

ПІДСУМКИ РОКУ 2018



ЗМІСТ

3 Місія та цілі ВРК

4 Наглядова рада

6 Проекти ВРК

- Effie Awards Ukraine
- WOW DONE AWARDS
- Київський Міжнародний Фестиваль Реклами
- Best Marketing Teams / Innovations / Practices
- Ukrainian Creative Week (ADC*UA / KAKADU Awards / Ukrainian Design: The Very Best Of)
- Ad Black Sea
- Ніч рекламожерів
- Біржа соціальної реклами
- UA DIGITALS

15 Об'єм рекламного ринку 2018 і прогноз обсягів ринку 2019

27 Рейтинги агентств 2018

- Рейтинг креативності та майстерності комунікаційних агентств 2017/2018
- Топ-7 найбільш успішних продакшн-студій за підсумками 19-ого КМФР
- Рейтинг ефективності агентств 2018
- Рейтинг ефективності рекламно-комунікаційних холдингів 2018

- Абсолютний рейтинг «Агентство року 2018»
- Рейтинги креативності та майстерності комунікаційних агентств за окремими дисциплінами (за період 01.01.2018 – 31.12.2018)
- Рейтинг Advertiser's Choice (Вибір рекламодавця) 2018
- Рейтинг Медіа агентств України 2017

64 Рейтинги рекламодавців 2018

- Рейтинг ефективності рекламодавців/брендів
- Best Marketing Teams 2018

76 Сертифікація VRK Advertising & Marketing Certificate

78 Технічний регламент розробки інтернет-проекту

80 Незалежні експертизи реклами щодо відповідності вимогам законодавства України

82 Слід в рекламі 2018

83 Членство в Європейській асоціації комунікаційних агентств (ЕАСА)

84 Клуб ADC*UA

85 10 років із ВРК у 2018 році

86 Круглий стіл рекламної галузі «Легально працювати в онлайні – реально»

87 Профільні асоціації

88 Контакти дирекції ВРК

ВСЕУКРАЇНСЬКА РЕКЛАМНА КОАЛІЦІЯ

найбільше громадське об'єднання рекламної індустрії України. До складу ВРК входить понад 170 компаній, що працюють на рекламному ринку. В основному, це лідери і найактивніші гравці рекламно-комунікаційного ринку, провідні комунікаційні, 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, лобювання 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.

В 2018 році до ВРК приєдналося 33 нові компанії.

[За посиланням](#) у вкладці «Члени ВРК» можна ознайомитись з повним списком членів ВРК.

НАГЛЯДОВА РАДА



**Анастасія
Байдаченко**

gazom communications, ІНАУ,
IAB
Інтернет/Digital реклама



Наталія Бойко

AMS Agency, УАМБ
Реклама в друкованих ЗМІ/
Преса



Валерій Варениця

1+1 media group
Реклама на телебаченні



Любов Височина

BigBoard
Юридичні питання/Правове
регулювання рекламної
діяльності



Олександр Горлов

CMS Group
соціальна реклама



Іван Дубинський

Factum Group Ukraine
Маркетингові дослідження
ринку та опитування



Ірина Кузнецова

DIALLA Communications
Національне
представництво
міжнародного фестивалю
креативності Cannes Lions



Олена Кустова

MullenLowe Adventa
Освітні і сертифікаційні
програми



Олена Лобова

E'comm, Change
Communication
PR: агентства та ринок



Ксенія Михайленко

OPTIMUM MEDIA OMD
Комітет Медіа агентств



Наталія Морозова

Havas Group Ukraine, MAMI
Маркетингові сервіси:
агентства та ринок



Ірина Муштіна

CF.Digital, DDC
Digital development комітет



Ірина Новікова

bvblogic
Комітет з інновацій та
стартапів



**Владислав
Полонський**

ROCKETS Growth Research &
Development
Комітет комунікаційних
агентств



Олександр Смірнов

TABASCO, ADC*UA
Творчі ресурси і креативний
потенціал рекламного ринку
(клуб ADC*UA)



Сергій Старицький

Agama Communications/
Atlantic Group
Міжнародні зв'язки



Оксана Стехіна

Dentsu Aegis Network Ukraine
Популяризація рекламної
індустрії/Advertising
Ambassador



Катерина Храмова

Prime Group
зовнішня реклама

ПРОЕКТИ ВРК

Effie Awards Ukraine

WOW DONE AWARDS

Київський Міжнародний Фестиваль Реклами

Best Marketing Teams / Innovations / Practices

Ukrainian Creative Week:

ADC*UA

KAKADU Awards

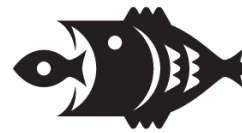
Ukrainian Design: The Very Best Of

Ad Black Sea

Ніч рекламожерів

Біржа соціальної реклами

UA Digital



КИЇВСЬКИЙ
МІЖНАРОДНИЙ
ФЕСТИВАЛЬ
РЕКЛАМИ



НІЧ РЕКЛАМОЖЕРІВ



За [посиланням](#) можна переглянути відеозвіт проектів ВРК за 2018 рік.

EFFIE AWARDS UKRAINE

Найбільш вагома премія рекламно-комунікаційної індустрії Effie Awards Ukraine 2018 в тринадцяте нагородила кампанії, які досягли найбільш вражаючих маркетингових показників.

У 2018 році конкурсні роботи оцінювала команда журі з більше ніж [170 експертів](#) рекламно-комунікаційного ринку, серед яких провідні маркетинг-фахівці, що працюють в компаніях-рекламодавця, топ-менеджери комунікаційних агентств, медіа експерти, дослідники та консультанти України. Гран-Прі обирало Grand журі.

Всі конкурсні роботи пройшли відбір у три етапи суддівства. В фінал потрапила лише 1/3 поданих заявок, з яких 11 робіт отримали золоті нагороди, 18 срібні та 23 бронзові. Гран-Прі фестивалю здобула кампанія “Протистояння світів”, виконана агентством BBDO Ukraine для PepsiCo.

З повним списком переможців Effie Awards Ukraine 2018 можна ознайомитися [за посиланням](#).

Фотозвіт з Церемонії нагородження переможців Effie Awards Ukraine 2018 [за посиланням](#)

Фотозвіт з конференції Best Marketing Practices в рамках Effie Awards Ukraine 2018 [за посиланням](#)

Відеозвіт з Effie Awards Ukraine за [посиланням](#)

КИЇВСЬКИЙ МІЖНАРОДНИЙ ФЕСТИВАЛЬ РЕКЛАМИ

В 2018 році відбувся 19-й КМФР.

Гран-Прі фестивалю отримав проект «**Thirsty Tags**», створений грузинським агентством **Redberry**.

85 членів [журі](#) з 27 країн світу оцінили 655 конкурсних робіт 120 агентств-учасників з 10 країн світу.

Унікальною системою оцінювання КМФР є результат для кожного учасника. Вона дає можливість кожному, хто наважився подати роботу у конкурсну програму КМФР, побачити суддівську оцінку своєї роботи. Відкритість результатів кожної роботи дозволяє орієнтуватись тим, хто, на жаль, не дійшов до фіналу, наскільки далеко вони були від перемоги чи ні та підсилити свої роботи для подачі на інші міжнародні фестивалі.

Повний список результатів доступний за [посиланням](#).

Фотозвіт з конференції Best Marketing Practices в рамках 19-го Київського Міжнародного Фестивалю Реклами [за посиланням](#)

Фотозвіт з Церемонії нагородження переможців 19-го Київського Міжнародного Фестивалю Реклами [за посиланням](#)

Відеозвіт KIAF 2018: Best Marketing conference and Awards Ceremony [за посиланням](#)

Відеозвіт KIAF 2018: OPENING PARTY. Kinograf 20 creative years [за посиланням](#)

Відеозвіт KIAF 2018: CLOSING PARTY. Advertiser is a friend of a man [за посиланням](#)

WOW DONE AWARDS

Міжнародний фестиваль маркетингових та digital комунікацій WOW DONE AWARDS 2018 є своєрідним тест драйвом для конкурсних робіт перед участю в змаганнях вищого рівня нагород. В 2018 році фестиваль відбувся вчетверте в Чернівцях.

Гран-Прі фестивалю отримав проект Born for Hugs, створений агентством ISD Group.

На фестивалі оцінювались три конкурси: Marketing & Digital Communication Disciplines, Industrial Categories та National Marketing Services Contest. Суддями виступили три команди журі, до складу яких увійшло 25 [фахівців](#) з 10 країн світу.

Організатори фестивалю: Всеукраїнська рекламна коаліція спільно з Міжнародною Асоціацією Маркетингових Ініціатив.

Із результатами WOW DONE AWARDS 2018 можна ознайомитися [на сайті фестивалю](#).

Фотозвіт з Wow Done Awards 2018

День 1 – [за посиланням](#)

День 2 – [за посиланням](#)

Відеозвіт [за посиланням](#)

AD BLACK SEA

В 2018 році четвертий міжнародний фестиваль реклами Ad Black Sea відсвяткував креативність разом із переможцями конкурсної програми.

З 631 поданої роботи, було нагороджено 112 кейсів. Гран-прі фестивалю виборола кампанія «Rain Wi-Fi», що була виконана агентством Geometry Global Moscow.

20 членів [журі](#) з 12 країн обирали кращих з найкращих у 10 конкурсах – Film, Film Craft, Print & Publishing, Out Of Home, Radio, Design & Branding, Digital & Mobile, Advertising Campaigns, Media, Branded Content & Visual Storytelling.

Організатори фестивалю: Всеукраїнська рекламна коаліція та Асоціація комунікаційних агентств Грузії.

Ознайомитись з повним переліком переможців можна за [посиланням](#).

Фотозвіт з Ad Black Sea 2018

День 1 – [за посиланням](#)

День 2 – [за посиланням](#)

День 3 – [за посиланням](#)

UKRAINIAN CREATIVE WEEK

Ukrainian Creative Week об'єднав одразу три конкурси, що різні за своєю специфікою, проте мають одну мету – обрати найгідніші роботи на українському ринку, а також популяризувати творчі напрацювання та досягнення на міжнародній арені.

Протягом тижня креативності Ukrainian Creative Week, що відбувся в жовтні 2018 року, були проведені семінари та воркшопи від кращих гравців рекламної індустрії, експозиції з кращих робіт Ukrainian Design: The Very Best Of 2018, та підбиті підсумки конкурсів, у вигляді Церемонії нагородження переможців .

Ознайомитись з повним переліком переможців можна за посиланнями:

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

Переможці [ADC*UA Awards](#).

Переможці [KAKADU Awards](#)

Фотозвіт з [Ukrainian Creative Week 2018 за посиланням](#)

Відозвіт [за посиланням](#)

НІЧ РЕКЛАМОЖЕРІВ

Ніч рекламожерів – це не просто показ реклами вночі. Це найкращі ролики світу з приватної колекції видатного ілюзійника рекламної індустрії Жана Марі Бурсіко, до якої щороку додається від 10.000 до 20.000 нових відеоробіт та що вже 38 років підкорює 80 країн світу.

[За посиланням](#) можна переглянути фотогалерею з події в 2018 році.

Відеозвіт з Ночі Рекламожерів 2018, що відбулася у Києві [за посиланням](#)

БІРЖА СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ

Біржа Соціальної Реклами (БСР) - проект Всеукраїнської рекламної коаліції.

Завдання БСР - підвищити професійний рівень соціальної реклами в Україні, підключивши до її створення найкращих з провідних рекламних агентств. Соціальної реклами в Україні чимало, але по-справжньому працюють ідеї, які ефективно допомагають вирішувати соціальні проблеми суспільства - поки одиниці. Багато рекламних агентств готові ділитися своїм досвідом: створювати ефективну і дієву соціальну рекламу, створювати яскраві ідеї для соціальних проектів. Але, на жаль організації, які займаються створенням соціальної реклами не знають про таку можливість. Тому Біржа - це посередник між тими, кому потрібна якісна соціальна реклама і тими, хто може її створити.

Більше інформації про Біржу Соціальної Реклами за [посиланням](#).

UA DIGITALS

2018 рік. Інтернет обігнав всі канали за обсягами розміщення реклами. Цифрові технології стрімко змінюють світ. Ті, хто встигає реагувати на зміни і освоювати нові технології, роблять потужний стрибок у розвитку бізнесу, залишаючи конкурентів далеко позаду. Не став винятком і маркетинг.

Сьогодні для вирішення кожного маркетингового завдання необхідна digital складова. Кожна рекламна кампанія містить в собі digital стратегію, або заснована на ній. При цьому - це комплексний мікс різних каналів і інструментів: традиційних і цифрових.

Маркетингово-реklamному ринку сьогодні необхідно нове розуміння digital в Україні та світі.

2018: більше немає digital агентств. Всі агентства сьогодні - digital. Але є особливості в експертизах.

UADIGITALS conference - гід в світі digital комунікацій України в 2018.

Конференція організована за підтримки Всеукраїнської рекламної коаліції.

За [посиланням](#) можна ознайомитися з деталями конференції.

ОБ'ЄМ РЕКЛАМНО-КОМУНІКАЦІЙНОГО РИНКУ УКРАЇНИ 2018 І ПРОГНОЗ ОБ'ЄМІВ РИНКУ 2019.

