

ВСЕУКРАЇНЬСЬКА РЕКЛАМНА КОАЛІЦІЯ УТОЧНИЛА ПРОГНОЗ ОБСЯГІВ РЕКЛАМНО-КОМУНІКАЦІЙНОГО РИНКУ УКРАЇНИ 2019 РОКУ І ОЦІНИЛА ОБСЯГИ ПОЛІТИЧНОЇ МЕДІА РЕКЛАМИ



За підсумками перших 7-ми місяців поточного року Всеукраїнська рекламна коаліція (ВРК) уточнила свої прогнози розвитку рекламно-комунікаційного ринку України.

Відразу відзначимо, що ніяких значимих змін і коректив в грудневий прогноз ринку внесено не було.

Незважаючи на падіння обсягів викупленого комерційними рекламодавцями інвентарю на **ТБ** з 527 тис. (перше півріччя 2018) до 431 тис. (перше півріччя 2019) WGRP 18-54 50K+, ріст ринку в грошах не сповільнився, а знаходився в рамках планових показників. Більш того, цілком імовірно поліпшення результатів другого півріччя, що призведе до незначної зміни за підсумками року в бік збільшення прогнозу, зробленого в грудні 2018. Але на даний момент – зростання прямої реклами на **25%** і ТБ-спонсорства на **20%** виглядає цілком виправданим. ВРК **не підсумовує** в своїх оцінках обсяги комерційної та політичної реклами, але не враховувати фактор політичної реклами в цьому році, звичайно, не можна. Наприклад, в ТБ-інвентарі політична реклама мала значний вплив на ринок, так як перевищила 12% від загального обсягу за півріччя.

У грошовому вираженні **обсяг політичної реклами на ТБ** можна оцінити в межах **1,2-1,5 мільярда гривень** за підсумками двох політичних кампаній – виборів Президента та Верховної Ради.

Залишилися в рамках своїх прогнозованих раніше обсягів і комерційна реклама в **Пресі** та **Радіо** реклама. Приблизно **14%** зростання обсягів реклами в друкованих ЗМІ і **24%** зростання радіо реклами підтверджуються.

Отримати відомості щодо обсягів політичної реклами в цих медіа ВРК не вдалося, але емпірично можна оцінити рівень політичної реклами в пресі як **50 млн грн**, а на радіо – **70 млн грн**.

Політики всіх країн традиційно люблять використовувати в своїх кампаніях **Зовнішню рекламу (Out Of Home Media)**, і Україна тут не виняток. Обсяг політичної реклами в "наружці" оцінюється в **462 млн грн**.

Оскільки, також як і для ТВ, кількість інвентарю в OOH Media лімітовано, політичні кампанії вплинули на обсяги комерційної реклами. Головним чином це відбилося на зростанні ринку щитової реклами, який згідно оновлених прогнозів складе **17%** в 2019 в порівнянні з 2018 роком. Раніше прогнозувалося, що комерційна щитова реклама зросте на 23%. Ключові гравці **Інтернет ринку** України на протязі останніх 10 років перманентно вдосконалюють методологію і підходи до вимірювання обсягу ринку. Поточний підхід використовує міжнародну класифікацію згідно **iab**, а також враховує дані третіх сторін для оцінки раніше невидимих і невимірних категорій реклами Google і Facebook. Всі попередні підходи до вимірювання обсягу ринку зводилися до добровільного та анонімного надання даних агентств, які перевірялися даними селлером. Крім того, за спеціальною формулою мінімізувалось задвоєння даних. У вимірі, проведеному навесні 2019 року, робочій групі **iab** вдалося оцінити ринок набагато точніше, завдяки даним, наданим Kantar TNS частково по таким гігантам як Google і Facebook. Так, даним дослідженням вдалося відновити раніше недооцінену частку банерної реклами. Оцінка обсягу інтернет медіа ринку на 2019 була отримана шляхом накладення коефіцієнта зростання на дані, отримані в результаті оцінки ринку за методологією **iab** за 2018. Таким чином, черговий раз були відкориговані абсолютні значення обсягів інтернет медіа ринку, а відсотки зростання ринку носять технічний характер.

