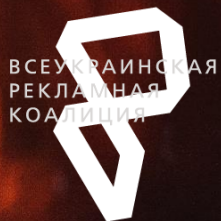


ПІДСУМКИ РОКУ 2017



ЗМІСТ

3 МІСІЯ ТА ЦІЛІ ВРК

4 НАГЛЯДОВА РАДА

6 ОБСЯГ РЕКЛАМНОГО РИНКУ 2017 І ПРОГНОЗ ОБСЯГІВ РИНКУ 2018

14 РЕЙТИНГИ АГЕНТСТВ 2016/2017 / МЕТОДОЛОГІЯ

15 РЕЙТИНГ КРЕАТИВНОСТІ І МАЙСТЕРНОСТІ 2016/2017 (РЕКЛАМНІ АГЕНТСТВА / DIGITAL АГЕНТСТВА / ДИЗАЙН-СТУДІЙ І БРЕНДИНГОВІ АГЕНТСТВО / АГЕНТСТВА МАРКЕТИНГОВИХ СЕРВІСІВ І PR-АГЕНТСТВА)

22 РЕЙТИНГ ЕФЕКТИВНОСТІ АГЕНТСТВ 2017 (КРЕАТИВНІ АГЕНТСТВА / МЕДІА АГЕНТСТВА / DIGITAL АГЕНТСТВА / АГЕНТСТВА МАРКЕТИНГОВИХ СЕРВІСІВ І PR-АГЕНТСТВА)

25 РЕЙТИНГ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕКЛАМНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ХОЛДИНГІВ 2017

28 АБСОЛЮТНИЙ РЕЙТИНГ / АГЕНТСТВО РОКУ 2017 (РЕКЛАМНІ АГЕНТСТВА / DIGITAL АГЕНТСТВА / МАРКЕТИНГОВІ АГЕНТСТВА)

30 РЕЗУЛЬТАТИ УЧАСТІ УКРАЇНСЬКИХ АГЕНТСТВ У КРЕАТИВНИХ ФЕСТИВАЛЯХ ПРОТЯГОМ 2017 РОКУ (FILM / PRINT&OUTDOOR / RADIO / DESIGN / DIGITAL / MARKETING SERVICES PROJECTS / CREATIVE USE OF MEDIA / BRANDED CONTENT / ADVERTISING CAMPAIGN)

34 ДОСЛІДЖЕННЯ "ВИБІР РЕКЛАМОДАВЦЯ 2016"

39 РЕЙТИНГИ РЕКЛАМОДАВЦІВ 2017 / МЕТОДОЛОГІЯ

39 BEST MARKETING TEAMS 2017

43 НАЙЕФЕКТИВНІШИЙ РЕКЛАМОДАВЕЦЬ/БРЕНД

44 ОСВІТНІЙ ПРОЕКТ ВРК

44 ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СЕРТИФІКАТ EASA

45 ПРОЕКТИ ВРК

45 ПРОФІЛЬНІ АСОЦІАЦІЇ

46 КОНТАКТИ ДИРЕКЦІЇ ВРК

ВСЕУКРАЇНСЬКА РЕКЛАМНА КОАЛІЦІЯ

найбільше громадське об'єднання рекламної індустрії України. До складу ВРК входить понад 160 компаній, що працюють на рекламному ринку. В основному, це лідери і найактивніші гравці рекламно-комунікаційного ринку, провідні креативні, медіа, digital, маркетингові та PR агентства, медіа та дослідницькі компанії, галузеві громадські асоціації, індустріальні комітети та рекламодавці.

МІСІЯ ВРК

розвиток цивілізованого ринку реклами в Україні.

ОСНОВНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ВРК МОЖНА РОЗДІЛИТИ ЗА ЧОТИРМА ОСНОВНИМИ НАПРЯМКАМИ:

Представлення рекламного ринку України.

Структура ринку, оцінка об'ємів, трендів, рейтинги, тощо. Склад рекламного ринку – основні гравці (агентства та рекламодавці).

Правила гри.

Закони, що діють у рекламній сфері, і все, що з цим пов'язано. Захист інтересів індустрії, лобіювання змін у законах, формування естетичних норм поведінки у рекламній сфері та моніторинг дотримання цих норм. Стандартизація термінів, визначень, юридичні експертизи.

Освітня функція ВРК.

Пропаганда вибору професії рекламіста. Вимоги до спеціальності. Допомога в організації студентської практики в агентствах, сприяння проведення студентських фестивалів реклами, студентські категорії в галузевих конкурсах. Методична робота з викладачами, надання їм необхідної інформації і т.д. Підвищення кваліфікації вже працюючих фахівців.

Підтримка соціальної реклами

Реалізацією цієї функції у рамках ВРК займається Біржа соціальної реклами.

НАГЛЯДОВА РАДА

Андрій Федорів

FEDORIV,
стратегічні питання
розвитку організації,
саморегулювання,
взаємодія основних
гравців ринку



Олександр Горлов

CMS Group,
соціальна
реклама,
Біржа
соціальної
реклами



Любов Височина

BigBoard Ukraine, АОЗР,
зовнішня
реклама,
юридичні
питання,
взаємодія з АМКУ



Віктор Ішков

VBDO Ukraine,
креативні
агентства:
правила,
тендери,
рейтинги



Енвер Кікава

Starcom Ukraine,
медіа агентства,
медіа рейтинги,
аналітика та
прогноз
рекламного
медіа ринку



Ірина Кузнєцова

DIALLA Communications,
офіційний
представник
міжнародного
фестивалю
креативності
Cannes Lions



Олексій Погорєлов

Українська
Асоціація
Видавців
Періодичної
Преси



Ірина Новікова

Незалежний експерт,
створення і
впровадження
рекламних
стандартів,
етичні норми
рекламної
практики



Анастасія Байдаченко

ADV, UDAC, ІнАУ,
digital,
інтернет-реклама,
аналітика
та прогноз



Олена Кустова

MullenLowe Adventa,
профільна
рекламна
освіта,
сертифікація
молодих
рекламістів



Ірина Золотаревич

AGAMA communications, UAPR,
PR-Індустрія



Іван Дубинський

Factum Group Ukraine,
профільні та
маркетингові
дослідження
ринку



Петро Куркчі

ORT Media,
ринок радіо
реклами



Дмитро Кутовий

Nostra communications,
національні медіа
агентства,
медіа рейтинги



Наталія Морозова

Navas Group Ukraine,
маркетингові
сервіси:
агентства і
ринок



Андрій Партика

StarLightMedia,
реклама на
телебаченні



Катерина Храмова

Prime Group,
зовнішня
реклама



Владислав Полонський

ROCKETS
Growth
Research &
Development,
VRK Growth



ОБ'ЄМ РЕКЛАМНО-КОМУНІКАЦІЙНОГО РИНКУ УКРАЇНИ 2017 ТА ПРОГНОЗ ОБ'ЄМІВ РИНКУ 2018 ЕКСПЕРТНА ОЦІНКА ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ РЕКЛАМНОЇ КОАЛІЦІЇ

Експерти Всеукраїнської рекламної коаліції підвели підсумки 2017 року та зробили прогноз розвитку ринку в наступному році.

Говорячи про обсяги рекламно-комунікаційного ринку, маються на увазі обсяги т.зв. «Прямої реклами» за всіма основними медіа каналами, які в сумі складають обсяг рекламного медіа ринку, а також окремо враховуються обсяги ринків маркетингових сервісів і PR-комунікацій. При цьому, підсумовування прямої реклами і невідкладних рекламних комунікацій між собою не відбувається.

Всі цифрові значення відображають середньозважену експертну оцінку реальних обсягів інтегральних рекламних бюджетів і не мають відношення до конкретних прайс-листів або угод.

Структурні підрозділи рекламно-комунікаційного ринку максимально наближені до існуючої міжнародної класифікації та затверджені в європейській практиці стандартів.

В обсяги рекламного ринку не включені обсяги політичної реклами і ПДВ.

У своїх прогнозах на наступний рік експерти виходять з припущень стабільної політичної і економічної ситуації, а також з існуючої правової бази, що регулює рекламу.

TV - реклама

Незважаючи на те, що з червня 2017 року продажі на ТБ-ринку тримаються на максимальному рівні, а з серпня в ефірі рекламується максимальна кількість брендів за останні 6 років, ТБ-ринок в цьому році так і не реалізував повністю свій потенціал зростання, частково змістивши його на наступний рік.

Чого не скажеш про ТБ-спонсорство, яке зростає випереджаючими темпами – частково через ротації рекламодавців в цьому сегменті, а також за рахунок високої інфляції і, звичайно, за рахунок спонсорів Євробачення.