Експертна оцінка Всеукраїнської рекламної коаліції

Вступ

Цього року до традиційної дискусії між експертними групами ВРК, що стосується абсолютних величин об'ємів рекламних інвестицій в той або інший рекламно-комунікаційний канал, яка призводить до періодичного перегляду методик досліджень і, як наслідок, коригування об'ємів ринку, з'явився ще один спірний момент.

Що вважати власне рекламним ринком і де "знімати показники"? На виході з гаманця рекламодавця? На вході в рекламоносій? Ідеальна формула, при якій ці суми рівні між собою, не працює – це легко довести і з цим усі згодні. Причому, головна причина цієї нерівності, зовсім не якісь агентства-посередники, що "наживаються" з двох сторін. Частіше, саме медіа декларують набагато більші суми, ніж видимі іншим суб'єктам ринку, і особливо рекламодавцям, пояснюючи це, наприклад, великою кількістю дрібних прямих угод, специфікою свого медіа каналу і/або наявністю спеціалізованих видів рекламоносіїв.

Знайти відповідь на питання, що таке "реklamний ринок", не так просто ще і тому, що знання про ринкову структуру деякі гравці використовують по-різному, іноді спекулятивно.

Великі і середні рекламодавці, як працюючі з рекламними агентствами, так і ті, що проводять медіа-угоди самостійно, потребують одних орієнтирів. Так, конкурентам в тих або інших індустріях важливо знати медіа долі один одного, яким є медіа мікс, які індустріальні категорії першенствують на яких носіях, який відсоток медіа інфляції і так далі.

Медіа-продавці керуються швидше іншими інтересами – їм важливо, передусім, оцінити долю свого каналу в загальному "медіа-пирозі", розраховуючи надалі використати цей дольовий розподіл як аргумент на користь своєї "рекламо-затребуваності". Вони підсумовують у своїх доходах отримані бюджети від "видимих" ринку рекламодавців, так і від численних рекламних оголошень невеликих підприємців або навіть приватних осіб. І їх логіку можна зрозуміти також. Адже усе це реклама, як не крути.

Ну а тим тисячам підприємців, компаніям і просто громадянам, які проводять т.з. "прямі" і "дрібні" медіа операції або клієнтам, чії рекламно-комунікаційні потреби зосереджені виключно в конкретних рекламних каналах, взагалі справи немає до усього рекламного ринку, його величини і структури.

За великим рахунком, суперечка про те, що з чим можна підсумовувати і порівнювати, а що виділити окремим компонентом рекламно-комунікаційного ринку, не занадто нова. Вже декілька років ВРК у своїх дослідженнях оперує даними про Маркетингові сервіси і PR-ринок, не намагаючись їх підсумувати з рекламним Медіа ринком. А цього року сталися чергові коригування.

Далі всі деталі.

Рекламний Медіа ринок

Склад медійного рекламного ринку, а також методологія його оцінки в розрізі таких класичних медіа, як: ТБ, Out of Home (ООН), Преса, Радіо, Реклама в Кінотеатрах залишаються цього року незмінними. ВРК оперує експертними оцінками як великих рекламодавців, медіа компаній і агентств, так і інформацією, отриманою від індустріальних асоціацій: Українській Асоціації Медіа Бізнесу (преса), Індустріального Комітету Зовнішньої Реклами (ООН Media), Радіокомітету (радіо), Інтернет Асоціації України і Interactive Advertising Bureau (інтернет).

З причини підвищеного інтересу до динамічного розвитку Інтернету, в цій частині ринку було вирішено впровадити деяке технічне нововведення, що дозволяє, на думку ВРК, найадекватніше, на цьому етапі розвитку ринку, відобразити об'єми інвестування.

Digital (Internet) реклама

Динаміка і структура інтернет ринку за останні роки стали об'єктами ряду публічних дискусій. Найчастіше експерти не сходилися у своїх оцінках об'ємів пошукової реклами, крім того, оскаржувалася необхідність враховувати в об'ємі медіа-ринку бюджети пошуку.

Експерти цифрової реклами ВРК, готуючи оцінку об'єму ринку, дотримувалися класифікації IAB (Interactive Advertising Bureau) для того, щоб процес, структура, логіка оцінки і прогнозування повністю знаходилися у світовому контексті. Дійсно, не усі категорії IAB можна на 100% атрибутувати класичному медійному ринку, тому прийнято рішення **сформуванню окремо оцінку об'єму Інтернет ринку** за стандартами і категоріями IAB. І тільки **деякі частини Інтернет ринку** (банерна реклама, цифрове відео, спонсорство) **врахувати в об'ємі Медіа реклами**.

Зважаючи на поточний процес розробки нової методології оцінки об'єму ринку робочою групою IAB коригування в ринкові оцінки 2018, висловлені раніше, не вносилися. Для прогнозу 2019 були застосовані експертні коефіцієнти зростання. За оцінкою робочої групи при IAB Україна в першому півріччі 2019

нова методологія буде пілотно протестована на вибірці 3-4 агентств, після чого буде проведена повторна оцінка ринку, яка відповідно буде врахована в наступному оновленні прогнозу.

Максимальний, хоч і стриманий за оцінкою експертів, ріст бюджетів прогнозується в категоріях пошук і цифрове відео, який включає інфляційну складову і органічне зростання.

Також експертами прийнято рішення по трьох раніше не оцінюваних категоріях (класифайди, лідогенерація та імейл маркетинг) розробити методологію оцінки на початку 2019, таким чином привівши категорії, які оцінюються ВРК, до ще більшої відповідності стандартам IAB.

Digital реклама (по класифікації IAB) :

	Підсумки 2017р., млн грн	Підсумки 2018р., млн грн	Доля мобайла (трафік)	Відсоток зміни 2018 до 2017	Прогноз на 2019 г., млн грн	Доля мобайла (трафік)	Відсоток зміни 2019 до 2018
Банерна реклама, оголошення в соціальних мережах, rich медіа	825	951	56%	15%	1 189	60%	25%
Спонсорство	181	210	53%	16%	273	56%	30%
Мобільна реклама	426						
Цифрове відео,	713	1359	60%	91%	2 310	65%	70%

вкл. Youtube							
ВСЬОГО інтернет медіа	2 145	2 520		17%	3 772		50%
Пошук (платна видача в пошукових системах), включаючи частину GDN	1 800	6 500	63%	261% (техніч)	9 100	70%	40%
Інший діджитал	400	520		30%	676		30%
Класифайди					Будуть оцінені в першій половині 2019		
Лідогенерація							
Імейл маркетинг							
ВСЬОГО ІНТЕРНЕТ РИНОК	4 345	9 540		120%	13 548		42%

ТБ-ринок

У 2018 році зростання прямої реклами перевищило попередні прогнози (+27% проти 25%) у зв'язку з високою заповненістю ефіру в 4-му кварталі, коли через нестачу інвентаря ключові рекламодавці вимушені були збільшувати бюджети через спроби витримати плани по тижневих вагах. Ця ж причина буде основною і в зростанні бюджетів наступного року, коли нестача ресурсу тільки посилиться.

Зростання спонсорства в 2018 році трохи нижче, ніж прогнозувалося(+23% проти 25%), оскільки дещо скоротилася активність алкогольних брендів, а останніми роками саме вони були драйверами зростання. Об'єм "неалкогольного" спонсорства збільшився, але все таки не компенсував скорочення "алкоголю".

Прогноз зростання ТБ спонсорства на 2019 рік(+20%) також дещо нижче прямої реклами (+25%). Причина та ж : "алкогольна" категорія досягла свого максимуму, а іншим категоріям складно компенсувати цю різницю. До того ж частина бюджетів на ТБ спонсорство перетікатиме в кросс-канальні угоди за системою "тб+інтернет", доля такого типу розміщення може перевищити 15% від усіх спонсорських пакетів.

Що стосується прямої реклами на ТБ в 2019 році, то +25% – це усереднений прогноз. Реальне зростання ринку оцінюється в межах 23-27%, і залежатиме від того, чи виділять додаткову квоту на політичну рекламу або ні.

Реклама в пресі (друковані видання)

Тут експерти виділяють наступні основні тенденції, які лежать в основі об'ємів реклами на 2018 рік:

- Інфляційна складова близько 15% для видань-лідерів в усіх сегментах,
- Вихід на ринок ряду нових клієнтів з суттєвою долею преміального глянцю в медіа-міксі (H&M, Tod's, Boss, Richmond, AlfaSpa, PoloRalphLauren та ін.),
- Продовжують рости витрати клієнтів на мультиплатформові проекти і спонсорство, де преса виступає однією з платформ.

Спеціалізована преса традиційно демонструє збільшення бюджетів агро і фарм сегментів, крім того, значне зростання прогнозується у банківському і автомобільному секторах.

У регіональній пресі локомотивом зростання став підвищений інтерес з боку національних рекламодавців до районної преси, який збережеться і наступного року. Найбільш активний інтерес в розрізі регіонів представляє Львівська і Дніпровська області. Для регіональної преси прогнозується подальше зростання об'ємів таких категорій як фарма, ритейл і фінанси.

Радіо реклама

У 2018р. відразу декілька груп рекламодавців відкрили для себе радіо і показали зростання вище середнього по цьому медіа. Так фармацевтика виросла на 22-24%, а продукти харчування на 25-27%, що на третину більше середньоринкових показників.

Доля людей з високим доходом досить висока в аудиторії радіо, тому в медіа-міксах рекламодавців, націлених саме на цю аудиторію (наприклад, авто імпортери або нерухомість) радіо продовжує займати в 4-5 разів більший відсоток, порівняно з іншими категоріями.

Доповнення даних MMI дозволило цьому медіаканалу продемонструвати своє реальне тижневе охоплення на рівні 80%, що можна порівняти з охопленнями радіо в країнах ЄС. Це, разом з зазначеними вище тенденціями і очікуваннями перетікання рекламних бюджетів з інших каналів, дозволять прогнозувати в 2019 році зростання на рівні 24%.

Out Of Home Media (OOH Media)

У 2019 році відбудуться суттєві зміни в структурі та якості інвентаря зовнішньої реклами. Реконструкція і оновлення інвентаря відбудеться як в Києві, так і в інших містах України. Необхідність модернізації старих конструкцій виникла на тлі нових правил розміщення конструкцій, легалізації усіх учасників ринку і очищення міст від надмірних рекламних носіїв.

Вже в 2018 році кількість рекламних конструкцій значно зменшилася, з'явився новий базовий формат "скрол", що склав конкуренцію традиційному продукту Зхб. Наступного року, рекламодавцям доведеться відмовлятися від розміщення охватних компаній, що використовують тільки традиційні "дошки", а включати і адаптувати свої матеріали на новому технологічно і візуально досконалішому носії. Центральна і основна частина міст, особливо в Києві придбає нове "європейське" лице з єдиними розмірами і характеристиками. При цьому, традиційний інвентар теж матиме попит і свого клієнта, який очевидно у нього ще довго буде.

Важливим пунктом порядку денного стає поява цифрових рекламоносіїв. Головним стримуючим чинником виступає розмір первинних інвестицій операторів, і тимчасова неготовність з боку попиту платити більше за більшу цінність. Стороні пропозиції також потрібний час для налаштування процесу продажу і оцінки ефективності. Індустріальний комітет зовнішньої реклами планує підготувати методики оцінки і рекомендації з продажу і закупівлі такого роду інвентаря.

Відмітимо, що нещодавно був створений і приєднався до ВРК Альянс цифрової реклами України, який об'єднує основних учасників ринку DOOH України. Альянс підготував власну оцінку об'ємів Digital OOH, яка базується на експертних даних, зібраних учасниками Альянсу і включає оцінку кількісних показників цифрового інвентаря, вартості, заповнюваності і об'єму ринку в трьох основних категоріях : Digital Outdoor, Digital Indoor та Digital Transit.

ВРК наводить ці дані, але **не включає їх в підсумкову таблицю** рекламного медіа ринку, оскільки дискусії і додаткові дослідження по цьому напрямку ще будуть продовжені наступного року. На сьогодні у експертів немає повного розуміння, наскільки ці Діджитал OOH бюджети враховані в загальній таблиці OOH Media і є виправданими.

Об'єм ринку DOOH в Україні 2018 р, прогноз 2019 р.

Вид цифрового інвентаря	Підсумки 2018 р., млн. грн.	Прогноз на 2019 р., млн. грн.	Відсоток зміни 2019 до 2018 р., %
Digital Outdoor (екрани, медіафасади та цифрові панелі)	116,85	270,50	131%
Digital Indoor (цифрові монітори і постери в ТРЦ, ритейлі, ресторанах, сфері послуг, житлових комплексах)	31,65	47,15	49%
Digital Transit (цифрові монітори, проектори і постери в маршрутних таксі, метро, аеропортах, вокзалах, потягах, таксі)	47,7	73,93	55%
Нестандартні формати Digital OOH (outdoor, indoor)	14,0	20,0	42%
Всього Digital OOH (без урахування кінотеатрів)	211,20	411,58	94%

Підсумки 2018 і прогноз 2019 рекламного медіа ринку в цілому.

Таким чином, по підсумку 2018 року ринок медіа реклами виріс на 25%.

За прогнозами на 2019 рік зростання не лише збережеться, але і навіть прискориться – до +27%.

