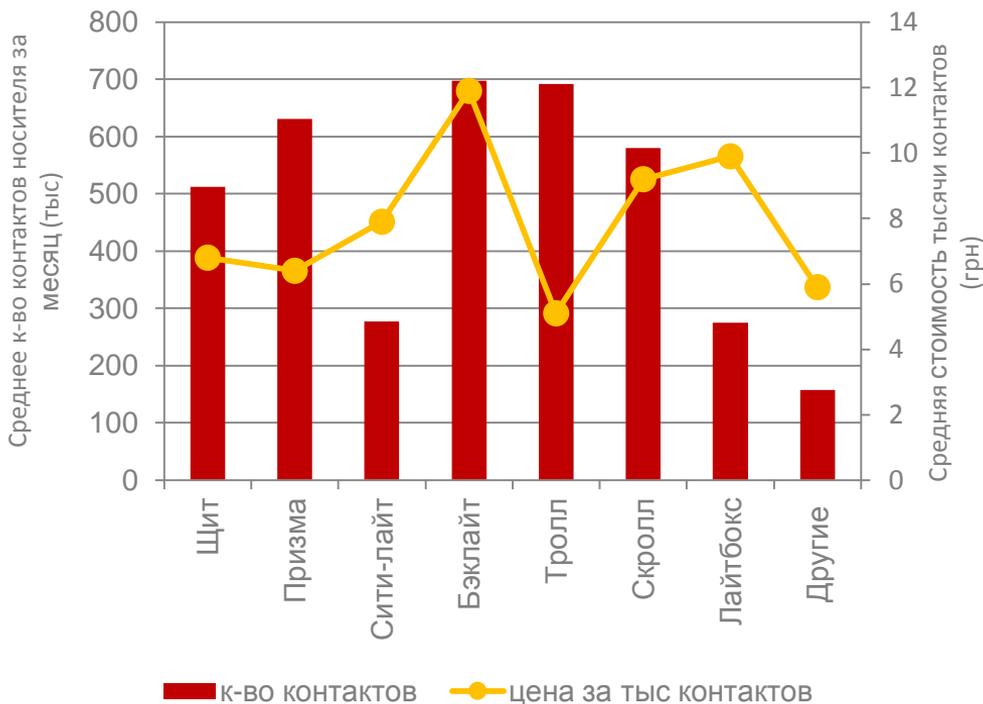
Доли основных городов по итогам 2014 года. Основные форматы

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			
	2013	2014	Изм		2013	2014	Изм		2013	2014	Изм	
торговля	463 079	371 271	↓	-20%	25,19%	25,22%	↗	0,0%	1	1	↔	0
социальная реклама	82 056	134 473	↑	64%	4,46%	9,13%	↑	4,7%	7	2	▲	5
недвижимость	118 395	119 535	↗	1%	6,44%	8,12%	↗	1,7%	4	3	▲	1
автотранспорт	182 701	96 524	↓	-47%	9,94%	6,56%	↘	-3,4%	2	4	▼	-2
развлечения	123 645	89 797	↓	-27%	6,73%	6,10%	↘	-0,6%	3	5	▼	-2
связь	105 299	84 143	↓	-20%	5,73%	5,71%	↘	0,0%	5	6	▼	-1
финансы	51 143	65 254	↗	28%	2,78%	4,43%	↗	1,6%	10	7	▲	3
СМИ	84 318	64 717	↓	-23%	4,59%	4,40%	↘	-0,2%	6	8	▼	-2
спорт	49 328	50 177	↗	2%	2,68%	3,41%	↗	0,7%	12	9	▲	3
рестораны и досуг	52 102	41 794	↓	-20%	2,83%	2,84%	↗	0,0%	8	10	▼	-2
безалкогольные напитки	51 804	36 625	↓	-29%	2,82%	2,49%	↘	-0,3%	9	11	▼	-2
продовольственные товары	49 732	30 666	↓	-38%	2,71%	2,08%	↘	-0,6%	11	12	▼	-1
алкогольные напитки	30 873	27 937	↘	-10%	1,68%	1,90%	↗	0,2%	15	13	▲	2
медицина	33 003	27 593	↓	-16%	1,80%	1,87%	↗	0,1%	14	14	↔	0
компьютерная техника	45 649	24 444	↓	-46%	2,48%	1,66%	↘	-0,8%	13	15	▼	-2
реклама и маркетинг	26 846	20 637	↓	-23%	1,46%	1,40%	↘	-0,1%	18	16	▲	2
строительство и ремонт	27 621	17 501	↓	-37%	1,50%	1,19%	↘	-0,3%	17	17	↔	0
кондитерские изделия	29 174	16 957	↓	-42%	1,59%	1,15%	↘	-0,4%	16	18	▼	-2
туризм	22 877	14 197	↓	-38%	1,24%	0,96%	↘	-0,3%	19	19	↔	0
отделочные материалы	17 935	12 607	↓	-30%	0,98%	0,86%	↘	-0,1%	20	20	↔	0
Всего	1 838 142	1 472 340		-20%								