Стабілізація макро-економічної ситуації в Україні, зростання динаміки реального ВВП, зниження темпів споживчої інфляції, зростання споживчих настроїв – все це дозволяє прогнозувати подальші високі темпи зростання рекламного ТБ-ринку України. У реалістичному сценарії на 2018 рік + 25%, але цілком можливо, що зростання ТБ/медіа-ринку буде скоректований і в більш високі темпи, ніж + 25%. Також експерти відзначають потенціал збільшення частки ТБ на медіа-ринку у зв'язку з низькою вартістю тисячі контактів для більшості цільових аудиторій рекламодавців, з одного боку, і відсутністю прозорого моніторингу у одних медіа каналів, і/або уповільненням динаміки інфляції у інших медіа.

Реклама у пресі (друкована реклама)

Після безпрецедентного скорочення рекламного ринку в Україні на 75% в 2014-2016 роках, у 2017 році почалося відновлення загальних обсягів реклами, яке, звичайно, позначилося на відновленні і друкованої реклами. Очевидно, що процес буде продовжений і в 2018 році.

Крім "відновлювального" тренду, Експертна Рада Української Асоціації Медіа Бізнесу (УАМБ) виділяє ще такі фактори, прогножуючи розвиток ринку преси в 2018 році:

- Зростання довіри до медіа з якісним контентом у платоспроможної аудиторії. Саме якісний контент відрізняє видавничі компанії від інших медіа.
- Видавці зазначають збільшення інтересу до мультиплатформених рішень, в які інтегровані і традиційні газети і журнали. Таким чином, зростає частка мультимедійних спецпроектів і "автоматично" зростає обсяг рекламних розміщень в друкованих ЗМІ.
- Деякі рекламодавці, зокрема, в категоріях "косметика і парфумерія", "будівництво та ремонт", повертають пресу у свої медіамікси. Крім того, реклама в пресі працює ефективно з чітко окресленими цільовими аудиторіями (наприклад, luxury журнали) і зрозумілою географією поширення (особливо це стосується місцевих видань).
- У 2018 році журнали-лідери, кожен в своєму сегменті, планують підвищити вартість розміщення на 10-15%, так що свій внесок в зростання ринку преси внесе і медіа інфляція.

Радіо реклама

Цей медіа канал останні кілька років показує унікальну стабільність. Зростання річних обсягів у 20%. Без стрибків-прискорень, без падінь-провалів. Найактивнішими рекламодавцями на радіо залишаються ритейлери. Зниження радіорекламної активності у телекому компенсували автозаправні комплекси. Алкоголь, користуючись легальною можливістю комунікувати з аудиторією в якості спонсора, також вкрай важливий для радіо як категорія.

Out Of Home Media (OOH Media)

У частині зовнішньої реклами відбулися технічні зміни, що стосуються абсолютного значення обсягів даної категорії. Щороку експерти ВРК в тісній взаємодії з іншими індустріальними асоціаціями намагаються поліпшити методологію і точність оцінки обсягів медіа ринку. У 2017 році з ініціативи Індустріального Комітету Зовнішньої Реклами (ІКЗР) була проведена переоцінка обсягів щитової зовнішньої реклами, реклами на транспорті і внутрішньої реклами (indoor). Розроблена ІКЗР методологія використовує всі доступні на даний момент інструменти: дані моніторингу, незалежні оцінки рівня заповнення і продажу рекламних площин, експертні оцінки по тих сегментах, які не потрапляють в зону моніторингу, тощо. У результаті здійсненої переоцінки, загальний обсяг ринку зовнішньої реклами «приріс» практично на 1 мільярд гривень: з 1,76 млрд. до 2,69 млрд.

Оскільки зміни в зовнішній рекламі носять "технічний" характер, то оцінювати у відсотках зростання ринку в цьому сегменті некоректно. Більш того, дані з цього медіа каналу помітно впливають на загальну динаміку ринку, тому при оцінці загального річного зростання ринку також не враховувалися.

Інтернет (Digital) реклама

Перш за все зазначимо, що в структурі цього ринкового сегмента в прогнозі на 2018 внесені зміни: обсяг бюджетів мобільної реклами розбитий за джерелами і доданий до відповідних рядків: банерна реклама, спонсорство, цифрове відео... При цьому, була додана колонка – частка бюджетів мобільного трафіку .

Оцінка формується на підставі даних дослідження Інтернет Асоціації України (ІНАУ) за перше півріччя з допущенням, що обсяг першого півріччя 2017 складе 45% від року. Для сірих зон дослідження ІНАУ (обсяг Youtube, Facebook, пошук) застосовуються збільшуючі поправочні коефіцієнти.

Істотно змінена база цифрового відео за рахунок частки Youtube і додавання частки мобільного трафіку, що дало технічне зростання 82%.

Зростання ринку в 2018 році очікується в першу чергу за рахунок пошуку і цифрового відео, частка мобільного трафіку складе не менше 55% в пошуку і близько 35% в цифровому відео.

Ключовим фактором позитивної динаміки ринку в 2018 стане органічне зростання споживання мобільного Інтернет як медіа. Спонсорство виросте в основному за рахунок зростання попиту великих рекламодавців на комплексні проекти. Інший Діджитал "підніметься" за рахунок органічного зростання попиту на виробництво і валютної складової.

Digital реклама

	Підсумки 2016 р., млн грн	Підсумки 2017 р., млн грн	Відсоток зміни 2017 до 2016	Прогноз на 2018 р., млн грн	Відсоток зміни 2018 до 2017	Частка мобільного трафіку
Пошук (платна видача у пошуковиках), включаючи частину GDN	1200	1800	50%	2700	50%	55%
Банерна реклама, оголошення в соціальних мережах, rich медіа	750	825	10%	920	12%	50%
Спонсорство	160	181	13%	230	27%	20%
Мобільна реклама	250	425	70%	XXX	XXX	XXX
Цифрове відео, вкл. Youtube	460	713	55%	1300	82%	35%
Інший діджитал	320	400	25%	500	25%	
Всього:	3140	4344	38%	5650	30%	

Таким чином, можна відзначити, що серпневий прогноз динаміки медіа ринку від експертів ВРК виявився досить точним. Друге півріччя 2017 року не принесло помітних сюрпризів і розвиток практично всіх медіа каналів проходив за запланованою траєкторією.

Український медіа ринок у 2017 році показує зростання, якому багато сегментів бізнесу можуть тільки позаздрити: **+30%** відносно 2016 року.

У 2018 року ВРК очікує, що рекламодавці продовжать нарощувати інвестиції в різні канали комунікації. Однак, динаміка зростання при цьому буде знижуватися. Попередні два роки рекламний ринок розвивався набагато швидше ніж більшість товарних категорій та економіки України в цілому, оскільки продовжував відновлюватися після кризи.

З кожним наступним роком ефект відкладеного попиту знижується і зростання рекламних інвестицій буде все більше корелювати з загальними економічними реаліями.

За попередніми прогнозами український медіа ринок в 2018 році зросте на **26%**, і в грошовому вираженні перевалить за позначку в **20 мільярдів гривень**.

Рекламний медіаринок України

	Підсумки 2016 р., млн грн	Підсумки 2017 р., млн грн	Відсоток змін 2017 до 2016	Прогноз на 2018 р., млн грн	Відсоток змін 2018 до 2017
ТБ-реклама, всього	5 676	7 329	29%	9 259	26%
<i>Пряма реклама</i>	4 965	6 355	28%	7 944	25%
<i>Спонсорство</i>	711	974	37%	1 315	35%
Преса, всього	1 150	1 355	18%	1 597	18%
<i>Національна преса</i>	680	816	20%	963	18%
<i>Регіональна преса</i>	190	224	18%	262	17%
<i>Спеціалізована преса</i>	280	315	13%	372	18%
Радіореклама, всього	400	480	20%	578	20%
<i>Національне радіо</i>	290	348	20%	418	20%
<i>Регіональне радіо</i>	39	47	20%	54	15%
<i>Спонсорство</i>	71	85	20%	107	25%
ООН Media, всього	1 240	2 691	технічний зріст	3 330	24%
<i>Щитова реклама</i>	1 081	2 263	<i>технічний зріст</i>	2 829	25%
<i>Транспортна реклама</i>	77	327		382	17%
<i>Indoor реклама (вкл. Indoor Video)</i>	82	102		119	17%
Реклама в кінотеатрах	35	40	15%	46	15%
Digital реклама	3 140	4 344	38%	5 650	30%
ПІДСУМКИ Медіа Ринок	11 641	16 240	40%	20 460	26%

Ринок маркетингових сервісів рекламно-комунікаційного ринку України

Як відзначають експерти Міжнародної Асоціації Маркетингових Ініціатив (МАМІ), в 2017 році на ринку маркетингових сервісів був помітний зріст в усіх напрямках. Все так само ефективним є спілкування зі споживачем в ритейлі, що збільшило обсяг Consumer marketing до 20%. Популярними залишаються програми Trade і Loyalty marketing. Event Marketing виріс за рахунок проведення Євробачення в Україні та івент-маркетингової активності брендів. З огляду на інфляційні процеси, в цілому зростання ринку склало + 18%.

