

Всеукраїнська рекламна коаліція традиційно наприкінці року разом з профільними індустріальними асоціаціями та найбільшими гравцями рекламно-комунікаційного ринку проводить дослідження об'ємів ринку 2024 року та робить свої перші прогнози щодо розвитку ринку в 2025.

Велика шана та подяка ЗСУ за можливість нашому ринку працювати та продовжувати його розвиток! Без них це було б неможливо...

Наше фінальне бачення ринку для 2024 року – це зростання на 30% vs. 2023, на наступний рік, попри всі виклики, ми очікуємо продовження тенденції зростання, але з меншою динамікою – +18%:

	Підсумки 2023, млн грн	Підсумки 2024, млн грн	Відсоток зміни 2024 до 2023, %	Прогноз 2025 грудень, млн грн	Відсоток зміни 2025 до 2024, %
<b>ТБ-реклама, всього</b>	<b>3 870</b>	<b>5 800</b>	<b>50%</b>	<b>7 175</b>	<b>24%</b>
Пряма реклама	3 500	5 300	51%	6 500	23%
Спонсорство	370	500	35%	675	35%
<b>Digital ТБ</b>	<b>450</b>	<b>750</b>	<b>67%</b>	<b>900</b>	<b>20%</b>
<b>Реклама в пресі, всього</b>	<b>357</b>	<b>387</b>	<b>8%</b>	<b>435</b>	<b>12%</b>
Національна преса	235	258	10%	297	15%
<i>в т.ч. спонсорство</i>	56	62	11%	71	15%
Регіональна преса	51	54	6%	59	9%
Спеціалізована преса	71	75	6%	79	5%
<b>ООН Media, всього</b>	<b>3 244</b>	<b>4 626</b>	<b>43%</b>	<b>5 742</b>	<b>24%</b>
Зовнішня реклама	2 081	2 988	44%	3 701	24%
Транзитна реклама	617	790	28%	928	18%
DOOH	504	796	58%	1 055	33%
Indoor реклама	42	52	24%	58	12%
<b>Радіо реклама, всього</b>	<b>865</b>	<b>1035</b>	<b>20%</b>	<b>1295</b>	<b>25%</b>
Національне	550	680	24%	875	29%
Регіональне	75	85	13%	100	18%
Спонсорство	240	270	13%	320	19%
<b>Digital (Internet) Media реклама</b>	<b>13 736</b>	<b>16 777</b>	<b>22%</b>	<b>19 240</b>	<b>15%</b>
<b>Всього рекламний медіа ринок</b>	<b>22 522</b>	<b>29 375</b>	<b>30%</b>	<b>34 787</b>	<b>18%</b>

## Digital

IAB Україна провела хвилю дослідження обсягів ринку інтерактивної реклами за власною методологією, що передбачає три послідовні етапи та крос-перевірку даних, наданих агенціями, паблішерами, продавцями CTV та дослідниками.

Рекламні бюджети демонструють стабільне зростання і, незважаючи на ситуацію в країні, ми очікуємо, що не тільки медійна реклама, а й пошук та інші сегменти ринку перевищуватимуть довоєнні обсяги бюджетів.

Серед основних драйверів ринку хочеться відзначити швидке зростання обсягів відеореклами та активну експансію відео на ТВ пристрої.

Також ми додали дані по напрямку digital development:

Digital реклама	Підсумки 2023, млн грн	Підсумки 2024, млн грн	Відсоток зміни 2024 до 2023, %	Прогноз 2025, млн грн	Відсоток зміни 2025 до 2024, %
Банерна реклама, оголошення в соціальних мережах, rich media	8 500	9 367	10%	10 771	15%
Цифрове відео, вкл YouTube (без CTV)	5 236	7 410	42%	8 469	14%
<b>ВСЬОГО ІНТЕРНЕТ МЕДІА</b>	<b>13 736</b>	<b>16 777</b>	<b>22%</b>	<b>19 240</b>	<b>15%</b>
Пошук (платна видача в пошукових системах), включаючи частину GDN	15 606	20 288	30%	28 403	40%
Інфлюенсер маркетинг	408	510	25%	612	20%
SMM*	496	793	60%	1 189	50%
SEO	1165	1 491	28%	1 789	20%
Digital Development	1450	1 400	-3%	1 750	25%
Інший диджитал	398	477	20%	621	30%
<b>ВСЬОГО ІНТЕРНЕТ РИНОК</b>	<b>33 259</b>	<b>41 736</b>	<b>25%</b>	<b>53 604</b>	<b>28%</b>