Інтернет реклама продовжує лідирувати по темпах приросту.

При цьому, інтернету вже "тісно" в традиційному медійному ринку і частина його бюджетів винесена за рамки медіа.

	Підсумки 2017р., млн грн	Підсумки 2018р., млн грн	Відсоток зміни 2018 до 2017	Прогноз на 2019р., млн грн,	Відсоток зміни 2019 до 2018
ТВ-реклама, всього	7 329	9 269	26%	11 526	24%
<i>Пряма реклама</i>	6 355	8 071	27%	10 089	25%
<i>Спонсорство</i>	974	1 198	23%	1 438	20%
Реклама в пресі, всього	1 355	1 612	18,9%	1 843	14,4%
<i>Національна преса</i>	816	965	18%	1 101	14%
<i>Регіональна преса</i>	224	277	24%	321	16%
<i>Спеціалізована преса</i>	315	370	18%	421	14%
Радіо реклама, всього	480	578	20%	715	24%

Національне радіо	348	418	20%	518	24%
Регіональне радіо	47	54	15%	65	20%
Спонсорство	85	106	25%	133	25%
ООН Media, всього	2 692	3 493	30%	4 307	23%
Зовнішня реклама	2 263	2 923	29%	3 601	23%
Транспортна реклама	327	444	36%	553	25%
Indoor реклама	102	127	24%	152	20%
Реклама в кінотеатрах	40	48	20%	58	20%
Digital (Internet) Media реклама	2 145	2 520	17%	3 772	50%
Всього рекламний медіа ринок	14 041	17 520	25%	22 221	27%

NON Media частина рекламно-комунікаційного ринку України

Ринок маркетингових сервісів

Згідно з експертною оцінкою Міжнародної Асоціації Маркетингових Ініціатив (МАМІ) ринок маркетингових сервісів у 2018 році показав позитивну динаміку в своєму розвитку + 17%, і досяг в сумарному обсязі понад 5-ти мільярдів гривень.

У всіх напрямках спостерігається приріст. Обсяг Consumer marketing збільшився на 20%, бо так само є ефективним спілкування зі споживачем в ритейлі. Event Marketing виріс на 25% за рахунок івент-маркетингової активності брендів в національних та міжнародних заходах та масштабних фестивалях.

В 2019 році очікується продовження тенденції відновлення ринку після його падіння в період 2014 - 2015 рр. Найбільший відсоток зростання Event Marketing +30%, що пов'язано з розвитком фестивальної культури в Україні. З огляду на інфляційні процеси, в цілому зростання ринку маркетингових сервісів прогнозується на рівні +18%.

Маркетингові сервіси	Обсяг 2017р., млн грн.	Обсяг 2018р., млн грн.	Процент зміни 2018 до 2017	Прогноз на 2019р., млн грн.	Процент зміни 2019 до 2018 прогноз
Обсяг ринку Маркетингових сервісів ВСЬОГО	4 548	5 321	17%	6 295	18%
<i>У тому числі:</i>					
Trade marketing (Мерчандайзинг, Trade promo, Програми мотивації та контролю персоналу)	1 700	1 955	15%	2 248	15%
Loyalty marketing (Mailing, DB management, Contact-Center)	850	935	10%	1 029	10%
Consumer marketing	950	1 140	20%	1 368	20%
Event Marketing and Sponsorship	920	1 150	25%	1 495	30%
Non-standart communications (life placement, ambient media)	128	141	10%	155	10%

Оцінка об'ємів ринку PR послуг

Експерти Української Асоціації зі зв'язків з громадськістю (UAPR), слідом за своїми колегами з інших сегментів комунікаційного ринку, також вирішили переглянути методологію прогнозування об'ємів ринку. І тому цифри підсумків 2018 року суттєво відрізняються від попередніх даних.

Виділено дві принципові зміни в методології:

1. Враховано дані рейтингу PR агентств, складеного відповідно до їх декларованих доходів.
2. Об'єм ринку враховує не тільки комерційний сегмент, але і громадський (некомерційний) сегмент ринку PR.

У цифрах врахована тільки сума винагороди агентства (agency fee) і ті клієнтські бюджети, які не передаються іншим підрядникам і тому не будуть продубльовані в обліку в інших секторах рекламного ринку.

Загальна цифра обсягу ринку PR-сервісів за **2018 рік** включно з комерційним і громадським (некомерційний) сегментами, становить **900 млн грн.**

Прогноз об'ємів ринку на **2019 рік** – зростання на 10% комерційного сегменту і збереження об'ємів некомерційного сектору = **953 млн грн.**

I на завершення

Рекламно-комунікаційна індустрія України в 2018 році продовжує рости, або, якщо хочете, відновлюватися.

Приріст рекламного медіа ринку на чверть свого об'єму, а нон-медіа приблизно на п'яту частину, не може не радувати.

Хочеться і далі залишатися оптимістом, незважаючи на всякі положення, політичні і економічні чинники.

Політична конкуренція наступного року, ймовірно, повинна внести свій додатковий вклад в зростання рекламного ринку. Хоча, значення політиків, як рекламодавців, часто дуже переоцінюється суспільством і ЗМІ, і навряд чи перевищить сумарні загальномедійні 5 % від об'єму комерційної реклами.

РЕЙТИНГИ АГЕНТСТВ 2018

Рейтинг креативності та майстерності комунікаційних агентств 2017/2018

Методологія

Рейтинг складається на основі балів, отриманих агентствами, що отримували нагороди на рекламних фестивалях і конкурсах протягом фестивального сезону. Цей список встановлюється на один фестивальний сезон. Умовний початок і кінець сезону традиційно визначається датами КМФР (з 1 червня поточного року і до 1 червня наступного року).

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

- мати «кредитну 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 УВІЙШЛИ 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

Рейтинг креативності та майстерності комунікаційних агентств 2017/2018

№	Agency	Points	
1	ISD Group	633,5	digital
2	Tough Slate Design	490	design
3	BBDO Ukraine	364	creative
4	AGAMA Digital Group*	214	digital
5	Electric Sheep Film	180	creative
6	Geometry Global Ukraine	166	creative
7	Postmen	132	digital
8	Kinograf	119	creative
9	Banda Agency	98	creative
10	TWIGA Ukraine	75	creative
11	Scholz & Friends Kyiv	74	creative
12	PROVID	71	creative
13	Vintage	68	digital
14	Arriba!	49	creative
15	Департамент дизайну 1+1	46	design
16-17	TABASCO	45	creative
16-17	visageDDB	45	creative
18	NGN Agency	42	digital
19	GOODMEDIA	41	creative
20	mirrolab	32	design
21-22	THINKMcCANN	30	creative
21-22	Hoshva DGTL	30	digital
23-25	Havas Engage	29	ms&pr
23-25	COXO	29	digital
23-25	MEX Advertising	29	ms&pr

26-27	Brandon Archibald	25	design
26-27	PlusOne	25	digital
28-29	Inter Promo	24	creative
28-29	Департамент дизайну СТБ	24	design
30-31	Adprolsobar	23	digital
30-31	Canape Agency	23	digital
32	CUBE44	20	design
33	R agency	19	creative
34-35	Talan Group	18	ms&pr
34-35	Galagan branding agency	18	design
36	Havas Ukraine	17	creative
37	YARCHE	15	digital
38-39	Cheil Ukraine	12	creative
38-39	Michurin creative agency	12	creative
40-44	Design studio LIS	10	design
40-44	Solar Digital	10	digital
40-44	Агенти Змін	10	design
40-44	Наталія Коваль	10	design
40-44	Ольга Ужикова	10	digital
45	DIEVO	9	digital
46-48	LLIWELL studio of creation	8	design
46-48	CF.Digital	8	digital
46-48	Madcats agency	8	design
49	Royal Advertising	7	creative
50-52	Graphic design studio by Yurko Gutsulyak	6	design
50-52	NII	6	creative
50-52	New Strategies Group	6	digital

53	Юліана Стрипа	5	design
54-64	ILL&MATES	4	design
54-64	Artkai	4	design
54-64	Facility	4	digital
54-64	Krylia FMCG branding	4	design
54-64	Looma	4	creative
54-64	Spiilka Design Büro	4	design
54-64	Vitamin branding agency	4	design
54-64	АРХІТЕКТУРНА ГРУПА ЦЕХ	4	design
54-64	Олександр Гусаков	4	design
54-64	Ростислав Сороковий, Ірина Гуменчук	4	design
54-64	Ярослав Шкрібляк	4	design
65-68	Іван Вищепан	3	design
65-68	Freebrand	3	ms&pr
65-68	VIVID by Admixer	3	digital
65-68	SMART Marketing	3	ms&pr
69-101	ARTEMOV ARTEL	2	design
69-101	Дизайн-студія Glad Head	2	design
69-101	Gram branding	2	design
69-101	Graphinya studio	2	design
69-101	ITCG	2	digital
69-101	Halo Lab	2	digital
69-101	Happy Design Studio	2	design
69-101	hooga creative	2	design
69-101	Lazarev.agency	2	digital
69-101	MARAKAS_DESIGN Studio	2	digital

69-101	MEAT Agency	2	digital
69-101	MullenLowe Adventa	2	creative
69-101	Other Land	2	design
69-101	Razom studio	2	design
69-101	Serviceplan Ukraine	2	creative
69-101	the23 design	2	digital
69-101	VANDOG AGENCY	2	creative
69-101	Zharkiy production	2	design
69-101	3Z Studio	2	design
69-101	Віра Білостоцька	2	design
69-101	Роман Виноградний	2	design
69-101	Марта Гожа	2	design
69-101	Юлія Кононенко	2	design
69-101	Олександра Корчевська	2	design
69-101	Алекс Котовсков	2	digital
69-101	Сергій Мельник	2	digital
69-101	Юлія Мироненко	2	creative
69-101	Євгеній Образцов, Микита Момот	2	design
69-101	Михайло Поливанов	2	design
69-101	Олександр Супрун	2	digital
69-101	Ольга Ткаченко	2	design
69-101	Поліна Чегринець	2	design
69-101	Антоніна Юрченко	2	design

* з 2019 року – AGAMA Communications

Рейтинг креативності та майстерності комунікаційних агентств 2017/2018 за спеціалізаціями

РЕКЛАМНІ АГЕНТСТВА

№	Agency	Points
1	BBDO Ukraine	364
2	Electric Sheep Film	180
3	Geometry Global Ukraine	166
4	Kinograf	119
5	Banda Agency	98
6	TWIGA Ukraine	75
7	Scholz & Friends Kyiv	74
8	PROVID	71
9	Arriba!	49
10-11	TABASCO	45
10-11	visageDDB	45
12	GOODMEDIA	41
13	THINKMcCANN	30
14	Inter Promo	24
15	R agency	19
16	Havas Ukraine	17
17-18	Cheil Ukraine	12
17-18	Michurin creative agency	12
19	Royal Advertising	7
20	Looma	4
21-24	VANDOG AGENCY	2
21-24	MullenLowe Adventa	2
21-24	Serviceplan Ukraine	2
21-24	Юлія Мироненко	2

DIGITAL АГЕНТСТВА

№	Agency	Points
1	ISD Group	633,5
2	AGAMA Digital Group*	214
3	Postmen	132
4	Vintage	68
5	NGN Agency	42
6	Hoshva DGTL	30
7	COXO	29
8	PlusOne	25
9	AdproIsobar	23
10	YARCHE	15
11-12	Solar Digital	10
11-12	Ольга Ужикова	10
13	DIEVO	9
14	CF.Digital	8
15-16	NII	6
15-16	New Strategies Group	6
17	Facility	4
18	VIVID by Admixer	3
19-27	ITCG	2
19-27	Halo Lab	2
19-27	Lazarev.agency	2
19-27	MARAKAS_DESIGN Studio	2
19-27	MEAT Agency	2
19-27	the23 design	2
19-27	Алекс Котовсков	2

19-27	Сергій Мельник	2
19-27	Олександр Супрун	2

* з 2019 року – AGAMA Communications

ДИЗАЙН-СТУДІЇ І БРЕНДИНГОВІ АГЕНТСТВА

№	Agency	Points
1	Tough Slate Design	490
2	Департамент дизайну 1+1	46
3	mirrolab	32
4	Brandon Archibald	25
5	Департамент дизайну СТБ	24
6	Canape Agency	23
7	CUBE44	20
8	Galagan branding agency	18
9-11	Design studio LIS	10
9-11	Агенти Змін	10
9-11	Наталія Коваль	10
12-13	LLIWELL studio of creation	8
12-13	Madcats agency	8
14	Graphic design studio by Yurko Gutsulyak	6
15	Юліана Стрипа	5
16-24	Artkai	4
16-24	ILL&MATES	4
16-24	Krylia FMCG branding	4
16-24	Spiilka Design Büro	4
16-24	Vitamin branding agency	4
16-24	АРХІТЕКТУРНА ГРУПА ЦЕХ	4
16-24	Олександр Гусаков	4
16-24	Ростислав Сороковий, Ірина Гуменчук	4

16-24	Ярослав Шкрібляк	4
25	Іван Вищепан	3
26-45	ARTEMOV ARTEL	2
26-45	Дизайн-студія Glad Head	2
26-45	Gram branding	2
26-45	Graphinya studio	2
26-45	Happy Design Studio	2
26-45	hooga creative	2
26-45	Other Land	2
26-45	Razom studio	2
26-45	Zharkiy production	2
26-45	3Z Studio	2
26-45	Антоніна Юрченко	2
26-45	Віра Білостоцька	2
26-45	Марта Гожа	2
26-45	Олександра Корчевська	2
26-45	Євгеній Образцов, Микита Момот	2
26-45	Михайло Поливанов	2
26-45	Роман Виноградний	2
26-45	Ольга Ткаченко	2
26-45	Поліна Чегриниць	2
26-45	Юлія Кононенко	2

АГЕНТСТВА МАРКЕТИНГОВИХ СЕРВІСІВ

№	Agency	Points
1-2	Havas Engage	29
1-2	MEX Advertising	29
3	Talan Group	18
4-5	Freebrand	3
4-5	SMART Marketing	3

Топ-7 найбільш успішних продакшн-студій за підсумками 19-ого КМФР

Всеукраїнська рекламна коаліція підвела підсумки КМФР для продакшн-студій України. Цього року лідером стала команда FAMILY PRODUCTION, що незмінно входить до топу українських продакшнів.