Основные рекламодатели: затраты на наружную рекламу

	Бюджет, тыс. грн.				Доля				Позиция			
	2013	2014	Изм		2013	2014	Изм		2013	2014	Изм	
Sport Life фитнес клуб	17 953	28 625	↑	59%	0,98%	1,94%	↑	1,0%	10	1	▲	9
Эпицентр К	19 044	24 858	↑	31%	1,04%	1,69%	↑	0,7%	8	2	▲	6
Fozzy Group	21 121	21 669	↑	3%	1,15%	1,47%	↑	0,3%	4	3	▲	1
Алло фирма	17 435	20 203	↑	16%	0,95%	1,37%	↑	0,4%	12	4	▲	8
Астелит	19 092	19 389	↑	2%	1,04%	1,32%	↑	0,3%	7	5	▲	2
Фокстрот сеть магазинов	23 149	18 191	↓	-21%	1,26%	1,23%	↓	0,0%	2	6	▼	-4
Киевстар GSM	22 721	17 987	↓	-21%	1,24%	1,22%	↓	0,0%	3	7	▼	-4
МТС	20 755	16 528	↓	-20%	1,13%	1,12%	↓	0,0%	5	8	▼	-3
Groupe Adeo/Leroy Merlin Ukraine	7 515	15 401	↑	105%	0,41%	1,05%	↑	0,6%	39	9	▲	30
Comfy сеть магазинов	20 418	13 864	↓	-32%	1,11%	0,94%	↓	-0,2%	6	10	▼	-4
К.А.Н. девелопмент	14 290	13 515	↓	-5%	0,78%	0,92%	↑	0,1%	17	11	▲	6
Батьківщина ВО	0	13 481			0,00%	0,92%	↑	0,9%		12	▼	-12
Эльдорадо сеть магазинов	17 868	13 088	↓	-27%	0,97%	0,89%	↓	-0,1%	11	13	▼	-2
Toyota Украина	15 102	11 437	↓	-24%	0,82%	0,78%	↓	0,0%	15	14	▲	1
Приват банк	2 604	11 190	↑	330%	0,14%	0,76%	↑	0,6%	124	15	▲	109
Karavan real Estate сеть магазинов	14 631	9 886	↓	-32%	0,80%	0,67%	↓	-0,1%	16	16	▬	0
Народный фронт партия	0	9 674			0,00%	0,66%	↑	0,7%		17	▼	-17
Nokia	12 841	9 431	↓	-27%	0,70%	0,64%	↓	-0,1%	18	18	▬	0
Новая линия строительный супермаркет	9 151	8 843	↓	-3%	0,50%	0,60%	↑	0,1%	27	19	▲	8
City Group управляющая компания	6 688	8 612	↑	29%	0,36%	0,58%	↑	0,2%	46	20	▲	26