\*містить частину медіабюджетів, розміщених через профільні агенції

## ТБ

На жаль, через скорочення активності рекламодавців в четвертому кварталі 2024 року, ринок ТБ реклами не доотримав в підсумку більше 300 мільйонів гривень, тому річний прогноз 5,4 – 5,6 мільярдів гривень не виправдався. Ринок ТБ реклами в 2024 становить лише 5,3 мільярди, що на 51% більше попереднього року, хоч і менше попереднього прогнозу. Але й такий об'єм, з врахуванням українських реалій, можна вважати успіхом. З огляду на повернення більшості ключових рекламодавців в ефір, прогнозувати стрімке зростання ринку в 2025 році важко. Адже тепер зміни ТБ бюджетів залежатимуть не від повернення рекламодавців, а від зростання активності вже існуючих, які збільшуватимуть власні бюджети в залежності від ситуації на ринку. Поява нових рекламодавців можлива, але це не матиме масового характеру й значного впливу на розмір ринку, який може зрости на 20%-25% по відношенню до цього року. Тому реалістично-оптимістичний прогноз 6,4 – 6,6 мільярди гривень.

Спонсорство виправдало осінній прогноз, не дивлячись на падіння об'єму прямої реклами, і зберегло заплановані 500 мільйонів гривень. Основним драйвером 35% зростання в порівнянні з 2023 роком став новий лідер – категорія «фарма», що обійшла в 2024 році «алкоголь» та «розваги». Тепер «фарма» категорія номер 1 і в прямій рекламі і в спонсорстві й здається це надовго. Спонсорство має всі підстави зрости на 35% і в наступному році, адже великі ТБ канали поступово відновлюють об'єм прем'єрних розважальних шоу, які й приваблюють нових партнерів. Тому прогноз об'єму ТБ спонсорства на наступний рік буде в межах 650–675 мільйонів гривень.

## **Digital ТБ**

Цей сегмент продовжує активно зростати: Digital TV стає частиною як діджитальних кампаній, так і розширює охоплення ТБ кампаній. Також сприяє розвитку велика кількість спортивних подій, що транслювались на OTT-платформах: матчі збірної України у відборі до Євро та власне саме Євро-2024, бій Олександра Усіка (Megogo), Олімпіада та Параолімпіада, які активно промотували всі платформи.

Digital TV безумовно продовжить своє зростання.

## **ООН**

Галузь зросла на 43% до минулого року.

Найбільш інтенсивно зростав Західний регіон, занятість в деяких містах досягала відмітки 87%. Центральний регіон і навіть міста на Сході показали ріст зайнятості на всі основні формати.

Підтвердився прогноз щодо стрімкого зростання DOOH - +60% vs. 2023. Драйверами зростання є стабільний попит з боку системних рекламодавців, а також продовження розширення мереж операторів і модернізації цифрових носіїв. Комбінування статичних форматів з цифровими носіями і впровадження нових технологічних рішень вирішили питання відсутності світла і зберегли рекламні бюджети галузі.

ІКЗР продовжив приділяти увагу дослідженням. Незважаючи на організаційні складності, особливо в Східному регіоні, зона моніторингу була розширена до 12 міст.

Обсяги рекламної комунікації у транзитній рекламі у 2024 року перевершили загальні очікування сегменту наприкінці 2023 року, тому результат вийшов більш оптимістичним і складає 790 млн грн (+28% до минулого року).