Прогноз на 2018 рік також цілком оптимістичний + 16%.

Очікується активність Event Marketing за рахунок проведення фіналу Ліги чемпіонів в травні 2018. Все більше компаній повертаються до сервісних каналів маркетингових комунікацій, тому всі основні компоненти цього ринку будуть популярні. Що дозволяє прогнозувати зростання ринку маркетингових сервісів в цілому.

	Підсумки 2016 р., млн грн	Підсумки 2017 р., млн грн	Відсоток змін 2017 до 2016	Прогноз на 2018 р., млн грн	Відсоток змін 2018 до 2017
Об'єм ринку Маркетингових сервісів, всього	1 848	2 189	18%	2 536	16%
<i>Trade marketing (Мерчандайзінг, Trade promo, Програми мотивації та контролю персоналу)</i>	796	955	20%	1 098	15%
<i>Loyalty marketing (Mailing, DB management, Contact-Center)</i>	617	710	15%	816	15%
<i>Consumer marketing</i>	286	343	20%	412	20%
<i>Event Marketing and Sponsorship</i>	86	112	30%	134	20%
<i>Нестандартні комунікації (life placement, ambient media)</i>	63	69	10%	76	10%

Оцінка об'ємів ринку PR послуг

На думку Української Асоціації PR (UAPR) бюджети фактично збільшилися в гривні чітко з відповідністю до девальвації національної валюти (8-10%). При цьому відзначалися наступні основні тренди:

- фокус в активностях і, відповідно, бюджет на діджитал,
- збільшився попит на роботу з лідерами думок і блогерами, аніж на роботу із засобами масової інформації,
- зростання попиту на аналітичні продукти і дослідження, включаючи моніторинг та аналіз соціальних мереж,
- збільшення бюджету на спеціальні ювілейні активності у компаній, які будуть відзначати 25-річчя своєї діяльності в Україні (таких компаній було багато в нинішньому році і буде багато в 2018 році - так як це перші роки незалежності України, коли багато компаній виходили на наш ринок),
- зростання попиту на кризові комунікації, public affairs, тренінги,
- зростання клієнтських очікувань інтегрованих комунікаційних рішень,
- перевага проектного підходу до реалізації завдань.

Прогноз на наступний рік стримано оптимістичний + 10%.

	Підсумки 2016 р., млн грн	Підсумки 2017 р., млн грн	Відсоток змін 2017 до 2016	Прогноз на 2018 р., млн грн	Відсоток змін 2018 до 2017
PR ринок	295	325	10%	358	10%

Підсумки

Рекламно-комунікаційна індустрія України в 2017 році, переконавшись на досвіді попередніх кількох років, що особливих економічних чудес в нинішніх політичних реаліях чекати безглуздо, вона продовжила відновлюватися після серйозного падіння кількох років давності. Так, експоненти в розвитку не сталося, але і 30-ти відсотковий приріст медіа ринку зовсім не поганий результат в контексті того, що відбувається.

Продовжимо залишатися оптимістами. Давайте в 2018 році станемо всі рішуче багатшими мінімум на 26%, при цьому кожен, хто прочитає цей прогноз і повірить в нього всім серцем – навіть на всі 30% і більше!

РЕЙТИНГИ АГЕНТСТВ 2016/2017

МЕТОДИКА РЕЙТИНГУВАННЯ

Рейтингівання проводиться виконавчою дирекцією Всеукраїнської рекламної коаліції (ВРК) за правилами, встановленими Управлінням ВРК.

Правила рейтингівання приймаються згідно з процедурою голосування, виявленою в Статуті ВРК, а саме – на засіданні Правління не менш ніж двома третинами голосів членів Правління. Правила приймаються на строк мінімум 1 календарного року, протягом якого правила не можуть бути переглянутими. Виключеннями є форм-мажорні ситуації.

Всі агентства рекламно-комунікаційного ринку України можна класифікувати за наступними спеціалізаціями в залежності від їх ключової компетенції:

- Креативні агентства,
- Медіа агентства,
- Digital агентства,
- Маркетингові агентства (агентства маркетингових сервісів) та PR агентства,
- Брендінгові агентства і дизайн-студії.

ВРК розуміє певну умовність даної класифікації. Тим не менш, на даному етапі розвитку рекламно-комунікаційного ринку України пропонується прийти їй у такому вигляді як засіб, спрямований на підвищення коректності рейтингів.

Всі агентства, що взяли участь у рейтингіванні ВРК, мають самостійно, шляхом самозаяви, визначитись зі своєю ключовою компетенцією, і обрати, до якого типу агентств вони відносяться. Кожне агентство може класифікуватись одноразово. За неможливості агентству виявити свою єдину спеціалізацію, участь у рейтингіванні департаментів таких агентств з іншою спеціалізацією допускається. При цьому назва таких департаментів/підрозділів має відрізнятись від назви агентства, а залікові бали таких департаментів не додаються до балів «основного» агентства.

РЕЙТИНГ КРЕАТИВНОСТІ ТА МАЙСТЕРНОСТІ 2016/2017

Рейтинг складається на основі балів, отриманих агентствами, що отримували нагороди на рекламних фестивалях і конкурсах протягом фестивального сезону. Список фестивалей і конкурсів та їх коефіцієнти визначаються окремим Додатком до даних Індустріальних стандартів. Цей список встановлюється на один фестивальний сезон. Умовний початок і кінець сезону традиційно визначається датами КМФР (з 1 червня поточного року і до 1 липня наступного року).

Фестивалі, що ввійшли у список вагомих для рейтингу Creativity & Craft, мають задовольняти наступні принципи:

- мати «кредиту історію», історію відносин з українськими рекламними агентствами, участі і перемоги на таких фестивалях, участі українських рекламистів у журі, відносини з ВРК, тощо,
- престижність перемоги, нагород, «популярність» фестивалю у рекламній спільноті,
- можливість перемогти, отримати нагородні бали,
- територіальна доцільність, вплив безпосередньо на розвиток вітчизняного рекламного ринку
- прозорі правила оцінювання робіт.

Число фестивалів у рейтингу повинно бути достатнім, аби забезпечити можливість якомога більшій кількості агентств набирати призові бали, сприяти їх кількісній диференціації, тим самим, збільшуючи коректність «матриці спостережень». З іншої сторони, оскільки чисельність рекламних фестивалів і конкурсів у світі велика, і має тенденцію збільшуватись, ВРК встановлює кількісний ліміт у розмірі 20-и фестивалів. Таким чином, за досягнення ліміту у 20 конкурсів, введення «нового» фестивалю до рейтингу має означати – виключення з рейтингу іншого рекламного змагання.

Рейтингові бали у Creativity & Craft ранкінгу отримують тільки учасники, зазначені у конкурсній заявці, як ті, хто подав свою конкурсну роботу. Іншим агентствам і учасникам творчих команд бали не зараховуються. Залікові бали не дублюються і не діляться.

Організатор фестивалю/конкурсу не може бути одночасно учасником рейтингу. При цьому ВРК розглядає питання не формально, а по суті. Якщо організатором виступає не агентство безпосередньо, але якимось чином з ним пов'язана (його засновниками, топ-менеджментом) особистість, то цей факт також підпорядковується зазначеному вище правилу.

Для Creativity & Craft рейтингу встановлюється загальний список фестивалей і конкурсів. Незалежно від спеціалізації конкурсів або агентств. Всі вагові значення (бали за нагороди, коефіцієнти фестивалей і конкурсів) також уніфікуються. Проте підрахунок балів і формування рейтингу проводиться згідно з прийнятою вище класифікацією агентств.

Бали рейтингу Creativity & Craft (базові величини):

- Фіналіст (short-list) = 2 бали,
- Бронза = 4 бали,
- Срібло = 6 балів,
- Золото = 8 балів,
- Краща робота конкурсу (Гран-прі конкурсу) = 10 балів,
- Гран-прі фестивалю = 15 балів.