Даний рейтинг складається з трьох складових. Перша колонка – це бали, які отримали студії, що подавали роботи на фестиваль (KIAF entry points). Друга і третя колонки відображають бали, які продакшн-студії отримали (будучи зазначеними в кредитах як другі агентства) в конкурсах – FILM CRAFT і FILM (включаючи категорію FILM конкурсу INDUSTRY CATEGORIES) 19-ого Київського Міжнародного Фестивалю Реклами.

Топ-7 продакшн-студій за підсумками 19-го КМФР

<i>nk</i>	Agency	KIAF primary points	Add points: FILM CRAFT	Add points: FILM	Amount
1	FAMILY PRODUCTION	92			92
2	DGTL RLGN	16	8		24
3-4	16on9	12			12
3-4	MAGAI PRODUCTION	8	4		12
5	Toy pictures			8	8
6-7	Gvardiya Production House	4			4
6-7	NO STARS			4	4

ВРК буде продовжувати публікувати Рейтинг продакшн-студій разом з Об'єднаним рейтингом креативності та майстерності комунікаційних агентств в кінці сезону.

РЕЙТИНГ ЕФЕКТИВНОСТІ АГЕНТСТВ 2018

Методологія

Рейтинг ефективності ВРК проводиться в кінці кожного року за результатами щорічної премії Effie Awards Ukraine та повністю відповідає міжнародними правилами рейтингів ефективності THE EFFIE EFFECTIVENESS INDEX®.

Якщо проект стає фіналістом або переможцем Effie Awards Ukraine, то надана інформація про агентства буде використана для підрахунку рейтингів ефективності рекламних агентств України, а також THE EFFIE EFFECTIVENESS INDEX®.

Крім основного агентства (заявника проекту), всі інші агентства, що працювали над проектом (фіналістом/переможцем) Effie Awards Ukraine, якщо вони вказані в заявці як contributing agency, теж отримують бали, але з коефіцієнтом 0,5.

За результатами Effie Awards Ukraine підраховуються бали не тільки агентствам, а й рекламодавцям та брендам. Таким чином визначаються найефективніший рекламодавець року THE MOST EFFECTIVE ADVERTISER та найефективніший бренд року THE MOST EFFECTIVE BRAND.

Також за результатами агентств, що входять до складу холдингів, розраховується рейтинг ефективності рекламних холдингів України.

Список рейтингів ефективності:

- Рейтинг ефективності комунікаційних агентств
- Рейтинг ефективності медіа агентств
- Рейтинг ефективності рекламно-комунікаційних холдингів
- Рейтинг ефективності рекламодавців/брендів

Перемога/вихід у фінал Effie Awards Ukraine у приносять такі бали для основних агентств, рекламодавців та брендів:

Finalist — 2 бали

Bronze — 4 бали

Silver — 6 балів

Gold — 8 балів

Grand Prix — 12 балів

Перемога/вихід у фінал Effie Awards Ukraine приносять такі бали для contributing agencies:

Finalist — 1 бали

Bronze — 2 бали

Silver — 3 балів

Gold — 4 балів

Grand Prix — 6 балів

Додатком до міжнародних правил THE EFFIE EFFECTIVENESS INDEX® є підвищені коефіцієнти 5 і 10, встановлені відповідно, за перемоги у Effie Europe и Effie Global. Інших коефіцієнтів за перемоги в інших Effie програмах або наявності нарахування балів за конкурси поза Effie програми не передбачається.

Рейтинг ефективності за підсумками Effie Awards Ukraine 2018

Цього року найбільш ефективними стали: комунікаційне агентство – THINKMcCANN, медіа агентство – Carat Ukraine, холдинг – razem communications. Переможці були оголошені 12 грудня на Церемонії нагородження Effie Awards Ukraine 2018.

Рейтинг ефективності комунікаційних агентств за підсумками Effie Awards Ukraine 2018

rank	entrant	main points amount	add points	POINTS FULL
1	THINKMcCANN	50	10 points EuroEffie	60
2	Postmen DA	42	-	42
3	Gres Todorchuk PR	40	-	40
4	Kinograf	28	-	28
5	Rockets. Growth R&D	26	-	26
6	Leo Burnett Ukraine	22	-	22
7	BBDO Ukraine	18	-	18
8	ekonomika+	10	4	14
9	BAMBUK design studio		13	13
10-11	TWIGA UKRAINE	6	6	12
10-11	YOUNG & RUBICAM UKRAINE	10	2	12
12-13	COXO	4	7	11
12-13	Lovi Video		11	11
14-18	PlusOne	10	-	10
14-18	TABASCO	10	-	10
14-18	TV-lab		10	10
14-18	Smart Production		10	10
14-18	Strumer Production		10	10
19-23	ISD Group	8	-	8
19-23	Isobar Ukraine	2	6	8
19-23	Serviceplan Ukraine	8	-	8

19-23	TBWA\Ukraine	8	-	8
19-23	FEDORIV	8		8
24	TWIGA'GO!		7	7
25-28	#ODDEE	6	-	6
25-28	Digital Choo Marketing Agency	6	-	6
25-28	Havas Digital Kyiv	6	-	6
25-28	Publicis Ukraine	6	-	6
29-30	seek.studio		5	5
29-30	Volta One		5	5
31-42	Custom Lab		4	4
31-42	Havas Ukraine	4	-	4
31-42	Saatchi&Saatchi Ukraine	4	-	4
31-42	Adsapience		4	4
31-42	Hashtag		4	4
31-42	Wizard PostProduction & Digital		4	4
31-42	DIEVO agency		4	4
31-42	MokCo digital		4	4
31-42	OSDirect		4	4
31-42	TWIGA Digital		4	4
31-42	UAMASTER Digital Agency		4	4
31-42	Web-Promo		4	4
43-46	Grape	2	1	3
43-46	VIVID by Admixer	2	1	3
43-46	Aimbalance		3	3
43-46	Be—it Agency		3	3
47-56	Black Box	2	-	2
47-56	CF.Digital	2	-	2
47-56	DTF Agency	2	-	2

47-56	Havas PR Kyiv	2	-	2
47-56	Hoshva PR	2	-	2
47-56	MullenLowe Adventa	2	-	2
47-56	Ogilvy Ukraine	2	-	2
47-56	U.N.C.L.E.	2	-	2
47-56	MedInform Ukraine		2	2
47-56	Tribal Worldwide, Kyiv		2	2
57-61	Hooga		1	1
57-61	iplace		1	1
57-61	KOKORO STUDIO		1	1
57-61	SKB brothers		1	1
57-61	Warto		1	1

Рейтинг ефективності медіа агентств за підсумками Effie Awards Ukraine 2018

rank	entrant	main points amount	add points	POINTS FULL
1	Carat Ukraine	12	10	22
2	Zenith	10	11	21
3	Media First Ukraine	12	3	15
4	OMD Optimum Media		13	13
5	Initiative	2	10	12
6	Dentsu Media Ukraine	2	3	5
7-8	Blue 449		4	4
7-8	Sigma		4	4
9-10	Vizeum Ukraine		2	2
9-10	Posterscope Ukraine		2	2
11-12	Wavemaker		1	1
11-12	OMD Media Direction		1	1

Рейтинг ефективності українських рекламно-комунікаційних холдингів за підсумками Effie Awards Ukraine 2018

Rank	Holding	Points
1	razom communications	72
2	Publicis Groupe	62
3	Twiga Ukraine	51
4	Dentsu Aegis Network Ukraine	39
5	CMS	14
6	HAVAS	12
7	Serviceplan Group	8
8-9	AGAMA	3
8-9	One Philosophy Group of Companies	3

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

АБСОЛЮТНИЙ РЕЙТИНГ «АГЕНТСТВО РОКУ 2018»

Методологія

Рейтинг «Агентство року» проводиться в кінці кожного року і складається за підсумками одразу двох рейтингів – Creativity & Craft (попереднього сезону) і Ефективності (поточного року). У ньому беруть участь виключно агентства, що фігурують одночасно у двох рейтингах.

Рейтинг розраховується за такими правилами:

1. за місця у обох рейтингах нараховуються такі бали: 1 місце – 100, 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, всі місця, що нижчі 10-го – по 5 балів,
2. кількість балів у самих рейтингах Creativity & Craft та ефективності значення не мають, важливими є тільки ранки (місця в рейтингах),
3. у випадку, якщо агентства розділяють одну позицію (місце) у ранку, маючи одну і ту ж кількість балів, зараховується значення, що відповідає найбільш високому ранку (наприклад, агентства ділять місця 5-7, всі трьом агентствам по 60 балів),
4. для рейтингу «Агентство року» встановлюються наступні вагові коефіцієнти для суми двох рейтингів: Creativity & Craft рейтинг – 60%, Рейтинг ефективності – 40%.

Це означає, що для розрахунку фінального балу для рейтингу «Агентство року» діє така формула суми двох показників Σ :

60% множиться на бали за місце в рейтингу Creativity & Craft (від 5 до 100)

+

40% множиться на бали за місце в рейтингу ефективності (від 5 до 100)

*$\Sigma = 0,6 * Creativity \& Craft (5-100) + 0,4 * Effectiveness(5-100)$*

Наприклад:

$0,6 * 100 (1 \text{ місце у рейтингу Creativity \& Craft}) + 0,4 * 60 (5 \text{ місце у рейтингу ефективності}) = 60 + 24 = 84$

Таким чином отриманий показник суми вноситься до рейтингу «Агентство року» і відповідно отримує своє місце (ранк).

Агентство року 2018

Цього року лідером рейтингу стало агентство BBDO Ukraine.

Рейтинг «Агентство року 2018» був складений за підсумками одразу двох об'єднаних рейтингів – Рейтингу креативності та майстерності сезону 2017/2018 (Creativity & Craft Rating 2017/2018) та Рейтингу ефективності за підсумками Effie Awards Ukraine 2018.

Rank	Agency	Creative (60%)	Effectiveness (40%)	Amount
1	BBDO Ukraine	48	16	64
2	ISD Group	60	2	62
3	Postmen DA	24	36	60
4	Kinograf	18	28	46
5	THINKMcCANN	3	40	43
6	TWIGA UKRAINE	6	4	10
7-17	TABASCO	3	2	5
7-17	COXO	3	2	5
7-17	PlusOne	3	2	5
7-17	Isobar Ukraine	3	2	5
7-17	Havas Ukraine	3	2	5
7-17	DIEVO agency	3	2	5
7-17	CF.Digital	3	2	5
7-17	VIVID by Admixer	3	2	5
7-17	hooga.design	3	2	5
7-17	MullenLowe Adventa	3	2	5
7-17	Serviceplan Ukraine	3	2	5

РЕЙТИНГИ КРЕАТИВНОСТІ ТА МАЙСТЕРНОСТІ КОМУНІКАЦІЙНИХ АГЕНТСТВ ЗА ОКРЕМИМИ ДИСЦИПЛІНАМИ (ЗА ПЕРІОД 01.01.2018 – 31.12.2018)

Всеукраїнська рекламна коаліція презентує бали отримані українськими агентствами на креативних рекламних фестивалях за 2018 рік.

Переглянувши дані рейтинги по кожній окремій дисципліні, одразу стає зрозумілим хто в 2018 році створював найкреативніші рекламні ролики, принти, рекламу на радіо, кампанії маркетингових сервісів тощо.

При підрахунку рейтингів агентства не розділялись за спеціалізаціями, як це відбувається раніше у Рейтингах креативності та майстерності або Рейтингах ефективності. Сума балів отримана за підсумками участі у рекламних фестивалях з 1 січня по 31 грудня 2018 року.

Для підрахунку рейтингів було вибрано 10 фестивалівних конкурсів: Film, Film Craft, Print & Outdoor, Radio, Digital, Design, Marketing Services, Creative use of Media, Branded Content та Advertising Campaign.

Враховуючи те, що в Об'єднаному рейтингу немає окремого поділу за спеціалізаціями, дані підрахунки є корисними як для агентств, так і клієнтів.