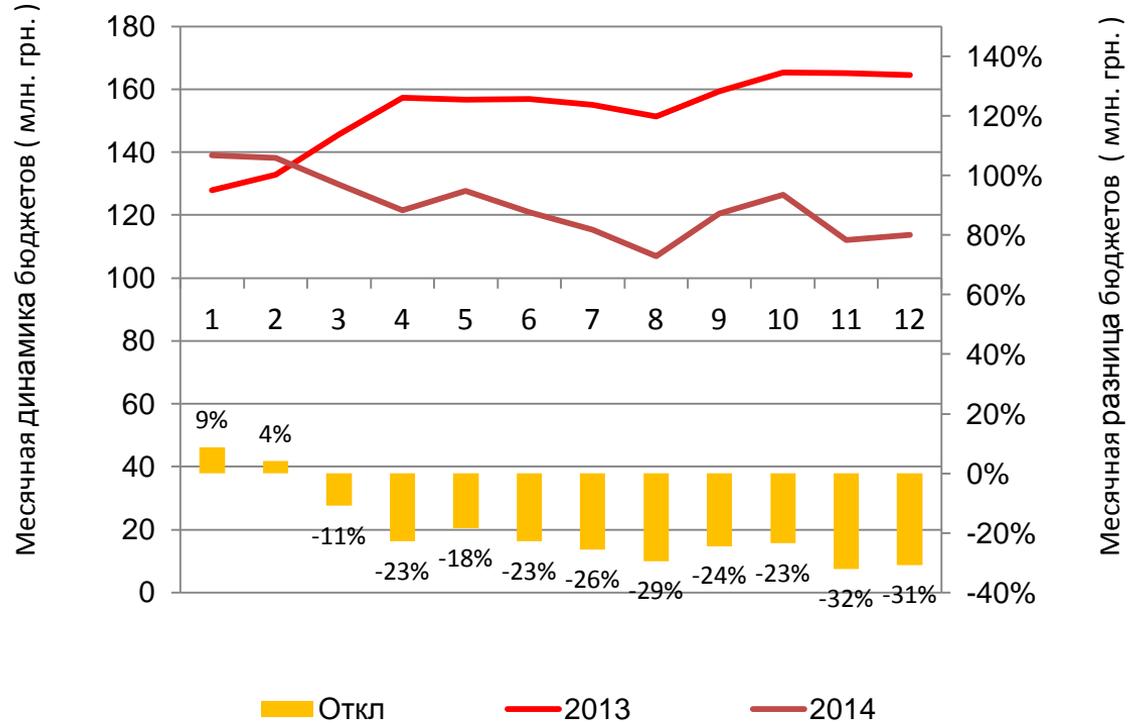
Основные торговые марки: затраты на наружную рекламу

	Бюджет, тыс. грн.				Доля				Позиция			
	2013	2014	Изм		2013	2014	Изм		2013	2014	Изм	
Sport Life	17 953	28 625	↑	59%	0,98%	1,94%	↑	1,0%	9	1	↑	8
Эпицентр	19 044	24 858	↑	31%	1,04%	1,69%	↑	0,7%	7	2	↑	5
Алло	17 435	20 203	↑	16%	0,95%	1,37%	↑	0,4%	11	3	↑	8
Life:)	19 092	19 389	↑	2%	1,04%	1,32%	↑	0,3%	6	4	↑	2
Фокстрот	23 149	18 191	↓	-21%	1,26%	1,23%	↓	0,0%	2	5	↓	-3
Киевстар GSM	21 781	17 982	↓	-17%	1,18%	1,22%	↑	0,0%	3	6	↓	-3
МТС	20 755	16 528	↓	-20%	1,13%	1,12%	↓	0,0%	4	7	↓	-3
Leroy Merlin	7 515	15 401	↑	105%	0,41%	1,05%	↑	0,6%	33	8	↑	25
Comfy	20 418	13 864	↓	-32%	1,11%	0,94%	↓	-0,2%	5	9	↓	-4
Батькивщина ВО		13 481			0,00%	0,92%	↑	0,9%		10	↓	-10
Эльдорадо	17 868	13 088	↓	-27%	0,97%	0,89%	↓	-0,1%	10	11	↓	-1
Приват банк	2 604	11 190	↑	330%	0,14%	0,76%	↑	0,6%	115	12	↑	103
Сильпо	13 344	10 632	↓	-20%	0,73%	0,72%	↓	0,0%	14	13	↑	1
Караван Megastore	14 597	9 883	↓	-32%	0,79%	0,67%	↓	-0,1%	13	14	↓	-1
Комфорт таун	10 165	9 860	↓	-3%	0,55%	0,67%	↑	0,1%	20	15	↑	5
Народный фронт		9 674			0,00%	0,66%	↑	0,7%		16	↓	-16
Nokia	12 841	9 431	↓	-27%	0,70%	0,64%	↓	-0,1%	15	17	↓	-2
Новая линия	9 151	8 843	↓	-3%	0,50%	0,60%	↑	0,1%	25	18	↑	7
Fozzy	5 596	8 575	↑	53%	0,30%	0,58%	↑	0,3%	44	19	↑	25
Toyota	11 883	8 481	↓	-29%	0,65%	0,58%	↓	-0,1%	16	20	↓	-4