У випадку отримання агентством спеціальних нагород, до рахунку рейтингу йде тільки спеціальна нагорода від журі = 1 бал. Спонсорські нагороди та глядацькі симпатії додаткових балів агентству не приносять.

У випадку, якщо роботи із одної рекламної серії отримують декілька нагород в одному конкурсі (категорії), до рейтингу йде лише кращий результат – тобто, призові бали не сумуються, за випадком Гран-Прі Фестивалю. Призові бали за Гран-Прі Фестиваль, сумуються додатково.

Рекламний фестиваль може мати різні коефіцієнти для своїх конкурсів. Ця обставина враховує наявність спеціалізованого журі, престижність і «адекватність» нагород з «кредитної історії» фестивалю.

З врахування того, що протягом сезону той або інший фестиваль може змінити свої умови, збільшити число номінацій або принципи формування журі, ВРК залишає за собою право передивлятися вагові коефіцієнти з врахуванням внесених змін.

СПИСОК ФЕСТИВАЛІВ І КОНКУРСІВ, БАЛИ ЗА ЯКІ ЙДУТЬ У ЗАЛІК РЕЙТИНГУ CREATIVITY & CRAFT СЕЗОНУ 2016/2017

	Festivals / Awards	Index
1	Cannes Lions	20
2	EPICA	10
3	ADC*E	10
4	Eurobest	7
5	Red Dot	7
6	Webby Awards	5
7	European Design Awards	5
8	FWA	5
9	Ad Black Sea	3
10	Golden Drum	3
11	КМФР	2
12	WOW DONE AWARDS	1,5
13	ADC*UA	1,5
14	Белый Квадрат	1,5
15	Ukrainian Design: The Very Best Of	1
16	KAKADU	1

СПИСОК ФЕСТИВАЛІВ І КОНКУРСІВ, БАЛИ ЗА ЯКІ ЙДУТЬ У ЗАЛІК РЕЙТИНГУ CREATIVITY & CRAFT СЕЗОНУ 2017/2018

	Festivals / Awards	Index
1	The FWA	k=5
2	Cannes Lions	k=20
3	AD BLACK SEA	k=3
4	UCW: ADC*UA	k=1,5
5	UCW: KAKADU	k=1,0
6	UCW: Ukrainian Design: The Very Best Of	k=1
7	Red Dot	k=7
8	ADC*E	k=10
9	Epica Awards	k=10
10	Eurobest	k=7
11	WOW DONE AWARDS	k=1,5
12	Webby Awards	k=5
13	White Square	k=1,5
14	European Design Awards	k=5
15	KIAF	k=2

РЕКЛАМНІ АГЕНТСТВА

№	Agency	Points
1	BBDO Ukraine	317
2	Saatchi&Saatchi Ukraine	305
3	PROVID	180
4	Electric Sheep Film	102
5	visageDDB	64
6-7	Arriba!	54
6-7	Geometry Global Ukraine	54
8	Inter Promo	27
9	GRAPE Ukraine	24
10	Кінограф	23
11	VANDOG AGENCY	19
12	TABASCO	18
13	Scholz & Friends Kyiv	17
14	THINKMcCANN	10
15-17	TWIGA Idea	8
15-17	TBWA\Ukraine	8
15-17	Cheil Ukraine	8
18	Creative agency "4Press"	6
19-20	MullenLowe Adventa	4
19-20	Serviceplan Ukraine	4
21-22	Galagan	2
21-22	Студія маркетингу та дизайну MUST	2

DIGITAL АГЕНТСТВА

№	Agency	Points
1	ISD Group	287
2	AIMBULANCE	192
3	Smartica/Skykillers	88
4	Adpro	56
5	Vintage	49
6	Postmen	48
7	AGAMA Digital Group	35
8-9	the MakeApp	12
8-9	Cохо	12
10	YARCHE	10
11-12	Денис Невожай	8
11-12	NII	8
13	ITCG	7
14-15	Havas Digital Kyiv	6
14-15	Діджитал відділ телеканалу "Україна"	6
16-17	Дмитро Новіков	4
16-17	iplace	4
18-22	Sponge D&D	2
18-22	Eleks	2
18-22	Євген Максимчук	2
18-22	Кирило Жаркий	2
18-22	Максим Хоменко	2

ДИЗАЙН-СТУДІЇ І БРЕНДИНГОВІ АГЕНТСТВА

№	Agency	Points
1	Tough Slate Design	222
2	Ginger Brand	88
3	Graphic design studio by Yurko Gutsulyak	50
4	Департамент дизайну 1+1	22
5	Вадим Ревін	18
6	Brave Branding	16
7	Іван Вищепан	14
8	Департамент промо и дизайна ICTV	12
9-11	Дмитро Верьовкін	10
9-11	Андрій Хір	10
9-11	art studio Agrafka	10
12	Дизайн-студія Glad Head	8
13-15	Graphinya studio	6
13-15	Marakas_Design Studio	6
13-15	Brandon Archibald	6

16-19	Artkai	4
16-19	Molto Bureau	4
16-19	Pink Water	4
16-19	Анна Васюник	4
20-31	hooga.creative	2
20-31	Lera Sxemka	2
20-31	Андрій Бармалей	2
20-31	Катерина Яцушек	2
20-31	Марта Лешак	2
20-31	Дмитро Хруневич	2
20-31	Ігор Томенчук	2
20-31	Альона Соломадіна	2
20-31	Мирослав Трофимук	2
20-31	Євгенія Ринжук	2
20-31	Департамент дизайну СТБ	2
20-31	Дмитро Растворцев	2

АГЕНТСТВА МАРКЕТИНГОВИХ СЕРВІСІВ

№	Agency	Points
1	Talan Group	48
2	MEX Advertising	10
3	RAM 360° Agency	3

РЕЙТИНГ ЕФЕКТИВНОСТІ

Система нарахування балів українським учасникам Effie Awards відповідає міжнародній шкалі Effie Index. Конкурсна робота, що потрапила в:

- short-list, приносить в актив агентства 2 бали,
- бронза – 4 бали,
- срібло – 6 балів,
- золото – 8 балів, і тільки за
- Гран-Прі йде нарахування 12 балів.

Крім того, учасники отримують додаткові бали, якщо вони вказані в заявці в якості «другого агентства». Доповненням до міжнародних правил є підвищувальні коефіцієнти 5 і 10, встановлені відповідно за перемоги в Effie Europe і Effie Global. Інших коефіцієнтів за перемоги в інших Effie програмах або нарахування балів за конкурси поза Effie програми не передбачається.

РЕКЛАМНІ АГЕНТСТВА

Rank 2017	Agency	Points/Primary agency	Points/Contributing agency	Amount
1	Kinograf	56	-	56
2	Banda Agency	50	-	50
3	ROCKETS. Growth R&D	42	-	42
4	THINKMcCANN	30	-	30
5-6	PROVID	16	-	16
5-6	TWIGA'Idea	14	2	16
7	Tabasco creative agency	14	-	14
8	Ogilvy & Mather Ukraine	12	-	12
9	BART&FINK	10	-	10
10-11	MullenLowe Adventa	8	-	8
10-11	TBWA\Ukraine	8	-	8
12-14	Geometry Global Ukraine	6	-	6
12-14	Serviceplan Ukraine	6	-	6

12-14	Visage DDB	6	-	6
15-19	AdShot Creative	2	-	2
15-19	GOODMEDIA	2	-	2
15-19	Havas Ukraine	2	-	2
15-19	Scholz&Friends Kyiv	2	-	2
15-19	FREE BRAND	-	2	2
20-21	FCBIbox	-	1	1
20-21	SAATCHI & SAATCHI	-	1	1

DIGITAL AГEHTCTBA

Rank 2017	Agency	Points/Primary agency	Points/Contributing agency	Amount
1	Postmen	36	-	36
2-3	AGAMA Digital Group	6	12	18
2-3	ISD Group	18	-	18
4	NEOS Digital	-	13	13
5	Hoshva DGTL	8	-	8
6-7	Studio7	-	7	7
6-7	TWIGA Digital	-	7	7
8-9	CF.Digital	6	-	6
8-9	TV lab	6	-	6
10	Sigma Digital	-	5	5
11-12	ODDEE Agency	4	-	4
11-12	Plus One DA	4	-	4
13	Wizard Postproduction & Digital	-	3	3
14	MokCo digital agency	2	-	2
15-16	Havas Digital	-	1	1
15-16	Resolution Media Ukraine	-	1	1