Best of Film 2018

№	Agency	Points
1	Saatchi & Saatchi Ukraine	72
2	Electric Sheep Film	61
3	banda	40
4	GOODMEDIA	17
5	SCHOLZ&FRIENDS KYIV	15
6	Borsch.media	8
7	Arriba!	7
8	TABASCO	6
9-10	16on9	4
9-10	YARCHE	4
11	Vandog Agency	3
12	Postmen	2

Best of Print & Outdoor 2018

No	Agency	Points
1	Tough Slate Design	155
2	BBDO Ukraine	108
3	Geometry Global Ukraine	58
4	Michurin creative agency	56
5	Fedoriv	40
6	banda	28
7	R Agency	27
8	Kinograf	26
9	Saatchi&Saatchi Ukraine	20
10	TWIGA Ukraine	16
11	Havas Ukraine	11
12	mirrolab	8
13-14	iden.team	6
13-14	TABASCO	6
15-22	Arriba!	4
15-22	Galagan branding agency	4
15-22	Havas Engage	4
15-22	Looma	4
15-22	Mex Advertising	4
15-22	PROVID	4
15-22	SCHOLZ&FRIENDS KYIV	4
15-22	visageDDB	4
23-24	Bambuk Design Studio	2
23-24	Стаська Падалка	2

Best of Radio 2018

№	Agency	Points
1-2	BBDO Ukraine	20
1-2	Agama Digital Group*	20
3	PROVID/PROVID DDB	8
4	Business Radio Group	4
5	TABASCO	3

Best of Design

№	Agency	Points
1	banda	290
2	Saatchi & Saatchi Ukraine	236
3	Tough Slate Design	192
4	Canape Agency	49
5	mirrolab	48
6	spiilka design büro	47
7	Brandon Archibald	43
8	BBDO Ukraine	39
9	NGN agency	37
10-11	ISD Group	30
10-11	hooga.design	30
12-13	Aimulance	28
12-13	The first the last	28
14	Bambuk Design Studio	27
15	iden.team	23
16-17	Galagan branding agency	20
16-17	Leo Burnett Ukraine	20
18	Дизайн-студія Glad Head	18
19	Gram Branding	17

20-21	R Agency	16
20-21	Телеканал СТБ	16
22	Netrix	14
23	АТАКА	12
24-26	about agency	10
24-26	Микола Коваленко	10
24-26	Дар'я Стеценко	10
27	Enkore Agency	9
28-37	Arriba!	8
28-37	Vachoo Design Studio	8
28-37	CF.Digital	8
28-37	Hexagon Agency	8
28-37	PlusOne	8
28-37	Qubstudio Ltd	8
28-37	Scholz & Friends Kyiv	8
28-37	Yoda Consult/Vadym Solowski	8
28-37	Дмитро Андрущенко	8
28-37	Тень	8
38-42	Gra Agency	6
38-42	ideofioz	6
38-42	Madcats Agency	6
38-42	ONCE agency	6
38-42	Студія графічного дизайну Юрка Гуцуляка	6
43-55	HAPPY Design	4
43-55	Havas Engage	4
43-55	Krylia FMCG branding	4
43-55	LLIWELL	4
43-55	Looma	4
43-55	Michurin creative agency	4
43-55	Royal Advertising	4
43-55	Vintage	4
43-55	visageDDB	4
43-55	Телеканал 1+1	4

43-55	Телеканал ПЛЮСПЛЮС	4
43-55	Олександра Корчевська	4
43-55	Ернест Хорошок	4
56-57	TABASCO	3
56-57	Владислав Демченко	3
58-104	111 Room	2
58-104	4Press	2
58-104	Brand Loft Agency	2
58-104	Buro150	2
58-104	Dmytro Bulanov creative büro	2
58-104	Element Agency	2
58-104	Facility	2
58-104	Genza design	2
58-104	Hoshva DGTL	2
58-104	Lazarev.Agency	2
58-104	Marakas_Design Studio	2
58-104	Mavericks agency	2
58-104	MEAT Agency	2
58-104	Mex Advertising	2
58-104	MUST - marketing & design studio	2
58-104	Nowedo Marketing	2
58-104	Postmen DA	2
58-104	Promodo	2
58-104	SOLAR Digital	2
58-104	the WHYTE branding boutique	2
58-104	UAMASTER	2
58-104	Vandog Agency	2
58-104	Vataga Agency	2
58-104	Yabloko Ideas Studio	2
58-104	YoDezeen architects	2
58-104	YUDIN Design	2
58-104	Саша Биченко	2
58-104	Іван Вищепан	2

58-104	Семен Грозян	2
58-104	Альона Здорова	2
58-104	Арсен Колиба	2
58-104	Олена Коломоєць	2
58-104	Марта Лешак	2
58-104	Андрій Логінов	2
58-104	Леся Лоїк	2
58-104	Владислав Михайлів	2
58-104	Тарас Михаліха/Ірина Михаліха	2
58-104	Андрій Могила	2
58-104	Роман Моргунов	2
58-104	Дмитро Новіков	2
58-104	Женя Рибак	2
58-104	Юлія Рибак/Христина Телюк/Аліна Саніна	2
58-104	Олександр Степанчук	2
58-104	Ольга Ткаченко	2
58-104	Кирило Ткачов	2
58-104	Ольга Ужикова/Марія Скалацька/Даша Сафронова/Катерина Байдаченко	2
58-104	Тетяна Якунова	2

Best of Digital 2018

№	Agency	Points
1	ISD Group	79
2	Postmen DA	63
3	Agama Digital Group*	53
4	Leo Burnett Ukraine	36
5-6	Hoshva DGTL	30
5-6	NGN.agency	30
7	Vintage	29

8	COXO	25
9	Bambuk Design Studio	13
10-12	Arriba!	12
10-12	spiilka design büro	12
10-12	Tough Slate Design	12
13-14	Hexagon Agency	11
13-14	YARCHE	11
15	Денис Ловейко	10
16	DIEVO	9
17-19	BBDO Ukraine	8
17-19	Live Animations	8
17-19	PlusOne	8
20	Mex Advertising	7
21-22	Saatchi&Saatchi Ukraine	6
21-22	THINKMcCANN	6
23	TWIGA Ukraine	4
24-25	Digital Choo	3
24-25	Іван Вищепан	3

Best of Marketing services projects 2018

№	Agency	Points
1	ISD Group	91,5
2	Kinograf	61
3	Postmen DA	47
4-5	Saatchi&Saatchi Ukraine	39
4-5	TWIGA Ukraine	39
6	Agama Digital Group*	33
7-8	GOODMEDIA	24
7-8	THINKMcCANN	24
9	Havas Engage	18
10	BBDO Ukraine	17
11-12	PlusOne	9
11-12	PROVID	9
13-15	Art Nation	6
13-15	Mex Advertising	6
13-15	New Strategies Group	6
16-21	Freebrand	3
16-21	NGN.agency	3
16-21	Scholz & Friends Kyiv	3
16-21	SMART Marketing	3
16-21	Talan Communications	3
16-21	VIVID by Admixer	3

Best of Creative use of media 2018

No	Agency	Points
1	BBDO Ukraine	64
2	Kinograf	23
3	Leo Burnett Ukraine	18
4	Agama Digital Group*	16
5	Mex Advertising	12
6	TWIGA Ukraine	8
7	R Agency	6
8-9	NGN.agency	4
8-9	Postmen DA	4

Best of Advertising campaign 2018

No	Agency	Points
1	Agama Digital Group*	136
2	Kinograf	62
3	ISD Group	28
4	Saatchi&Saatchi Ukraine	21
5	Leo Burnett Ukraine	12
6	TWIGA Ukraine	8
7-8	BBDO Ukraine	6
7-8	NGN agency	6
9-10	COXO	4
9-10	PROVID	4
11	TABASCO	3

Best of Branded content 2018

№	Agency	Points
1	Postmen DA	24
2-3	Agama Digital Group*	12
2-3	Saatchi&Saatchi Ukraine	12
4	NGN.agency	10

Best of Film Craft 2018

№	Agency	Points
1	FAMILY PRODUCTION	92
2	Electric Sheep Film	60
3	DGTL RLGN	52
4	Arriba!	14
5	Cheil Ukraine	12
6-7	Gvardiya Production House	10
6-7	Телеканал 1+1	10
8	Galagan	9
9-12	16on9	8
9-12	Magai Production	8
9-12	Телеканал "Україна"	8
9-12	Телеканал СТБ	8
13-14	ESSE Production House	6
13-14	Royal Advertising	6
15-16	DIMENSIONS	4
15-16	Untime Studio	4
17-22	SCHOLZ&FRIENDS KYIV	2

17-22	Enkore Agency	2
17-22	FLAVA motion	2
17-22	Mex Advertising	2
17-22	Postmen	2
17-22	Олександр Цапко (ELLS WAKE)	2

* з 2019 року – AGAMA Communications

РЕЙТИНГ ADVERTISER'S CHOICE (ВИБІР РЕКЛАМОДАВЦЯ) 2018

ВРК провела чергове дослідження Advertiser's Choice (Вибір рекламодавця), за результатами якого складено рейтинги агентств, які були названі клієнтами в якості своїх потенційних майбутніх партнерів.

Методика дослідження незмінна: членам журі Effie Awards Ukraine, що представляють рекламодавців, було запропоновано взяти участь в анонімному опитуванні та назвати агентства, з якими б вони хотіли попрацювати для вирішення ряду креативних, медійних чи інших комунікаційних завдань.

Відповіді 92-х членів журі (в минулому, 2017 році було 72 анкети) прийняті за 100%. Результати дослідження наведені у вигляді ранкінгу, критерієм для певного ранку послужив відсоток клієнтів, які вказали агентство.

При цьому, аналогічно торішньому дослідженню, спеціалізація агентств – креативні, медіа, дизайн, digital, pr, маркетингові сервіси і т.д. – значення не мала. Питання анкети стосувалися завдань, що стоять перед рекламодавцем. Які укрупнено були виділені в три блоки: **Креатив** (рекламна кампанія, окремі її елементи), **Медіа** (баїнг, планування, інші медіа завдання), **Маркетингові сервіси і PR** (trade, consumer marketing, івенти, спонсорство і т.д.).

З анкети була виключено термін «тендер» і замінений на фразу «хотіли б бачити серед своїх партнерів, виконавців ...». Оскільки digital сьогодні обов'язкова складова будь-якої комунікаційної задачі – креатив, медіа, маркетинговий сервіс і т.д. – то виділяти окремий digital напрям ВРК порахувало недоцільним.

«Ідеальність» умов для співпраці – відсутність будь-яких обмежень (мережевих контрактів, тимчасових і грошових рамок, конфліктів бізнес-інтересів і т.д.) – залишилася колишньою.

Також, в ВРК не редагували анкетні дані. Якщо в анкеті фігурував холдинг, а не конкретне агентство, або вибір якогось рекламодавця здавався, м'яко кажучи, дивним і неочевидним, то так все і залишалось. Формула «клієнт завжди правий» була прийнята за абсолют.

ЧАСТИНА 1. КРЕАТИВНІ ПАРТНЕРИ

(розробка рекламної кампанії, стратегії комунікацій, сценаріїв рекламних відео та радіо роликів, макетів і повідомлень для зовнішньої, друкованої та інтернет реклами, дизайн і т.д.)

№ п/п	Агентство	% клієнтів
1	Fedoriv	35
2	Banda	28
3	BBDO	27
4	Tabasco	20
5	Havas*	16
6	THINKMcCANN	12
7-8	Rockets	11
7-8	Saatchi&Saatchi	11
9-11	Aimbulance	10
9-11	Bart&Fink	10
9-11	Twiga Idea	10
12	TBWA	8
13-14	Leo Burnett	5
13-14	MullenLoweAdventa	5
15-21	Grape	4
15-21	Havas Digital	4
15-21	ISD Group	4

15-21	Kinograf	4
15-21	Ogilvy	4
15-21	Postmen	4
15-21	Y&R	4
22-24	NGN Agency	3
22-24	Scholz&Friends	3
22-24	Serviceplan	3
25-37	Belka&Strelka, CF Digital, IsoBar, Linea 12/ETC, Michurin, MadCats, ProvidDDB, Publicis, Sablya, ToughSlateDesign, UM, UTC, Крила Брендінг	2

І ще **23 агентства** були згадані в анкетах тільки один раз.

* в цьому рядку таблиці відразу два агентства Havas Ukraine (5%) і Havas Kyiv (1%), решта 10% набрані якимось узагальнюючим Havas-ом.

ЧАСТИНА 2. МАРКЕТИНГОВІ СЕРВІСИ І PR

Рейтинг агентств, яких би хотіли бачити рекламодавці в якості партнерів/виконавців наступних рекламно-комунікаційних послуг:

Trade & Consumer Marketing, PR-супровід, спонсорство, івенти і т.д.

№ п/п	Агентство	% клієнтів
1	Havas Engage	17
2-3	Adsapience	10
2-3	Talan group	10
4-5	Gres&Todorchuk	9

4-5	Hoshva	9
6-7	Rockets	8
6-7	Twiga	8
8	Full Contact	6
9	NGN Agency	4
10-11	Linea12/ETC BTL	3
10-11	MEX Advertising	3
12-25	Medinform, B4B, Nebo, S'Event, Magic Factory, Plombir, All Motion, Noblet Media, Aimbulance, OS Direct, Be It, Event Academia, TBWA, RAM360	2

І ще **46 (!)** агентств були згадані в анкетах тільки один раз.