Сезонность затрат в наружной рекламе

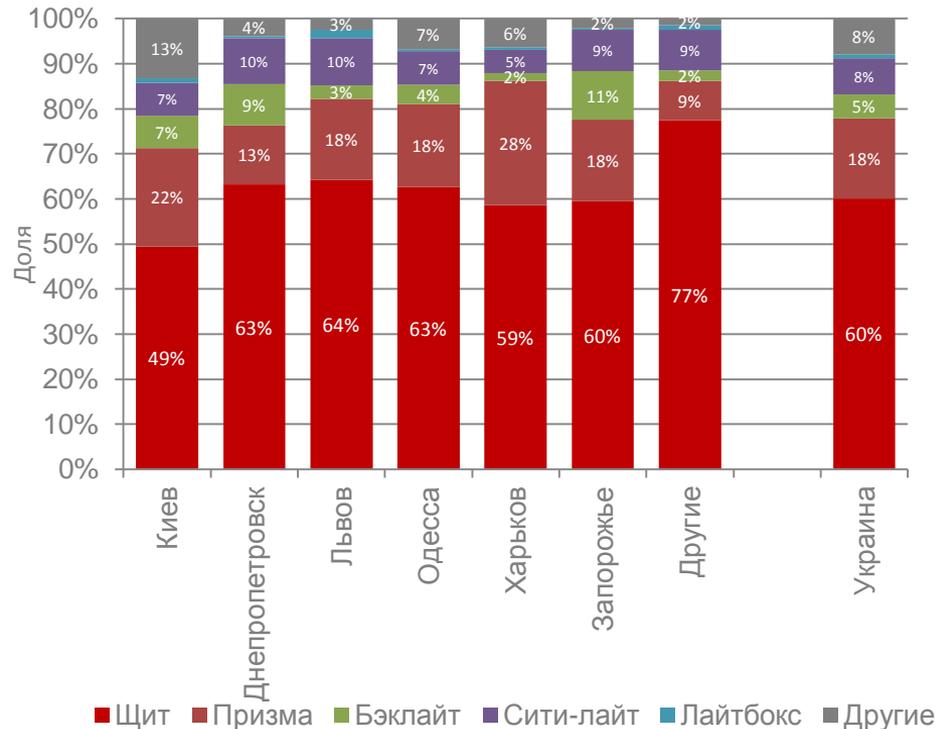
	Бюджет (млн. грн)		Откл	
	2013	2014		
1	127,9	138,9	↑	9%
2	132,8	138,3	↑	4%
3	145,7	129,8	↓	-11%
4	157,4	121,5	↓	-23%
5	156,7	127,8	↓	-18%
6	156,9	121,0	↓	-23%
7	155,0	115,4	↓	-26%
8	151,4	106,9	↓	-29%
9	159,4	120,4	↓	-24%
10	165,3	126,5	↓	-23%
11	165,1	112,1	↓	-32%
12	164,6	113,8	↓	-31%
1-12	1838,1	1472,3		-20%