МЕДІА АГЕНТСТВА

Rank 2017	Agency	Points/Primary agency	Points/Contributing agency	Amount
1	OMD Media Direction Ukraine	2	34	36
2	UM (Universal McCann)	-	25	25
3	Zenith	-	12	12
4	Media First Ukraine (TWIGA UKRAINE)	4	7	11
5-7	Initiative	6	1	7
5-7	Optimum Media OMD	6	1	7
5-7	Navigator Media	-	7	7
8-9	MEDIA EXPERT	-	3	3
8-9	Starcom	-	3	3

АГЕНТСТВА МАРКЕТИНГОВИХ СЕРВІСІВ І PR

Rank 2017	Agency	Points/Primary agency	Points/Contributing agency	Amount
1	Gres Todorchuk PR	20	-	20
2	Hoshva PR	-	18	18
3	NEBO Event Management	-	13	13
4	MAG MS	-	8	8
5	TMA Communications (Adsapience)	6	-	6
6	Full Contact	-	5	5
7-8	MOMENTUM	-	3	3
7-8	Talan Group	-	3	3
9-10	MedInform Ukraine (TWIGA UKRAINE)	-	2	2
9-10	LoviVideo (TWIGA UKRAINE)	-	2	2
11-12	Be-It Agency	-	1	1
11-12	HAVAS ENGAGE UKRAINE	-	1	1

РЕЙТИНГ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕКЛАМНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ХОЛДИНГІВ УКРАЇНИ

Rank 2017	Holding name	Points
1	AGAMA communications	81
2	ADV Group Ukraine (razom communications)	72
3	TWIGA UKRAINE	38
4	CMS Group	24
5	Publicis One	16
6	MEDIA ARTS GROUP UKRAINE	8
7	Dentsu Aegis Network Ukraine	7
8	Havas Group Ukraine	4

Звертаємо увагу, що в рекламно-комунікаційні холдинги для даного рейтингу агентства були об'єднані по факту їх "українського управління" бізнесів без прив'язки до міжнародних холдингів.

ОБ'ЄДНАНИЙ РЕЙТИНГ ЕФЕКТИВНОСТІ КОМУНІКАЦІЙНИХ АГЕНТСТВ ЗА ПІДСУМКАМИ EFFIE AWARDS UKRAINE 2017

Rank 2017	Agency	Points/Primary agency	Points/Contributing agency	Amount
1	Kinograf	56	-	56
2	Banda Agency	50	-	50
3	ROCKETS. Growth R&D	42	-	42
4-5	OMD Media Direction Ukraine	2	34	36
4-5	Postmen	36	-	36
6	THINKMcCANN	30	-	30
7	UM (Universal McCann)	-	25	25
8	Gres Todorchuk PR	20	-	20

9-11	AGAMA Digital Group	6	12	18
9-11	ISD Group	18	-	18
9-11	Hoshva PR	-	18	18
12-13	PROVID	16	-	16
12-13	TWIGA'Idea	14	2	16
14	Tabasco creative agency	14	-	14
15-16	NEOS Digital	-	13	13
15-16	NEBO Event Management	-	9	13
17-18	Ogilvy & Mather Ukraine	12	-	12
17-18	Zenith	-	9	12
19	Media First Ukraine (TWIGA UKRAINE)	4	7	11
20	BART&FINK	10	-	10
21-24	Hoshva DGTL	8	-	8
21-24	MullenLowe Adventa	8	-	8
21-24	TBWA\Ukraine	8	-	8
21-24	MAG MS	-	8	8
25-29	Initiative	6	1	7
25-29	Optimum Media OMD	6	1	7
25-29	Studio7	-	7	7
25-29	Navigator Media	-	7	7
25-29	TWIGA Digital	-	7	7
30-35	CF.Digital	6	-	6
30-35	Geometry Global Ukraine	6	-	6
30-35	Serviceplan Ukraine	6	-	6
30-35	TMA Communications (Adsapience)	6	-	6
30-35	Visage DDB	6	-	6
30-35	TV lab	6	-	6
36-38	Starlight Brand Content	2	3	5
36-38	Sigma Digital	-	5	5
36-38	Full Contact	-	5	5
39-40	ODDEE Agency	4	-	4
39-40	Plus One DA	4	-	4

41-47	MOMENTUM	-	3	3
41-47	Republique	-	3	3
41-47	Talan Communications	-	3	3
41-47	MEDIA EXPERT	-	3	3
41-47	Starcom	-	3	3
41-47	Starlight Digital	-	3	3
41-47	Wizard Postproduction & Digital	-	3	3
48-56	AdShot Creative	2	-	2
48-56	GOODMEDIA	2	-	2
48-56	Havas Ukraine	2	-	2
48-56	MokCo digital agency	2	-	2
48-56	Scholz&Friends Kyiv	2	-	2
48-56	FREE BRAND	-	2	2
48-56	MedInform Ukraine (TWIGA UKRAINE)	-	2	2
48-56	LoviVideo (TWIGA UKRAINE)	-	2	2
48-56	Production House «Lime Lite Studio»	-	2	2
57-63	FCBIbox	-	1	1
57-63	SAATCHI & SAATCHI	-	1	1
57-63	Resolution Media Ukraine	-	1	1
57-63	Be-It Agency	-	1	1
57-63	HAVAS ENGAGE UKRAINE	-	1	1
57-63	Havas Digital	-	1	1
57-63	Syndicate production	-	1	1

АБСОЛЮТНИЙ РЕЙТИНГ / АГЕНТСТВО РОКУ 2016

Рейтинг Агентство року 2017 (Agency of the Year 2017) є сумою двох рейтингів - Creativity & Craft і Ефективності. У ньому беруть участь виключно агентства, які фігурують одночасно в двох рейтингах.

При цьому діють такі правила:

- За місця в рейтингу дається: 1 місце – 100 балів, 2 місце – 90, 3 місце – 80, 4 місце – 70, 5 місце – 60, 6 місце – 50, 7 місце – 40, 8 місце – 30, 9 місце – 20, 10 місце – 10, все місця більше 10 – по 5 балів;
- Кількість балів за креативність і майстерність або за ефективність значення не мають, важливі тільки ранки;
- У випадку якщо агентства розділяють одну позицію у ранку, зараховується значення, що відповідає найбільш високому ранку (наприклад, агентства розділяють місця з 5 по 7, всі три агентства зараховуються до рейтингу «Агентство року» та отримують по 60 балів)
- Для рейтингу «Агентство року» встановлюються відповідні вагомні коефіцієнти: Creativity & Craft рейтинг – 60%, Рейтинг ефективності – 40%.
- У рейтингу беруть участь виключно агентства, що фігурують у двох рейтингах: Creativity & Craft та Ефективності.

РЕКЛАМНЕ АГЕНТСТВО РОКУ 2017

Rank	Agency	Creative (60%)	Effectiveness (40%)	Amount
1	PROVID	48	24	72
2	Saatchi&Saatchi Ukraine	54	2	56
3	Kinograf	6	40	46
4	visageDDB	36	2	38
5	Geometry Global Ukraine	30	2	32
6	THINKMcCANN	3	28	31
7	TWIGA'Idea	3	24	27
8	Tabasco creative agency	3	16	19
9-10	MullenLowe Adventa	3	4	7
9-10	TBWA\Ukraine	3	4	7
11-12	Scholz & Friends Kyiv	3	2	5
11-12	Serviceplan Ukraine	3	2	5

DIGITAL-АГЕНТСТВО ПОКУ 2017

Rank	Agency	Creative (60%)	Effectiveness (40%)	Amount
1	ISD Group	60	36	96
2	Postmen	30	40	70
3	AGAMA Digital Group	24	36	60
4	Havas Digital	3	2	5

МАРКЕТИНГОВЕ АГЕНТСТВО ПОКУ 2017

Rank	Agency	Creative (60%)	Effectiveness (40%)	Amount
1	Talan Group	60	16	76

РЕЗУЛЬТАТИ УЧАСТІ УКРАЇНСЬКИХ АГЕНТСТВ У КРЕАТИВНИХ РЕКЛАМНИХ ФЕСТИВАЛЯХ 2017 РОКУ

Дані підрахунки вказують на успішність кожного з агентств в тій або іншій рекламній дисципліні. Після перегляду результатів, всім гравцям рекламно-комунікаційного ринку України стане відомо, хто створював у 2017 році кращі принти, digital-проекти, кампанії маркетингових сервісів, найбільш креативні рекламні ролики, тощо. Це не рейтинг, але тим не менш такого роду індикатор корисний як агентствам, так і клієнтам.

При підрахунку результатів агентства не розділялись за спеціалізаціями, як це відбувається у Рейтингах креативності та майстерності або Рейтингах ефективності. Сума балів складається за підсумками фестивалей реклами з 1 січня до 31 грудня 2017 року. Для підведення підсумків було вибрано 9 фестивалів конкурсів: Film & Film Craft, Print & Outdoor, Radio, Digital, Design, Marketing Services, Creative use of Media, Branded Content, Advertising Campaign.