ЧАСТИНА 3. МЕДІА ПАРТНЕРИ

Рейтинг агентств, яких би хотіли бачити рекламодавці в якості партнерів/виконавців послуг з медіа планування, медіа баїнгу, консалтингу та інші, як all-media, так і в окремих медіа каналах, включаючи Інтернет.

№ п/п	Агентство	% клієнтів
1	Carat	30
2	Maxus Sigma (incl. Sigma Digital)	15
3-4	Optimum Media OMD	14

3-4	Starcom	14
5	Mindshare	13
6	OMD Media Direction	12
7	Vizeum	10
8-9	Initiative	9
8-9	MediaCom	9
10	Zenith	8
11-12	Havas Media	7
11-12	Netpeak	7
13-14	Dentsu Media	5
13-14	Isobar	5
15	UM	4
16-23	Admixer, Dievo, Hoshva Dgtl, IPlace, Media Expert, Publicis, Spark Foundry, UA Master	3
24-33	Aimbalance, Agama Communication, CF Digital, StarlightMedia, MediaScope, Grape, Marker Consulting, MadMedia, MediaFirst, Nostra Communication	2

І ще **24** агентства були згадані в анкетах тільки один раз.

РЕЙТИНГ МЕДІА АГЕНТСТВ УКРАЇНИ 2017

Всеукраїнська рекламна коаліція представляє рейтинг full service рекламних медіа агентств України 2017.

За [посиланням](#) можна ознайомитися з деталями підрахунку рейтингу.

Rank	Агентство	Клієнти	Індикативний білінг, 2017, млн грн	Позиція агентства в рейтингу 2016	Позиція агентства в рейтингу 2015
1	Optimum Media OMD	Emarket/OLX, Henkel Group, Mars, McDonald's, Нова Пошта, PepsiCo, Sony Pictures/B&H, Vodafone, Uber, Эпицентр и другие	870	2	1
2-3	Carat	Beiersdorf, Philips, Mastercard, Danone, STADA, СІЛЬПО-ФУД, Mareven Group, Золотой Век, Фокстрот, Mattel, JYSK и др.	748	1	2
2-3	Starcom	P&G, Samsung, Sandoz, Coca-Cola, Киевстар, VISA, Еврокар, B&H Film Distribution, Чумак и др.	745	4	5
4	Zenith	Nestle, L'Oreal, Sanofi, SCA, Lactalis, EMBA, Coty, Mango, BSH, Puma, Richemont, Lantmannen, Acer, RBA, LeoPharma и др.	608	3	3
5	OMD Media Direction	Carlsberg, Ferrero, Воля, МХП, Hasbro, Brown-Forman, METRO, Oriflame, Chipita, Bacardi-Martini, Danone-Nutricia, Ocean Plaza, LeBoutique, и др	484	5	4
6	Vizeum	AB InBev, IDS Borjomi Group, lifecell, Eвуар, Huawei и др.	470	6	8-9
7	MediaCom	Bayer, Delonghi-Kenwood, GlaxoSmithKline, Mars, Procter & Gamble, Shell, Sony, Sony Mobile, Sony PlayStation, UniCredit Bank, Savencia, Dell, ЧП СПС и другие	458	8	8-9
8	Media Systems	Berlin Chemie, Dr. Theiss Naturwaren GmbH, Global Spirits, Good-Food, Ipsen Pharma, KERNEL, Укрпалетсистем компания (UPG), Фармак, Оболюнь и др.	423	9	10
9	Mindshare	Vodafone, Kimberly Clark, Watsons, SEB Groupe, АТБ, TAS Group, Red Bull и другие	394	7	6

10	Maxus-Sigma	Молочный Альянс, Snack Production, BIC, УкрПочта, Huawei, Biosphere corporation, МоднаKasta, Strauss, Lesaffre, УкрГазВидобування и другие	319	11	13
11	Initiative	АЛЛО, Комфорт-Таун, Continental, Turkish Airlines, Unilever, Люстдорф, ProStor, Mitsubishi, Галнафтогаз, Pernod Ricard, Lantmannen AXA и др.	296	13	7
12	Spark Foundry	Mondelez, Avon Cosmetics Ukraine, Winner, Electrolux, Bel Groupe, Bunge, UA Prom, Answer, Duracell и др.	251	10 (MediaVest)	12 (MediaVest)
13-14	UM	Takeda, ABK, Водный Мир, YvesRocher, Vodafone, Havas media, Vivat, Кредитмаркет, Tous, MTI, Credit Agricole, Jagermeister и др.	197	12	11
13-14	Dentsu Media	KFC, Porsche Ukraine, New Products Group, ППБ, Leroy Merlin, Millennium, Fitofarm, PetRus, BNP Paribas, Pegasus Airlines, Lezard и др.	194	15 (Navigator)	17 (Navigator)
15	Arena Media Expert	Reckitt Benckiser, JDE, Радио Свобода, Acibadem	184	16	18
16	MEC	Colgate-Palmolive, Laboratoires Bouchara-Recordati, Fozzy Group, Husquarna, Chanel, Johnson&Johnson и другие	158	14	14
17-18	IQ Group / Ad Hoc	XADO, КОСМО, ASUS, Благо, Esparma GmbH, АТЛАНТ, Porsche Finance Group, Institute Hyalual, Queisser Pharma, Сеть супермаркетов Лоток, SmartHouse, Экония, СолнцеТВ, Ощадбанк, Шаланда.	142	17	16
17-18	Havas Media Ukraine	LVMH, Hyundai, Lapam, Philips, MTI, LOT, Кредитмаркет и др.	140	-	15
19	MADMEDIA	Оболонь, Артериум, Rehau, Samsung, Fratelli, Bon Prix и др.	107	18	-
20-21	MediaScope	Витмарк Украина, Омнифарма, Эко Маркет, ТК ТОП (1Вересня, Yessss), Total/Elf, Asbis Украина, Лимо, Lirene, <u>НН.UA</u> , MTI ZTE, МАУ, Клімат Країни, Країна Іграшок.	100	20	19
20-21	ORT Media	Varus, VICI, EVA, Ergo, Mercedes-Benz, M&S, MD Fashion, ОККО, Приват банк, Секунда, УкрПочта, Фокстрот, F5, JYSK	100	19	20
22-24	Nostra Media	Raptor, Gardex, KB3, Кредит Маркет, Salton, EuroIns, Поляна	<100	23	24

		Квасова, др.			
22-24	Media First Ukraine	Bella Trade / TZMO, Кормотех, Dileo Farma, Hansa, Креома-Фарм, Фуршет, Сунево, Паритет Тойс и др.	<100	22	23
22-24	B4Bmedia	Lenovo, Moto, Ятрань, Nike, Novus, Gauss	<100	21	21
25-26	Brand Media	Борщаговский ХФЗ, ЧАО ДКПК, Натур+, Пирана, PharmUnion, Экотехника, Яна, Лидер Снек, НЬЮТОН ФАРМА	<50	25	27
25-26	IMS	Ласунка, Alphen Pharma, RIA, СТРОМАТ Строительная компания, Кавальска+Династия, Кий авто	<50	26	25

РЕЙТИНГИ РЕКЛАМОДАВЦІВ 2018

Рейтинг ефективності рекламодавців/брендів

Рейтинг ефективності рекламодавців за підсумками Effie Awards Ukraine 2018

rank	marketer	points
1	1+1 media	46
2	Beer Point	28
3-4	Carlsberg Ukraine	22
3-4	Tabletochki	22
5-6	L'Oréal Ukraine	20
5-6	Ukrainian Leadership Academy	20
7	PepsiCo	18
8	Bacardi-Martini Ukraine	16
9	NGO Vidchui	14
10-11	MHP S.A.	12
10-11	Nestle Ukraine	12
12-14	IDS Borjomi Ukraine	10
12-14	Kimberly-Clark	10
12-14	Publishers' Forum	10
15-19	Hansa Ukraine	8
15-19	Kyivstar	8
15-19	McDonald's Ukraine	8
15-19	Oschadbank	8
15-19	Philips Ukraine	8
20-25	FUIB	6
20-25	Henkel Ukraine	6
20-25	KOMO UKRAINE	6

20-25	Mastercard Ukraine	6
20-25	New Products Group	6
20-25	Parimatch	6
26-34	Danone Ukraine	4
26-34	DILEO Farma Ukraine	4
26-34	Electrolux	4
26-34	FOZZY GROUP	4
26-34	Gastrobar Rebra&Kotlety	4
26-34	Moneyveo	4
26-34	NGO Osvitoria	4
26-34	Toyota-Ukraine	4
26-34	Vodafone Ukraine	4
35-49	adidas	2
35-49	ASBIS Ukraine	2
35-49	Bayer	2
35-49	BIOCODEX UKRAINE	2
35-49	Chocolate factory Millennium	2
35-49	European Union Anti-Corruption Initiative	2
35-49	Johnson & Johnson Ukraine	2
35-49	Lantmanen AXA	2
35-49	Lifecell	2
35-49	Medical centre "Dobrobut"	2
35-49	METRO CASH & CARRY UKRAINE	2
35-49	NADAVI TRADE SYSTEM	2
35-49	Shire Ukraine	2
35-49	TravelPost	2
35-49	TV Ukraine	2

Рейтинг ефективності брендів за підсумками Effie Awards Ukraine 2018

rank	brand	points
1	#SCHOOL/1+1 media	38
2	Beer Point	28
3	Tabletochki	22
4	Ukrainian Leadership Academy	20
5	S&R Garage	18
6	MARTINI	16
7-8	NGO Vidchui	14
7-8	Pepsi Cola	14
9-12	Huggies	10
9-12	L'Oreal Paris	10
9-12	Morshynska Sport	10
9-12	Publishers' Forum	10
13-20	1+1 media	8
13-20	Hansa	8
13-20	Kyivstar	8
13-20	McDonald's®	8
13-20	Oschadbank. Build yours	8
13-20	Philips	8
13-20	Pure/Garnier	8
13-20	Torchyn	8
21-27	FUIB	6
21-27	KOMO	6
21-27	Mastercard	6
21-27	Nasha Ryaba	6
21-27	Parimatch	6

21-27	Pit Bull	6
21-27	Syoss	6
28-40	Agusha	4
28-40	Appetytna	4
28-40	Electrolux	4
28-40	FORA	4
28-40	Gastrobar Rebra&Kotlety	4
28-40	Lion	4
28-40	Lwiwske Eksportowe	4
28-40	Moneyveo	4
28-40	NGO Osvitoria	4
28-40	RASTISHKA	4
28-40	Tantum Verde	4
28-40	Toyota Camry	4
28-40	Vodafone Ukraine	4
41-57	adidas	2
41-57	AXA	2
41-57	Bepanthen® Plus	2
41-57	Dytynologia (Childrenology)	2
41-57	E-katalog	2
41-57	European Union Anti-Corruption Initiative	2
41-57	Fructis/Garnier	2
41-57	Lifecell	2
41-57	METRO CASH & CARRY UKRAINE	2
41-57	Microlax®	2
41-57	Millennium	2
41-57	Mironivsky Hliboproduct (MHP)	2
41-57	Otipax, Biocodex	2

41-57	Shire	2
41-57	TravelPost	2
41-57	TV Ukraine	2
41-57	Ultimate Ears	2

BEST MARKETING TEAMS 2018

Методологія

Всеукраїнська рекламна коаліція разом із дослідницькою компанією Factum Group проводять дослідження для визначення кращих маркетинг-команд України.

Вже вшосте, починаючи з 2013 року, рейтинги маркетингових команд [Best Marketing Teams](#) проводяться за загальними правилами, але роздільно в різних категоріях, 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 2018.

При складенні рейтингу в 2018 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 категорії, 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 40 відсотків балів рейтингу.

Рейтинг рекламно-комунікаційної ефективності маркетинг-директорів будується на підставі балів, одержаних компанією за всіма критеріями рейтингу.