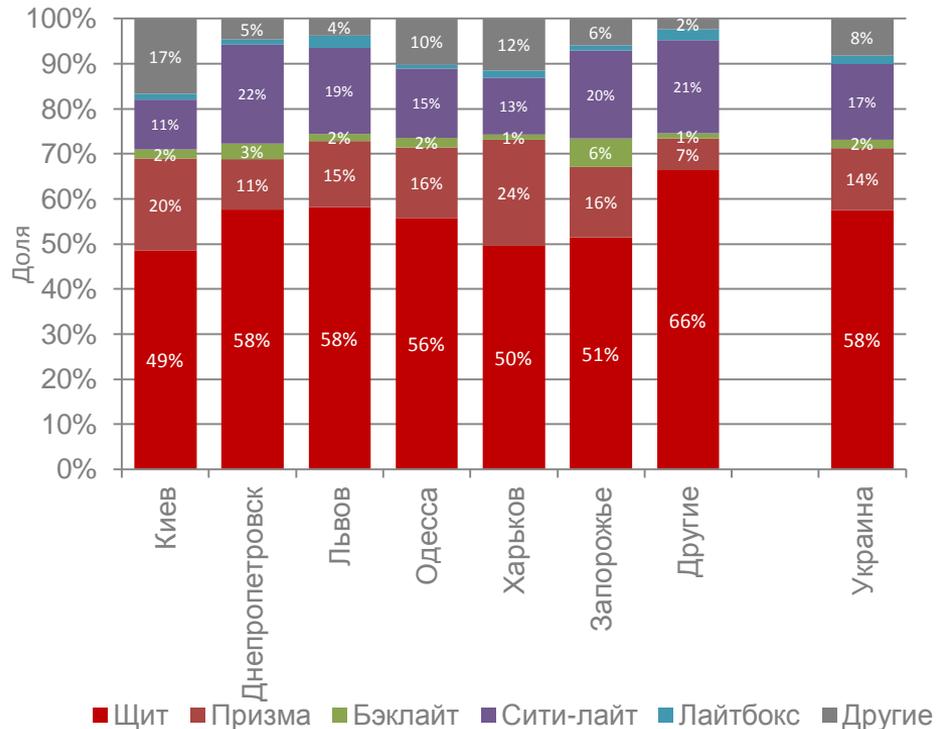


Распределение проданных рекламных поверхностей по основным городам Украины. ТОП-10