BEST OF FILM & FILM CRAFT 2017

№	Agency	Points
1	Electric Sheep Film	111
2	FAMILY PRODUCTION	64
3	Inter Promo	51
4	Tabasco	33
5	Saatchi & Saatchi	25
6	23/32 films	24
7	ISD Group	22
8	Havas Ukraine	17
9	ESSE Production House	16
10	1+1 media group	14
11	BBDO Ukraine	12
12-13	PROVID	11
12-13	Arriba!	11
14	Телеканал СТБ	10
15-16	NO STARS	8
15-16	Postmen	8

17	MAGAI PRODUCTION	4
18	Royal Advertising	3
19-22	Madcats agency	2
19-22	MullenLowe Adventa	2
19-22	Vitamin branding agency	2
19-22	Юлія Мироненко	2

BEST OF PRINT & OUTDOOR 2017

№	Agency	Points
1	BBDO Ukraine	361
2	Geometry Global	134
3	Tough Slate Design	92
4	visageDDB	55
5	ISD Group	46
6	Scholz & Friends Kyiv	37
7	PROVID	31
8	Smartica/Skykillers	28
9-11	NII	8

9-11	TBWA/Ukraine	8
9-11	TWIGA Idea	8
12-13	Galagan	6
12-13	Postmen	6
14	YARCHE	4
15-16	ILL&MATES	2
15-16	Vandog Agency	2

BEST OF RADIO 2017

№	Agency	Points
1	PROVID	27
2	BBDO Ukraine	12
3	AGAMA Digital Group	2

BEST OF DESIGN 2017

№	Agency	Points
1	Tough Slate Design	354
2	Banda Agency	98
3	ISD Group	93
4	BBDO Ukraine	71
5	Graphic design studio by Yurko Gutsulyak	56
6	Saatchi & Saatchi	50
7	Scholz&Friends Kyiv	46
8	Arriba!	38
9	1+1 media group	36
10	Vintage	25
11	Brandon Archibald	21
12	CUBE44	20
13	Департамент дизайну СТБ	14
14-19	art studio Agrafka	10
14-19	Наташа Коваль	10

14-19	Design studio LIS	10
14-19	Solar Digital	10
14-19	Агенти Змін	10
14-19	Ольга Ужикова	10
20	Ginger Brand	9
21-25	Postmen	8
21-25	Smartica/Skykillers	8
21-25	Galagan branding agency	8
21-25	LLIWELL studio of creation	8
21-25	mirrolab	8
26-29	Madcats agency	6
26-29	Serviceplan Ukraine	6
26-29	visageDDB	6
26-29	Sanape Agency	6
30	Юліана Стрипа	5
31-37	ARTKAI	4
31-37	Facility	4
31-37	Spiilka Design Büro	4
31-37	АРХИТЕКТУРНА ГРУПА ЦЕХ	4
31-37	Олександр Гусаков	4
31-37	Ростислав Сороковий, Ірина Гуменчук	4
31-37	Ярослав Шкрібляк	4
38-39	PROVID	3
38-39	R agency	3
40-69	3Z Studio	2
40-69	Adprolsobar	2
40-69	Алекс Котовсков	2
40-69	ARTEMOV ARTEL	2
40-69	Glad Head	2
40-69	Gram branding	2
40-69	Graphinya	2
40-69	Happy Design Studio	2
40-69	hooga creative	2
40-69	ILL&MATES	2
40-69	Антоніна Юрченко	2

40-69	Lazarev.agency	2
40-69	MARAKAS_DESIGN Studio	2
40-69	MEAT Agency	2
40-69	Other Land	2
40-69	Razom studio	2
40-69	the23design	2
40-69	Vitamin branding agency	2
40-69	Halo Lab	2
40-69	Віра Білостоцька	2
40-69	Роман Виноградний	2
40-69	Марта Гожа	2
40-69	Юлія Кононенко	2
40-69	Олександра Корчевська	2
40-69	Сергій Мельник	2
40-69	Євгеній Образцов, Микита Момот	2
40-69	Михайло Поливанов	2
40-69	Олександр Супрун	2
40-69	Ольга Ткаченко	2
40-69	Поліна Чегринець	2

BEST OF DIGITAL 2017

№	Agency	Points
1	ISD Group	198
2	Vintage	58
3	Agama Digital Group	45
4	AdproIsoBar	34
5	Saatchi & Saatchi	27
6	Tough Slate Design	22
7	Aimbulance	19
8	Postmen	15
9	COXO	12
10	Cheil Ukraine	8
11-13	BBDO Ukraine	7

11-13	PROVID	7
11-13	Іван Вищепан	7
14	Engine Digital	6
15	ITCG	5
16-17	Smartica/Skykillers	3
16-17	Havas Digital	3
18	Zharkiy production	2

BEST OF MARKETING SERVICES PROJECTS 2017

№	Agency	Points
1	ISD Group	47
2	Aimbulance	27
3	Saatchi & Saatchi	15
4	visageDDB	12
5-7	BBDO Ukraine	9
5-7	Postmen	9
5-7	Kinograf	9
8	NII	6
9-12	THINKMcCANN	3
9-12	Havas Digital	3
9-12	RAM360	3
9-12	Havas Engage	3

BEST OF CREATIVE USE OF MEDIA 2017

№	Agency	Points
1	ISD Group	52
2	Talan Group	15
3	Adpro Ukraine	4

BEST OF ADVERTISING CAMPAIGN 2017

№	Agency	Points
1	ISD Group	100
2	BBDO Ukraine	50
3	Smartica/Skykillers	29
4	Aimbalance	20
5-6	Brave Branding	16
5-6	Saatchi & Saatchi Ukraine	16
7	THINKMcCANN	13
8-9	Kinograf	12
8-9	Tabasco	12
10	PROVID	11
11	Mex Advertising	10
12	AGAMA Digital Group	9
13	Postmen	8
14-16	1+1 media group	4

14-16	iplace	4
14-16	ITCG	4
17-20	Adproisobar	3
17-20	Arriba!	3
17-20	VANDOG AGENCY	3
17-20	Zenith	3

BEST OF BRANDED CONTENT 2017

№	Agency	Points
1	ISD Group	132
2	Smartica/Skykillers	12
3-5	1+1 media group	4
3-5	PROVID	4
3-5	The Martini Shot	4

ДОСЛІДЖЕННЯ "ВИБІР РЕКЛАМОДАВЦЯ 2017"

Всеукраїнська рекламна коаліція провела традиційне дослідження Advertiser's Choice (Вибір рекламодавця), за результатами якого складені ранкінги агентств, які ми і пропонуємо вашій увазі.

Методика дослідження незмінна: членам журі Effie Awards Ukraine 2017, що представляють рекламодавців, було запропоновано взяти участь в анонімному опитуванні і назвати агентства, з якими б вони хотіли попрацювати для вирішення ряду креативних, медійних чи інших комунікаційних завдань. Кого б клієнти запросили в свій «ідеальний» тендер.

«Ідеальний» – це тендер, у якому немає ніяких обмежень – ні за бюджетом, ні за термінами проведення, ні за мережевими контрактами, ані щодо конфліктів бізнес-інтересів, тощо.

Відповіді 72-х членів журі (у попередньому, 2016, році було 68 анкети) прийняті за 100%. Результати дослідження наведені у вигляді ранкінгу, критерієм для певного ранку послужив відсоток клієнтів, які вказали агентство.

А ось запитання у анкетах, на відміну від минулих років, були дещо змінені. А саме: клієнти не повинні були називати спеціалізації агентств - креативні, медіа, діджитал і маркетингові послуги, як раніше. Замість цього були описані завдання, які треба було б вирішити рекламодавцю, залучаючи ті чи інші агентства, незалежно від декларованої агентством спеціалізації. До речі, за всі роки проведення рейтингу спеціалізація, з одного боку, залишалася не цілком очевидною для клієнта. А з іншого – спеціалізації агентств все частіше і частіше мають вкрай умовний характер, креативні агентства укладають digital, PR контракти, діджитал агентства займаються дизайном, медіа агентства готують комплексні стратегії комунікацій, а що таке маркетингові послуги знають далеко не всі, навіть найбільш просунуті клієнти, тощо.

ВРК сформулювала 5 умовних завдань в анкеті, і таким чином отримані 5 рейтингів агентств.

У таблиці потрапили тільки імена, що були вказані мінімум 3 клієнтами.