ПРИСВОЄННЯ БАЛІВ КОМПАНІЇ:

1. Кожна компанія має своє значення за кожним критерієм. Всередині індустрії компанії рейтинуються (упорядковано) за значенням критерію таким чином, щоб максимальне значення критерію отримало найвищу позицію.
2. Компанії, що займає першу позицію (перший ранк) отримують 100 балів.
Компанії, що займає другу позицію (другий ранк) отримують 90 балів. І т.д. до 10-ї позиції включно.
3. Якщо кілька компаній мають однаковий ранк, ці компанії отримують однаковий бал, рівний максимальної позиції ранка всередині цих компаній.
4. Якщо ранк компанії нижче 10-й і вона має не-нульове значення критерію, вона отримує 5 балів.
Компанія, що має нульове значення критерію отримує 0 балів.
5. На останньому етапі отримані бали компаній по кожному з критеріїв зважуються згідно таблиці вище.
Зважені бали підсумовуються

Best Marketing Teams 2018

АЛКОГОЛЬНІ НАПОЇ

№ п/п	Компанія	Бали рейтингу
1	Bayadera Group	58,4
2	Bacardi-Martini Ukraine	56
3	Pernod Ricard	54,6
4	Koblevo	45,3

БАНКІВСЬКІ, ФІНАНСОВІ, СТРАХОВІ ТА ІНШІ ПОСЛУГИ

№ п/п	Компанія	Бали рейтингу
1	Пумб	62,8
2	Moneyveo	62,4
3	Oschadbank	60
4	Mastercard-Ukraine	48

БЕЗАЛКОГОЛЬНІ, СЛАБОАЛКОГОЛЬНІ НАПОЇ ТА ПИВО

№ п/п	Компанія	Бали рейтингу
1-2	New Products Group	68
	Carlsberg Ukraine	68
3	IDS Borjomi Ukraine	67
4	AB InBev	54,3
5	Jacobs	54,2

ЗДОРОВ'Я ТА КРАСА, ПОБУТОВІ ТОВАРИ

№ п/п	Компанія	Бали рейтингу
1	Kimberly-Clark Ukraine	78,2
2	Henkel Ukraine	75,5
3	L'OREAL UKRAINE	66,8
4	Johnson & Johnson Ukraine	57,2
5	Евуар Ukraine	53,1

ЛІКУВАЛЬНІ ЗАСОБИ ТА МЕДИЦИНСЬКІ ПОСЛУГИ

№ п/п	Компанія	Бали рейтингу
1	Bayer	62,6
2	Arterium	59,6
3-4	DILEO Farma Ukraine	50,8
	Medical centre "Dobrobut"	50,8
5	Sopharma (ПАТ Вітаміни)	49,6
6	Synevo Ukraine	48,6
7	BIOCODEX UKRAINE	44

МЕДІА КОМПАНІЇ

№ п/п	Компанія	Бали рейтингу
1	1+1 Media group	97,2
2	Медіа-холдинг «Медіа Група Україна»	60,2
3	Starlight Media	59,3
4	ІНТЕР Медіа груп	57,3

МУЛЬТИБРЕНДОВІ ТА МУЛЬТИКАТЕГОРІЙНІ КОМПАНІЇ

№ п/п	Компанія	Бали рейтингу
1	PepsiCo	92,1
2	Nestle	76,5
3	Procter&Gamble	55,8
4	Reckitt Benckiser	52,6

СПОРЯДЖЕННЯ, ТЕХНІКА, ТОВАРИ ДЛЯ ДОМУ ТА ОФІСУ, ЕЛЕКТРОНІКА

№ п/п	Компанія	Бали рейтингу
1	Hansa	73,4
2	Philips Ukraine	67
3	Electrolux	60,2
4	Samsung Electronics	51,5
5	MTI (Lenovo)	50,1
6	ASBIS Ukraine	42,2

ПРОДУКТИ ХАРЧУВАННЯ

№ п/п	Компанія	Бали рейтингу
1	Danone Ukraine	60
2	MHP S.A. (Myronivsky Hliboproduct)	57,4
3	MARS INC.	57
4	Lantmanen AXA	55,2
5	Chocolate factory Millennium	50
6	KOMO UKRAINE	46,2
7	IPG Trading Ltd.	42,8
8	Bunge	42,7
9	Beetradе West LLC	42,5

РОЗДРІБНА ТОРГІВЛЯ, СУПЕРМАРКЕТИ, СПОЖИВЧІ СЕРВІСИ

№ п/п	Компанія	Бали рейтингу
1	Fozzy Group	72,4
2	METRO Cash&Carry Ukraine	59,4
3	Rozetka	56
4	Allo	48,1
5	adidas	47
6	ANEX	44,5

СОЦІАЛЬНІ ФОНДИ, БЛАГОДІЙНІ ОРГАНІЗАЦІЇ

№ п/п	Компанія	Бали рейтингу
1	Фонд «Повернись живим»	71
2	Tabletochki	54,6
3	WWF UKRAINE	44,1

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

№ п/п	Компанія	Бали рейтингу
1	Kyivstar	70
2	Vodafone	69
3	Lifecell	66,5

ТРАНСПОРТНІ ЗАСОБИ, АЗС, АВТОСЕРВІС

№ п/п	Компанія	Бали рейтингу
1	Toyota Ukraine	76,2
2	Renault Ukraine	54,6
3	Winner Group Ukraine	54,2
4	KLO	47,3
5	Bentley Ukraine	40,8

БУДІВНИЦТВО, НЕРУХОМІСТЬ, ПРОМИСЛОВІСТЬ ТА B2B

№ п/п	Компанія	Бали рейтингу
1	UkrBud	65
2	DIM Group	57
3	EGIS International	45,8

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

№ п/п	Компанія	Бали рейтингу
1	Parimatch	73,6
2	Beer Point	68
3	McDonald's Ukraine	57,55
4	Publishers' Forum	44,7
5	Bukovel	42,7

СЕРТИФІКАЦІЯ VRK ADVERTISING & MARKETING CERTIFICATE

Місією ВРК, як найбільшого громадського об'єднання рекламної індустрії України, є розвиток цивілізованого ринку реклами. Тому ВРК постійно вивчає ситуацію в галузі та реагує на запити і потреби ринку.

Підвищення професіоналізму фахівців є одним з основних викликів сучасного рекламного бізнесу в Україні. Дефіцит професійних кадрів викликаний декількома причинами:

- Невідповідність компетенцій, знань та практичних навичок співробітників запитам провідних компаній галузі й сучасним потребам ринку.
- Дисконунікація між основними учасниками рекламних процесів: рекламодавці – агентства – медіа, і, як наслідок, нечітке розуміння завдань, можливостей і робочих процесів один одного.

ВРК покликана допомагати учасникам ринку в задоволенні їх запитів і пошуку способів підвищення професійного рівня фахівців. У зв'язку з цим, ВРК вводить програму кваліфікаційної сертифікації VRK ADVERTISING & MARKETING CERTIFICATE, яка дозволить сформулювати єдині професійні стандарти галузі, а також оцінити відповідність знань і практичних навичок фахівців цим стандартам.

Професійні стандарти VRK ADVERTISING & MARKETING CERTIFICATE – це вимоги до виконання фахівцями трудових функцій і необхідні для цього компетенції, розроблені колективно компаніями-членами ВРК, які є ключовими учасниками рекламнокомунікаційного ринку України і представляють різні сторони процесу.

Сертифікація не замінює базову освіту і не ставить її під сумнів, а підтверджує компетентність фахівця сучасним вимогам роботодавців та індустрії в цілому.

Кваліфікаційна сертифікація проходить через складання іспиту на перевірку теоретичних знань, практичних навичок та вмінь. Екзаменаційна комісія складається з експертів галузі, провідних фахівців з різних напрямів рекламної діяльності, професіоналів з компанійчленів ВРК.

Кваліфікаційна сертифікація проходить на двох рівнях:

Beginner – для молодих фахівців, незалежно від наявності вищої профільної освіти, програм професійної підготовки за спеціалізацією або досвіду роботи. Даний сертифікат офіційно підтверджує, що молодий фахівець володіє індивідуальними якостями, а також знаннями і вміннями, необхідними для ефективної роботи в рекламному бізнесі згідно з сучасних тенденцій ринку.

Professional – рівень сертифікації для фахівців, які отримали профільну освіту і мають досвід роботи від 2 років в рекламно-комунікаційній та маркетинговій індустрії. Сертифікат рівня Professional є офіційним визнанням фахівця професіоналом рекламнокомунікаційної та маркетингової сфери, що відповідає всім вимогам сучасного бізнесу.

Власник сертифіката VRK ADVERTISING & MARKETING CERTIFICATE отримують:

- Документальне підтвердження кваліфікації та професійної майстерності, яке визнають лідери рекламно-комунікаційного ринку та рекламодавці.
- Переваги при працевлаштуванні та кар'єрному просуванні.
- Впевненість у власних можливостях, довіру керівництва компанії

Кваліфікаційна сертифікація VRK ADVERTISING & MARKETING CERTIFICATE допоможе вирішити наступні завдання галузі:

- Забезпечення потреби компаній у кваліфікованих фахівцях.
- Розширення можливостей працевлаштування для кваліфікованих фахівців.
- Підвищення якості послуг в галузі в цілому.
- Покращення розуміння як загальних стратегій, так і конкретних практичних завдань усіма учасниками ринку.

ТЕХНІЧНИЙ РЕГЛАМЕНТ РОЗРОБКИ ІНТЕРНЕТ-ПРОЕКТУ

Всеукраїнською рекламною коаліцією прийнято новий індустріальний стандарт - «Технічний регламент розробки інтернет-проекту»

Digital Developers Committee ВРК створив документ, що регламентуватиме технічні вимоги та стандарти щодо розробки і впровадження інтернет-проектів для гравців рекламно-комунікаційного ринку.

Рекламно-комунікаційна індустрія, як і будь-яка інша, потребує для свого функціонування і особливо розвитку, дії певних загальноприйнятих правил, однозначного тлумачення всіма гравцями ринку професійних термінів, процедур, тощо.

Наразі рекламний ринок України страждає від істотної проблеми, що полягає у нерозумінні базових процесів, що відбуваються при розробці інтернет-проектів.

При цьому зазначене нерозуміння починається з моменту вибору компанії-розробника і закінчується прийомом готового проекту. Тобто стосується будь-якого етапу розробки.

Для того, аби клієнтові стало зрозуміліше та комфортніше під час комунікації із потенційними підрядниками і розробниками, було вирішено створити «Технічний регламент розробки інтернет-проекту».

Документ зрозуміло і детально визначає весь процес розробки, надає класифікацію проектів, вимоги до інформації, яку має представити клієнт, технічні вимоги до проекту, що знаходиться у процесі реалізації, та перелік популярних на даний момент технологій. Сподіваємось, що Регламент допоможе клієнту зрозуміти до чого йому необхідно бути готовим, як номінально має проходити процес розробки, яка команда має бути у розробника та якою він має володіти кваліфікацією та експертизою.

Основною метою Регламенту є досягнення консенсусу між розробником і клієнтом, однакової інтерпретації процесу розробки та взаєморозуміння задля досягнення бажаного результату.

Як і будь-який індустріальний стандарт, документ має рекомендаційний характер. Але ВРК сподівається що, якщо всі компанії-розробники (або хоча б більшість) будуть дотримуватися бізнес-підходів, що також наведені у регламенті, то клієнти будуть відчувати себе набагато комфортніше на ринку, не губитимуться поміж інколи зовсім протилежними пропозиціями та умовами. Регламент стане у нагоді і безпосередньо розробникам, адже він упорядковує етапи робіт, дає рекомендації для ефективного реалізації проекту, обов'язкові та бажані вимоги до проектів.

«Вже давно пройшли ті часи, коли сайт був просто гарною картинкою. Зараз сайт – це повноцінний інструмент для бізнесу та просування бренду на ринок. І як будь-який інший інструмент, його потрібно правильно створити та вміло користуватися у подальшому, не забуваючи при цьому, що він має вирішувати задачі споживачів, бути зручним для співробітників Клієнта (саме з ним і працювати), використовувати найновітніші технології та підходи. При цьому створення такого проекту вимагає повноцінної активації двох сторін – Замовника та Розробника.

Цей документ спрямований з одної сторони на те, щоб показати нашу кухню – що відбувається із проектом, хто бере участь у його розробці, а з іншої сторони, допомогти клієнту зробити співпрацю більш легкою, прогнозованою та зрозумілою. Це така собі дорожня карта, ознайомившись із якою у Клієнта буде чітке розуміння послідовності, відповідальності та очікуваного результату. І результатом роботи такої Команди стане ефективний проект, яким можна пишатися.» – коментує Ірина Муштіна, співзасновниця DDC, керівник команди, що працювала над розробкою цього документу.

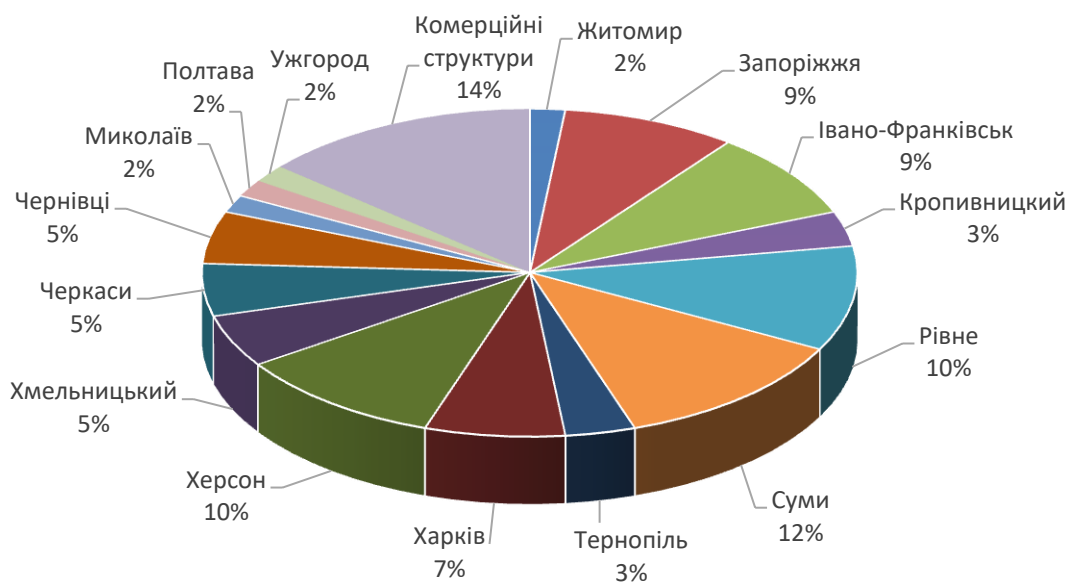
Даний документ був складений на основі аналізу сучасного процесу розробки та впровадження інтернет-проектів провідних українських і міжнародних компаній (digital розробників).