Бюджет



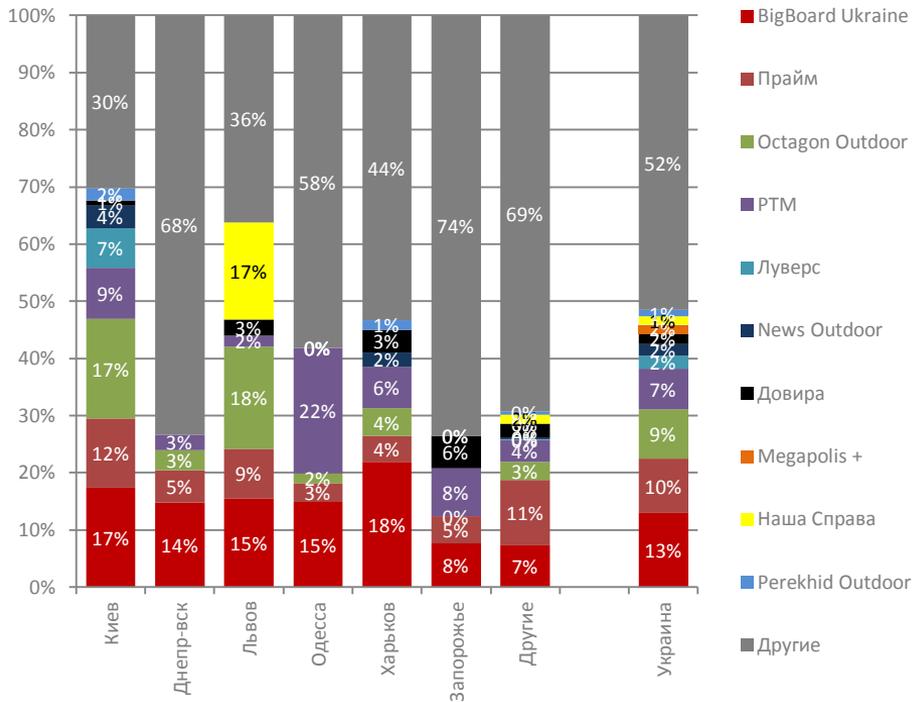
Количество



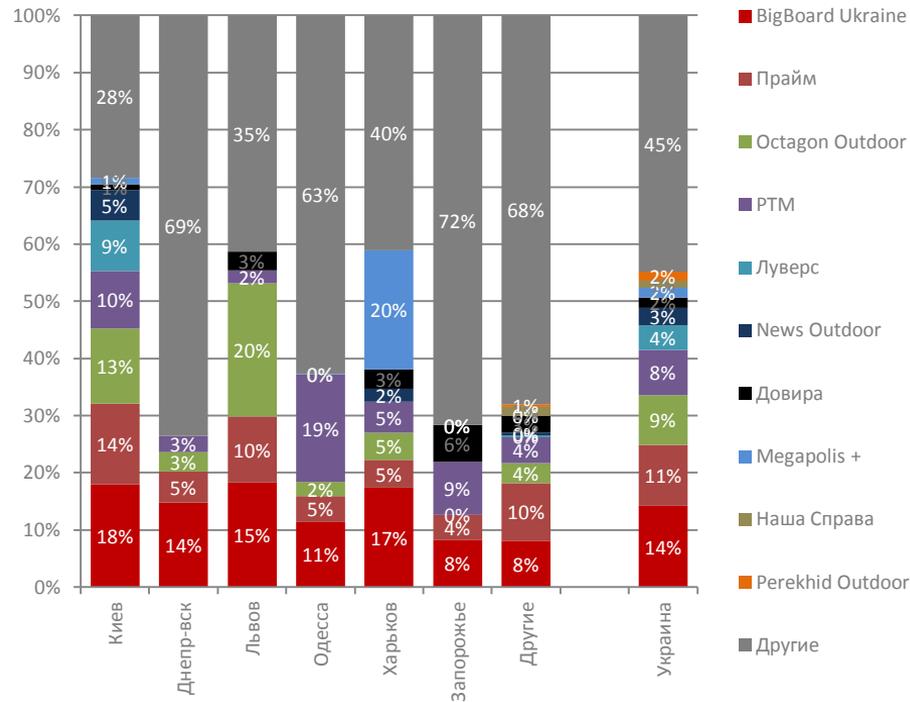


Распределение рекламных поверхностей по основным операторам Украины. Все носители. ТОП-10