У цьому році організатори дослідження не редагували і не "чепурили" анкетні дані. Якщо в минулі роки, директор ВРК при обробці анкет часто враховував холдингову або групову приналежність, близькість одне до одного тих чи інших структурних підрозділів, то в цьому році, такі випадки були вкрай рідкісні (в таблиці вказані в дужках або через &) і виправдані тим, що клієнти самі ставили імена агентств через слеш (наприклад, Lqd7/Agama).

Випадковість вибірки дослідження - "тільки" 72 члени журі Effie, які брали участь в суддівстві конкурсних робіт "тільки" I туру, дозволяє всім, хто не потрапив до рейтингу, або знаходиться на "несправедливому" місці, піддавати сумнівам і ставитися до даного рейтингу скептично.

Для всіх інших повідомимо, що в цьому році була оброблена максимальна кількість анкет в порівнянні з минулими роками. Серед клієнтів були як великі міжнародні компанії, так і невеликі національні, а кількість власних назв в анкетах також перевищила всі попередні значення. Ринок зростає. Виділитися і запам'ятатися на ньому стає все важче. Від активності агентств не тільки "серед верстатів", але і в інформаційному просторі залежить багато чого. Тому, вітаємо всіх згаданих з вашими потенційними завтрашніми контрактами.

Топ-21 агентств, яких хотіли б бачити українські рекламодавці як своїх креативних партнерів при розробці креативної концепції, стратегії комунікацій, сценаріїв рекламних роликів, макетів для зовнішньої і друкарської реклами, тощо.

1.	Fedoriv	36%
2-3.	Banda	29%
2-3.	BBDO	29%
4.	ThinkMcCann	24%
5.	Tabasco	18%
6-7.	Ogilvy	15%
6-7.	Saatchi&Saatchi	15%
8.	Kinograf	11%
9.	Provid	10%
10.	Leo Burnett	8%
11-14.	Havas Kiev	7%
11-14.	Havas Ukraine	7%
11-14.	Michurin	7%
11-14.	Scholz&Friends	7%
15-17.	Aimbulance	5.5%
15-17.	TBWA	5.5%
15-17.	Y&R	5.5%
18-21.	Hoshva PR & Dgtl	4%
18-21.	MullenLowe	4%
18-21.	Twiga	4%
18-21.	Vandog	4%

Всього в анкетах згадано 47 власних імен.

TOP-5 агентств, яких хотіли б бачити українські рекламодавці в якості партнерів при вирішенні своїх завдань **маркетингових сервісів** (розробка стратегії програм зі стимулювання продажів, розробка рішень та стратегій в області торгового маркетингу, дослідження в роздробці, програм стимулювання продавців, програм лояльності, концепції і організації події та ін.) і **PR**.

1-2.	Havas Engage	11%
1-2.	Talan Communications (Pleon Talan)	11%
3.	TMA	10%
4.	Full Contact	8%
5.	Fedoriv	5%

Всього в анкетах згадано 46 власних імен.

TOP-25 агентств, які клієнти можуть запросити для вирішення своїх креативних задач у **digital середовищі**, у тому числі **виробництво контенту, SMM, performance та ін.:**

1.	Aimbulance	30%
2-3.	Agama Digital Group (Liquid7, Tribal, Ebola)	17%
2-3.	Grape	17%
4.	Havas Digital	14%
5-6.	AdPro/Isobar	11%
5-6.	Postmen	11%
7.	Fedoriv	10%
8.	Banda	8%
9.	Hoshva Dgtl	7%
10-13.	Carat	5.5%
10-13.	ITCG	5.5%
10-13.	Promodo	5.5%
10-13.	Resolution OMD	5.5%
14-25.	BBDO	4%

14-25.	COXO	4%
14-25.	Dievo	4%
14-25.	Engine Dgtl	4%
14-25.	IPlace	4%
14-25.	ISD	4%
14-25.	MadCats	4%
14-25.	OMD Media Direction	4%
14-25.	Provid	4%
14-25.	Smartica/Skykillers	4%
14-25.	Twiga	4%
14-25.	UAMaster	4%

В анкетах згадано 62 (!) власних імені.

TOP-20 агентств, яким клієнти довірили б планувати свої стратегії і медіа бюджети в Інтернеті та зробили б там закупки:

1.	Aimbalance	15%
2-3.	Agama Digital Group (Lqd7, Ebola, Tribal)	14%
2-3.	Optimum Media OMD/Resolution	14%
4.	AdPro/Isobar	12.5%
5-6.	Grape	11%
5-6.	OMD Media Direction	11%
7.	Maxus (Sigma + Dgtl)	10%
8-9.	Havas Dgtl	8%
8-9.	Postmen	8%
10-14.	Carat	7%
10-14.	IPlace	7%
10-14.	Promodo	7%
10-14.	Smartica/Skykillers (Qreachers)	7%
10-14.	Zenith	7%
15.	Havas Media	5.5%
16-20.	ITCG	4%
16-20.	Hoshva Dgtl	4%
16-20.	Netpeak	4%

16-20.	Mindshare	4%
16-20.	Vizeum	4%

Всього 48 імен фігурувало у анкетах.

TOP-14 агентств, які можуть розраховувати на запрошення у **медіа тендер на планування та баїнг по всіх медіа каналах** (ТБ, Преса, Радіо, ООН Media, не вкл. Internet & Mobile):

1.	Carat	22%
2.	OMD Media Direction	20%
3.	Starcom	18%
4-5.	Optimum Media OMD	17%
4-5.	Zenith	17%
6.	Mindshare	14%
7.	Initiative	11%
8-9.	Havas Media	10%
8-9.	Maxus Sigma	10%
10-11.	MediaCom	8%
10-11.	Vizeum	8%
12.	UM	7%
13.	StarlightMedia	5.5%
14.	MediaVest	4%

Всього 33 агентства фігурували в анкетах Advertiser's choice.

РЕЙТИНГИ РЕКЛАМОДАВЦІВ 2017 / BEST MARKETING TEAMS 2017

Всеукраїнська рекламна коаліція разом із дослідницькою компанією Factum Group називають імена кращих маркетинг-команд України.

Вже вп'яте рейтинги маркетингових команд Best Marketing Teams проводяться за загальними правилами, але роздільно в різних номінаціях, які відповідають продуктовим категоріям конкурсу Effie Awards Ukraine.

Спеціалісти Factum Group проаналізували всі вихідні дані та склали на їх базі рейтинг. У кожній із індустрій виявлені лідери, чиї імена були оголошені на Церемонії нагородження переможців премії Effie Awards Ukraine 2017.

При складенні рейтингу в 2017 році, окрім власне нагород Effie Awards, враховувались результати креативного сезону за останній рік, нагороди, які отримали кампанії в конкурсі Best Marketing Innovations, медійні бюджетні показники (WGRP в TV та GRP для інтернету), кількість іміджевих і промокампаній, доля маркетингового бюджету, яка була виділена на рекламно-комунікаційну активність, тощо. Деталі у таблиці:

КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ	ВИКОРИСТАННЯ ДАНИХ	ВАГА КРИТЕРІЮ
WGRP	ДАНІ ІТК	14%
GRP INTERNET	ADVERTTRACK FACTUM	6%
КІЛЬКІСТЬ ІМІДЖЕВИХ КАМПАНІЙ	ОПИТУВАННЯ	10%

КІЛЬКІСТЬ ПРОМОКАМПАНІЙ	ОПИТУВАННЯ	10%
EFFIE AWARDS: НАГОРОДИ 2017	ВРК	20%
КРЕАТИВ: НАГОРОДИ 2016/2017	ВРК	15%
BEST MARKETING INNOVATIONS: НАГОРОДИ 2017	ВРК	15%
ДОЛЯ МАРКЕТИНГ-БЮДЖЕТУ, ЩО ВИДІЛЯЄТЬСЯ НА РЕКЛАМНО-КОМУНІКАЦІЙНУ АКТИВНІСТЬ	ОПИТУВАННЯ	10%

У підсумковий залік рейтингу Best Marketing Teams включені тільки ті номінації, в яких маркетингові команди-переможці, набрали не менше 50% балів, причому мали як нагороди за ефективність і креативність, так і медійні бюджети. Крім переможців, до рейтингу включено маркетингові команди, які набрали не менше 30 відсотків балів рейтингу.