Регламент та додаток до регламенту доступні за посиланнями.

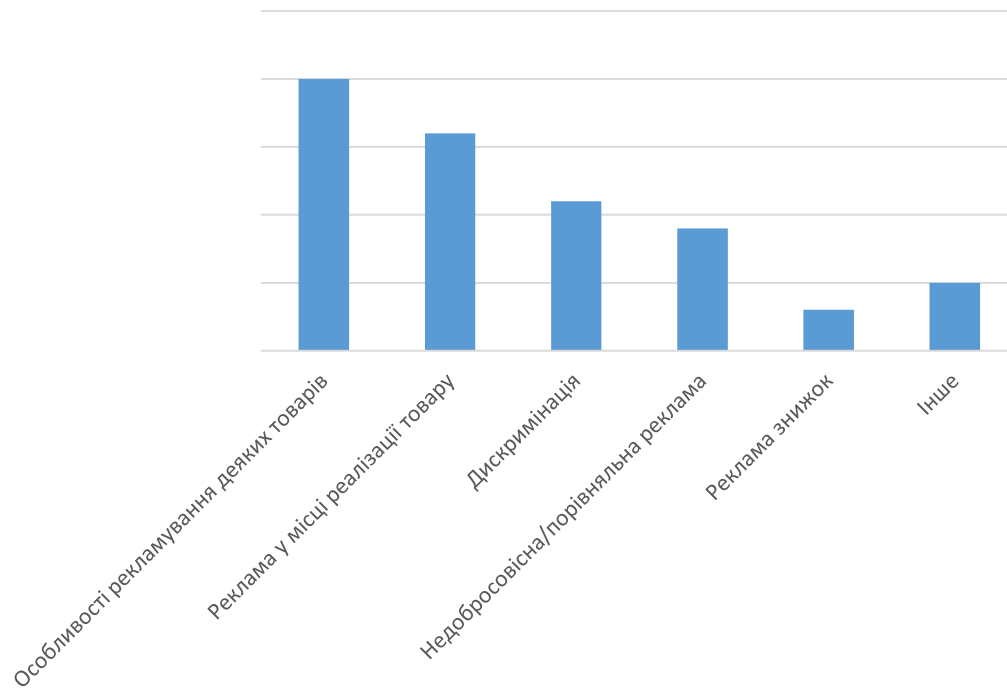
НЕЗАЛЕЖНІ ЕКСПЕРТИЗИ РЕКЛАМИ ЩОДО ВІДПОВІДНОСТІ ВИМОГАМ ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ

У 2018 році було розглянуто близько 60 запитів щодо відповідності реклами дійсному законодавству України. Запити на експертизу надходили як від комерційних структур, так й від Держпродспоживслужб різних областей України.

Основні запити щодо експертизи фахівців ВРК стосувались:



- товарів з особливостями рекламування, такими як алкогольні напої, тютюнові вироби, лікарські засоби, медичні вироби, методи діагностики та лікування;
- реклами у місцях реалізації товару та вивісок;
- дискримінації у рекламі;
- недобросовісної чи порівняльної реклами;
- реклами знижок та інше.



СЛІД В РЕКЛАМІ 2018

Вікторія Цомая, маркетинг директор «Воля», та Євген Камінський, креативний директор THINKMcCANN, отримали нагороду «Слід в рекламі 2018» в рамках Київського Міжнародного Фестивалю Рекламі 2018.

З 2004 року ВРК відзначає заслуги людей, які зробили вагомий внесок в рекламну галузь України. За попередні 14 років було нагороджено 33 лауреата. У 2017 році цю нагороду отримав Борис Ложкін, а в 2016 році – Олександр Гороховський та Валерій Варениця. З повним списком імен можна ознайомитися за посиланням на сайті ВРК в розділі «Слід у рекламі».

Цього року премією були відзначені двоє людей. Вперше за всю історію «Сліду в рекламі», лауреатом став представник клієнта, маркетинг-директор – Вікторія Цомая, а також креативний директор Євген Камінський.

Вікторія Цомая – маркетолог з 20-річним досвідом роботи в секторі FMCG, фінансових послуг, розваг, контенту, телеком ринку. Працювала на керівних позиціях і Членом Наглядової Ради у великих локальних і міжнародних компаніях Unilever, United Foods, Anheuser-Busch InBev, BAT, CV Company, MSL в Україні і за кордоном – Європі, Азії та Південній Америці. З червня 2014 року працює маркетинг директором компанії «Воля». Білборд компанії Unilever, в якій вона працювала у 1999 році увійшов до Книги Рекордів Гіннеса, як найбільший у світі.

Креативний директор THINKMcCANN **Євген Камінський**, граючий тренер рекламного бізнесу, який працює в індустрії більш ніж 20 років. За час своєї роботи Євген успішно працював з багатьма провідними локальними й міжнародними брендами, такими як Unilever, Nestle, Carlsberg, Mastercard, Kyivstar, Vodafone, Microsoft, Vorjomi та ін. Створив багато успішних кампаній, без яких уже неможливо уявити рекламну індустрію. А один з його рекламних проєктів навіть потрапив до Книги рекордів Гіннеса. Євген Камінський – володар нагород міжнародних фестивалів реклами. Завдяки роботі Євгена та його команди агенція THINKMcCANN отримала 45 статуеток Effie Awards Ukraine за свої успішні кейси. Крім того, Євген виростив сотні талановитих арт-директорів і копірайтерів, став справжнім ментором для креативників та лишається одним з найпопулярніших лекторів Kyiv Academy of Media Arts (KAMA).

Наші вітання! Бажаємо їм подальшого успіху в розвитку ринку, підвищенні якості реклами та у нововведеннях.



ЧЛЕНСТВО В ЄВРОПЕЙСЬКІЙ АСОЦІАЦІЇ КОМУНІКАЦІЙНИХ АГЕНТСТВ (ЕАСА)

З 2015 року Всеукраїнська рекламна коаліція стала повноцінним членом європейського рекламного співтовариства, приєднавшись до Європейської асоціації комунікаційних агентств (ЕАСА).

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 модуль: Advertising and Communication in Context, Understanding Clients 'Business, The Strategic Planner's Toolkit, 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 ЕАСА, співробітникам агентств-членів ВРК надаються значні знижки на онлайн-навчання і складання іспиту. Деталі на certificate.eaca.be.

КЛУБ ADC*UA

ADC * UA - це український Клуб Арт-директорів і відповідно мета клубу - гідно представляти Україну в європейському творчому співтоваристві. Існуючи в форматі об'єднання провідних креаторів індустрії, ADC * UA забезпечує взаємодію з європейським клубом, а також проводить і підтримує ряд власних програм.

Щороку Всеукраїнська рекламна коаліція проводить конкурс ADC * UA Awards, який нагороджує кращі українські роботи, які далі відправляються на європейський конкурс ADC*E.

Олександр Смірнов, президент клубу Арт-директорів України зазначив, що:

*«На міжнародному рівні це забезпечується через участь в конкурсах Creative Challenge, на який в молоде журі Європи відправляються українські креативщики, а також Creative Express - унікальний формат, де молоді таланти вирішують бриф прямо під час подорожі. Кілька років поспіль ми відправляємо креаторів на обидва конкурси. За даний напрям відповідає Слава Денис, член Ради Директорів ADC * UA.*

Також вже два роки поспіль на базі нашого Клубу ми займаємося Школою молодих левів - готуємо креаторів для участі в конкурсі Young Lions в Каннах, найпрестижнішому конкурсі креативності в світі. Вже 8 креативних пар з України були відібрані і змагалися з кращими креативщиками Землі. В цьому році ми поміняли правила національного відбору і змогли запросити в головне журі світових зірок, в портфолію яких безліч Каннських левів. Це і президент європейського ADC - Амі Хасан, і володар гран-прі Канн - Марк Ворде, креативний директор лондонського Паблісіс - Поліна Забродська, і багато інших.

Під керівництвом Ольги Шевченко на постійній основі виходить Дайджест, присвячений трендам в дизайні.

Також в 2018 році разом з Костею Шнайдером ми запустили проект ADC School, на який покладаємо великі надії. В рамках Школи професіонали комунікації читають курси для студентів провідних вузів. Пробний проект пройшов успішно, і ми збираємося його розвивати».

10 РОКІВ ІЗ ВРК У 2018 РОЦІ

Pleon Talan, RAM 360 Agency, Tabasco, Target Media Group Ukraine та ThinkMcCann були нагороджені відзнакою «10 років з ВРК» на Церемонії нагородження переможців КМФР.

На 20-річчі Всеукраїнської рекламної коаліції в 2017 була заснована традиція – щорічне нагородження тих, хто «пліч-о-пліч» йшов разом з ВРК більше 10 років і робив внесок в розвиток українського ринку рекламно-маркетингових комунікацій.

У 2017 році «10 років з ВРК» були нагороджені 29 компаній – BigBoard, Hearst Shkulev Ukraine, B4B, Carat Ukraine, DIALLA Communications, Edipresse Ukraine, Geometry Global Ukraine, Havas Kyiv, Havas Ukraine, Hoshva DGTL, Leo Burnett Ukraine, Linea 12 / ETC, Mediavest Ukraine, MEX Advertising, MullenLowe Adventa, Octagon Outdoor, Ogilvy & Mather Ukraine, OMD Media Direction Ukraine, Optimum Media OMD, OSD Group, PROVID, Saatchi & Saatchi Ukraine, Scholz & Friends Kyiv, Serviceplan Ukraine, Starcom Ukraine, Talan Communications, TMA Ukraine, Visage DDB і World Web Studio.

Цього року, на Церемонії нагородження КМФР 2018, його почесними володарями стали Pleon Talan, RAM 360 Agency, Tabasco, Target Media Group Ukraine і ThinkMcCann.

Ми вітаємо наших колег і бажаємо подальшого спільного співробітництва на благо майбутнього реклами України.

КРУГЛИЙ СТІЛ РЕКЛАМНОЇ ГАЛУЗІ «ЛЕГАЛЬНО ПРАЦЮВАТИ В ОНЛАЙНІ – РЕАЛЬНО»

В рамках Київського Міжнародного Фестивалю Реклами організовано круглий стіл рекламної галузі про порушення права інтелектуальної власності в інтернеті «Легально працювати в онлайні – реально».

Ще рік тому відбулася перша публічна розмова рекламної галузі України на тему розміщення реклами на піратських сайтах. Тоді рекламодавцям був представлений сервіс blacklists.org.ua. На ньому щомісяця розміщується список сайтів, до яких у правовласників є претензії. Українська антипіратська асоціація (УАПА) проводить щомісячний моніторинг розміщення реклами на цих сайтах, попереджає бренди про потрапляння туди їхньої реклами, а в разі системного розміщення публікує результати на сайті. На початку року дослідницька компанія Gemius вивела окремий звіт по сайтам з blacklists.org.ua.

Сьогодні використання «проклятих скарбів піратів» відноситься до фінансування порушення права інтелектуальної власності та є статтею кримінального кодексу України.

До розмови були запрошені маркетологи, бренд-менеджери, фахівці з медіа, директора медіа-, рекламних- і діджитал-агентств та інші залучені в розміщення реклами в інтернеті.

Організували зустріч Ініціатива «Чисте небо» і Всеукраїнська рекламна коаліція. Співорганізатор – Українська Антипіратська Асоціація (УАПА).

На зустрічі, Ініціатива «Чисте небо» і Всеукраїнська рекламна коаліція також оголосили конкурс ідей для створення антипіратського соціального ролика. Адже піратство – це проблема не лише правовласника. Ринок має виховувати свого споживача, щоб разом користуватися легальними майданчиками, піднімати рівень прибутків та імідж країни.

Ініціатива «Чисте небо» створена в 2013 році з метою розвитку в уанеті легального аудіо-візуального продукту і боротьби з поширенням контенту, розміщеного з порушенням права інтелектуальної власності. Її засновниками стали чотири найбільших медіа групи України – 1+1 Медіа, StarLightMedia, Медіа Група Україна і Inter Media Group.

Українська Антипіратська Асоціація (УАПА) – громадська організація, основною метою якої є задоволення законних, соціальних, економічних, творчих та інших спільних інтересів своїх членів, сприяння в забезпеченні захисту авторського права і суміжних прав Асоціації та створення умов для посилення в Україні охорони прав на інтелектуальну власність, а саме: аудіовізуальних та інших творів.

ПРОФІЛЬНІ АСОЦІАЦІЇ

Асоціація зовнішньої реклами

Індустріальний Телевізійний Комітет

Інтернет асоціація України

Українська Асоціація Медіа Бізнесу

Українська Асоціація зі зв'язків з громадськістю (UAPR)

Міжнародна Асоціація Маркетингових Ініціатив

Українська Асоціація Директ Маркетингу

Бюро Інтерактивної Реклами Україна (IAB Ukraine)

Альянс цифрової реклами України (Digital ООН)

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