Количество



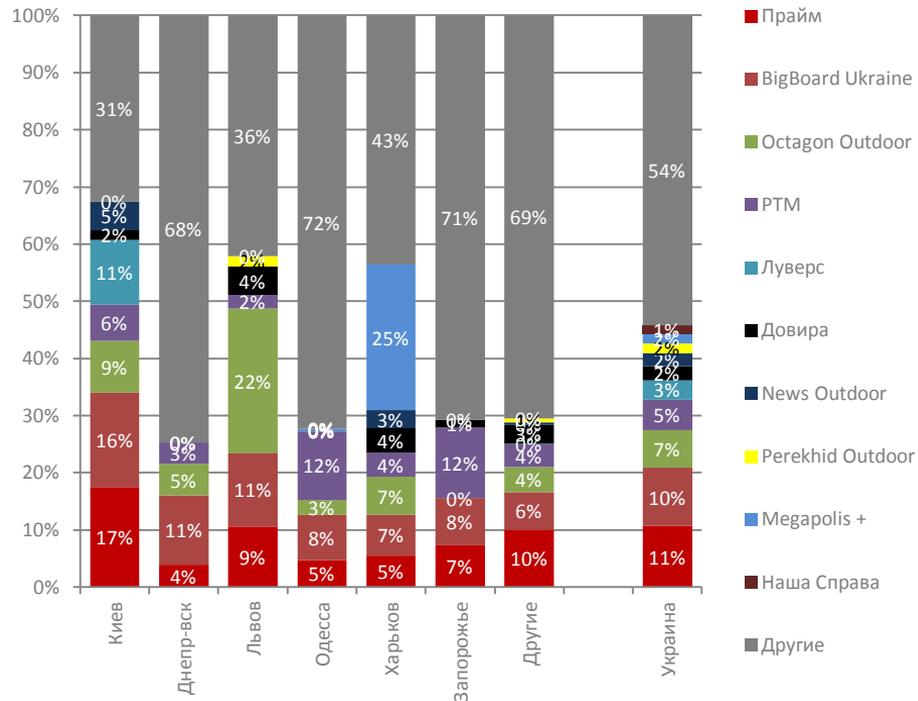
Контакты



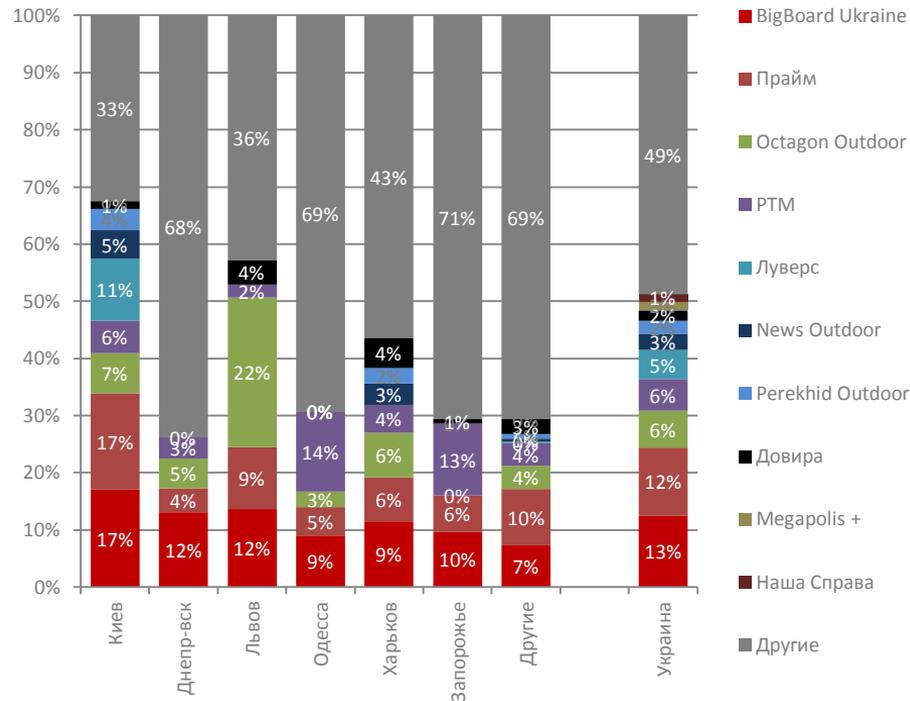


Распределение рекламных поверхностей по основным операторам Украины. 6x3

Количество



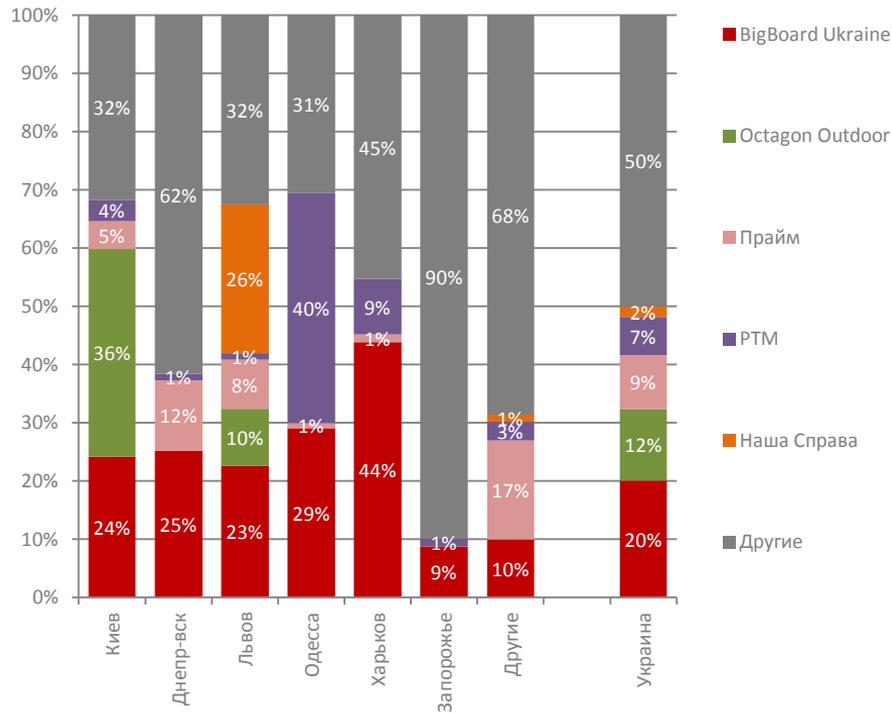
Контакты



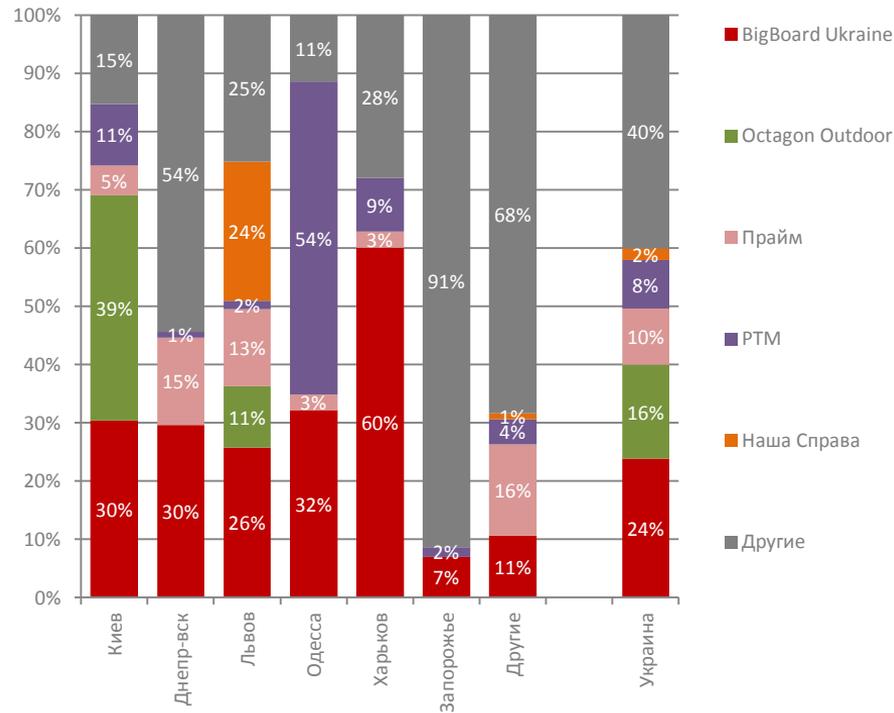


Распределение рекламных поверхностей по основным операторам Украины. 1,2 x 1,8. ТОП-5

Количество



Контакты





Источники данных



Doors Consulting – официальный исследователь рынка наружной рекламы.
География исследований: ТОП-30 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+ (73 города), 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!