Результаты Best Marketing Teams 2017:

АЛКОГОЛЬНІ НАПОЇ

№ п/п	Компанія	Бали рейтингу
1	Eastern Beverage Trading	63,4
2	BACARDI-MARTINI UKRAINE	61,6
3	Nemiroff	56,2
4	Bayadera Group	55,1
5	Brown-Forman Ukraine	51,2
6	Карпатська Горілчана Компанія	37,5

БАНКІВСЬКІ, ФІНАНСОВІ, СТРАХОВІ ТА ІНШІ ПОСЛУГИ

№ п/п	Компанія	Бали рейтингу
1	Ощадбанк	60,3
2	Kredobank	58,4
3	MasterCard Ukraine	57,7
4	OTP Bank	57,4
5	ПриватБанк	48,8
6	ПУМБ	46,4
7	Європейський банк реконструкції і розвитку (ЕБРР)	44,4
8	АХА Страхування	44,0
9	Visa	43,6

БЕЗАЛКОГОЛЬНІ, СЛАБОАЛКОГОЛЬНІ НАПОЇ ТА ПИВО

№ п/п	Компанія	Бали рейтингу
1	Carlsberg Ukraine	80
2	New Products Group	63,5
3	The Coca-Cola Company	63,2

4	Jacobs Douwe Egberts Ukraina	57,2
5	AB Inbev Ukraine	52,9
6	Оболонь	45,2

ЗДОРОВ'Я ТА КРАСА, ПОБУТОВІ ТОВАРИ

№ п/п	Компанія	Бали рейтингу
1	Reckitt Benckiser Household & Healthcare Ukraine	90
2	Kimberly-Clark Ukraine	76,4
3	L'Oréal	53,2
4	Evyap Ukraine	51,7
5	BELLA TRADE	49,2
6	Henkel Ukraine	46,1

ЛІКУВАЛЬНІ ЗАСОБИ ТА МЕДИЦИНСЬКІ ПОСЛУГИ

№ п/п	Компанія	Бали рейтингу
1	Polpharma Ukraine	73,7
2	ПРО-ФАРМА	59,2
3	Фармак	53,6
4	Synevo Ukraine	52,2
5	Omega Pharma	51,8
6	Sciedece Dental Clinic	42,5

МЕДІА КОМПАНІЇ

N п/п	Компанія	Бали рейтингу
1	Група 1+1 медіа	82,1
2	StarLightMedia	57,8
3	ІНТЕР Медіа Груп	53,2
4	Медіа Група Україна	49,7

МУЛЬТИБРЕНДОВІ ТА МУЛЬТИКАТЕГОРІЙНІ КОМПАНІЇ

N п/п	Компанія	Бали рейтингу
1	Nestlé Ukraine	79,5
2	Unilever Ukraine	74,6
3	PepsiCo	67,4

СПОРЯДЖЕННЯ, ТЕХНІКА, ТОВАРИ ДЛЯ ДОМУ ТА ОФІСУ, ЕЛЕКТРОНІКА

N п/п	Компанія	Бали рейтингу
1	Lenovo	72
2	Samsung Electronics	60,5
3	Electrolux Ukraine	55

ПРОДУКТИ ХАРЧУВАННЯ

N п/п	Компанія	Бали рейтингу
1	Danone	62
2	Mars Inc.	60
3	Lesaffre Ukraine	58,5
4	Ласунка	58
5	Suntrade	56,8

РОЗДРІБНА ТОРГІВЛЯ, СУПЕРМАРКЕТИ, СПОЖИВЧІ СЕРВІСИ

N п/п	Компанія	Бали рейтингу
1	METRO Cash & Carry Ukraine	69,2
2	Fozzy Group	62,4
3	Leboutique	49,6
4	COMFY	48,2
5	ЦИТРУС	45,8
6	Rozetka	42
7	Новая Почта	39,9
8	NOVUS	37
9	Work.ua	32,6
10	New Balance Ukraine	31,4

СОЦІАЛЬНІ ФОНДИ, БЛАГОДІЙНІ ОРГАНІЗАЦІЇ

N п/п	Компанія	Бали рейтингу
1	Фонд «Повернись живим»	64,5
2	UNICEF Ukraine	50
3	ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ “ЦЕ НАШ КИЇВ”	47
4	Національна Асамблея Інвалідів України	41

ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНІ ТА ІТ-ПОСЛУГИ, ІНТЕРНЕТ ТА ІНШІ ПОСЛУГИ ЗВ'ЯЗКУ

N п/п	Компанія	Бали рейтингу
1	Київстар	77
2	Vodafone	63
3	Укртелеком	49
4	ELEKS	32,7

ТРАНСПОРТНІ ЗАСОБИ, АЗС, АВТОСЕРВІС

№ п/п	Компанія	Бали рейтингу
1	Toyota Ukraine	72,4
2	WOG	67,7
3	Renault Ukraine	58,1
4	Hyundai Motor Ukraine	53,9
5	ФАЛЬКОН-АВТО (Корпорація УкрАВТО)	51,4
6	Honda Ukraine	37

БУДІВНИЦТВО, НЕРУХОМІСТЬ, ПРОМИСЛОВІСТЬ ТА В2В

№ п/п	Компанія	Бали рейтингу
1	Egis Ukraine	60,0
2	BD Holding	54,5
3	BASF	46,8
4	Syngenta	45,6
5	Winner Group Ukraine	44,0
6	Промислово-будівельна група «Ковальська»	38,4

ТУРИЗМ ТА ПОДРОЖІ, ГОТЕЛІ, РЕСТОРАНИ, РОЗВАГИ, КУЛЬТУРА, СПОРТ, ОСВІТА

№ п/п	Компанія	Бали рейтингу
1	Vukovel	63,6
2	Busfor.ua	58,6
3	Парі-Матч	57,5
4	McDonald's Ukraine	44,1
5	Beer Point	40,1
6	Hasbro	39,8
7	Sport Life	37,3
8-9	Планета Кіно	33
8-9	ВДНГ	33
10	Selfish Club	32,4

РЕЙТИНГИ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗА ПІДСУМКАМИ EFFIE AWARDS UKRAINE 2017

Найбільш ефективним брендом був названий Beer Point, найбільш ефективними рекламодавцями стали Bacardi-Martini Ukraine та Comfy.

ОСВІТНІЙ ПРОЕКТ ВРК

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СЕРТИФІКАТ EACA



З 2015 року Всеукраїнська рекламна коаліція стала повноцінним членом європейського рекламного співтовариства, приєднавшись до Європейської асоціації комунікаційних агентств (EACA). Дане членство є не тільки важливим стратегічним кроком у бік європейської спільноти, але й надає право на вступ до EACA Academy і отримання міжнародного сертифікату European Advertising Certificate.

[European Advertising Certificate](#) – програма онлайн-навчання, розроблена за сучасними методиками кращими викладачами провідних університетів Європи з практичним відеоконтентом і навчальними матеріалами. Програма включає 30-35 годин онлайн-навчання по 7 навчальним модулям: Advertising and Communication in Context, Understanding Clients 'Business, The Strategic Planner's Toolkit (New!), Client, Creative and Media Briefs, Creativity and Creative Development, Understanding Media Channels and Effectiveness. Після закінчення навчання учасників програми чекає 3-годинний офлайн іспит.

Пройти навчання на програмі можуть всі молоді фахівці з досвідом роботи від трьох років, незалежно від членства їх компаній у Всеукраїнській рекламній коаліції. В рамках співпраці ВРК з EACA, співробітникам агентств-членів ВРК надаються значні знижки на онлайн-навчання і складання іспиту. Деталі на certificate.eaca.be.

ПРОЕКТИ ВРК

[Effie Awards Ukraine](#)

[WOW DONE AWARDS](#)

[Київський Міжнародний Фестиваль Реклами](#)

[Best Marketing Teams / Innovations / Practices](#)

[Ukrainian Creative Week](#)

[ADC*UA](#)

[КАКАДУ Awards](#)

[Ukrainian Design: The Very Best Of](#)

[Ad Black Sea](#)

[Ніч рекламожерів](#)

[Біржа соціальної реклами](#)

[European Advertising Certificate](#)

ПРОФІЛЬНІ АСОЦІАЦІЇ

[Асоціація зовнішньої реклами](#)

[Індустріальний Телевізійний Комітет](#)

[Інтернет асоціація України](#)

[Українська Асоціація Медіа Бізнесу](#)

[Українська Асоціація зі зв'язків з громадськістю \(UAPR\)](#)

[МАМИ / Міжнародна Асоціація Маркетингових Ініціатив](#)

[Українська Асоціація Директ Маркетингу](#)

КОНТАКТИ ДИРЕКЦІЇ ВРК

03035, Київ, Україна
просп. Академіка Глушкова, 1,
ВДНГ, Павільйон № 5, 2 поверх
+38 044 4909030
office@vrk.org.ua
vrk.org.ua