Оцінка **пошукової реклами** проводиться **ІНАУ** шляхом множення середніх CPC, отриманих від ключових ринкових гравців по топ-категоріям, на кількість пошукових запитів, наданих незалежною третьою стороною (SimilarWeb).

Digital реклама (за класифікацією IAB):

	Прогноз на 2019 р., млн грн	Частка мобайла (трафік)	Відсоток змін 2019 до 2018
Банерна реклама, оголошення в соціальних мережах, rich media	3 490	60%	20%
Спонсорство	220	56%	30%
Цифрове відео, вкл. Youtube	2 735	65%	70%
ВСЬОГО інтернет медіа	6 445		37%
Пошук (платна видача в пошукових системах), включаючи частину GDN	8 831	70%	36%
Другий діджитал	676		30%
ВСЬОГО ІНТЕРНЕТ РИНКУ	15952		37%

Емпірична оцінка обсягу політичної реклами в інтернеті близька до обсягу політичної реклами в ТБ, а саме близько 1,3-1,5 млрд гривень було сумарно проінвестовано політиками в свої digital кампанії.

Таким чином, на думку ВРК, оцінюючи **обсяги політичної реклами медіа реклами 2019** можна орієнтуватися на суму **3 мільярди 500 мільйонів гривень**. Що є приблизно 14% добавкою до обсягу загального комерційного рекламного медіа пирога 2019.

Прогноз обсягів комерційного рекламного медіа ринку 2019

	Прогноз на 2019 р., млн грн	Відсоток змін 2019 до 2018
ТБ-реклама, всього	11 526	24%
Пряма реклама	10 089	25%
Спонсорство	1 438	20%
Реклама в пресі, всього	1 843	14.4%
Національна преса	1 101	14%
Регіональна преса	321	16%
Спеціалізована преса	421	14%
Радіо реклама, всього	715	24%
Національна преса	518	24%

Регіональна преса	65	20%
Спонсорство	133	25%
ООН Media, всього	4 119	18%
Зовнішня реклама	3 414	17%
Транспортна реклама	553	25%
Indoor реклама	152	20%
Реклама в кінотеатрах	58	20%
Digital (Інтернет) медіа реклама	6 445	37%
ВСЬОГО рекламний МЕДІА ринок	24 706	25%

У 2019 році рекламний медіа ринок комерційної реклами, незважаючи на серйозний та різновекторний вплив політичних рекламних кампаній, виросте приблизно на 25% і прогнозовано складе орієнтовно **24 мільярди 700 мільонів гривень**.

Ринок маркетингових сервісів і PR послуг продовжить розвиватися в повній відповідності з грудневими прогнозами.

За оцінками Міжнародної Асоціації Маркетингових Ініціатив (МАМІ) обсяг **ринку маркетингових сервісів** 2019 складе близько **6 мільярдів 300 мільйонів** гривень, що на **18% більше**, ніж в 2018 році.

Українська асоціація PR (UAPR) оцінює ринок PR-сервісів 2019 приблизно в **950 мільйонів** гривень, що на **10% більше** обсягів ринку комерційного сегмента PR-ринку минулого року. І наостанок.

Звичайно, методологічно рекламні ринки в усіх країнах оцінюються перш за все в національній валюті. ВРК регулярно відправляє дані лондонським дослідникам WARC виключно в гривні.

Але іноді дуже хочеться, для себе, неофіційно, "тишком-нишком", розділити на доларовий курс, "чисто для розуміння" ...

У 2019, якщо все піде як планується, рекламний медіа ринок України наблизиться до 1 мільярду доларів США. У 2013 році наш ринок оцінювався в 1.4 мільярда доларів (і це ще враховуючи "недосконалі" методики проведених тоді досліджень).

Так що резерви пристойного зростання (відновлення) у рекламного медіа ринку країни ще далеко не вичерпані.

Максим Лазебник

генеральний директор ВРК

р.с. В грудні 2018 року ВРК публікувала «Об'єм рекламно-комунікаційного ринку України 2018 і прогноз об'ємів ринку 2019»