## **Радіо**

Радіо реклама в 2024 році зросла на 20% і вперше в історії цього медіа перетнула позначку в 1 мільярд гривень. Ріст радіо забезпечили прихід більше ніж 200 нових брендів, в основному з секторів «ліки», «торгівля», «продовольчі товари» та «кондитерські вироби»; помітно виросли категорії «автомобілі», «e-commerce», «морозиво», «соуси/кетчупи/майонези», «корми для домашніх тварин» та кілька категорій лікарських засобів.

Крім того, радіо в 2024 році стало важливим медіа в рекрутингових кампаніях сил і відомств Сил оборони України (Десантно-штурмові війська, Морська піхота ВМС, Сухопутні війська, ССО, ГУР, НГУ, СБУ). Медійну підтримку від радіостанцій отримали близько 50 різних підрозділів та більше 20 благодійних фондів і громадських організацій. Загалом доля соціальної реклами в ефірі радіостанцій збільшилась до 10-12%.

Реклама на радіо забезпечує охоплення економічно-активної аудиторії та гарантує один з найвищих ROI через усіх медіа-інструментів. У 2025 році очікуємо продовження трендів 2024 року, розраховуємо на подальший ріст долі радіо в медіасплітах та ріст ринку радіо реклами не менше 25%.

## Реклама в пресі

Експерти УАМБ, прогнозуючи перспективи для преси у сегменті рекламних надходжень у 2025 році, одногосно висловилися, що динаміка 2024 проти 2023 є набагато кращою, аніж була у попередньому, 2023 році. Обсяги реклами в пресі у 2024 році зросли, і тенденція на 2025 рік є обнадійливою. Опосередковано це підтверджується і в інших дослідженнях, наприклад у дослідженні «Українські медіа, ставлення та довіра у 2024 році», яке показує зростання довіри до місцевих медіа як джерела новин вже другий рік поспіль.

Тому Українська Асоціація Медіа Бізнесу подає на 2025 рік більш оптимістичні показники, аніж були у 2024 році, зауважуючи при цьому, що зростання відбувається з дуже низької бази.

## МАМІ

Основою для оцінки ринку маркетингових сервісів є рейтинг агентств згідно доходів, який включає об'єктивне вимірювання обігу та динаміки розвитку ринку, рейтингування ключових компаній і дослідження тенденцій. Після проведення аналізу результатів Рейтингу агентств маркетингових сервісів згідно доходів за 2023 рік Міжнародна Асоціація Маркетингових Ініціатив (МАМІ) вносить коригування в дані обсягу ринку маркетингових сервісів за 2023 рік. Отже: Trade marketing має зростання на 34%, Event marketing – показав набагато більший стрибок +172%, а це в свою чергу дало загальне зростання ринку маркетингових сервісів у цьому році на +37%.

У 2024 році на думку експертів МАМІ ринок маркетингових сервісів теж продемонстрував значний прогрес у відновленні всіх сегментів. Trade marketing, loyalty marketing, збільшилися на 20%, consumer marketing та event marketing – відповідно на 25% та 30% у порівнянні із 2023 роком. Це свідчить про адаптацію бізнесу до нових умов та його здатність не лише витримувати кризові потрясіння, а й формувати нові конкурентні переваги. Наразі проекти стають більш комплексними та все частіше перетворюються на комунікаційні платформи. Завдяки небайдужості як бізнесів, так і споживачів, кількість проектів із соціальною складовою також продовжує зростати. Загальне зростання обсягів ринку маркетингових сервісів у 2024 році - 22%.

Втім, перед галуззю залишаються суттєві виклики: невизначеність, дефіцит кадрів, енергетичні обмеження, а також переважання короткострокового планування. Усе це вимагає більш гнучкого підходу до управління, креативу, підвищення інноваційності та наполегливості. Та попри усі складнощі, віримо у подальший розвиток та з оптимізмом прогнозуємо у 2025 році збільшення обсягів по сегментах маркетингових сервісів, а ринку в цілому на 21%.

На сьогоднішній день глобальною задачею любого бізнесу є його збереження. Тож маємо працювати: не завдяки, а всупереч, кожен на своєму місці, підтримуючи та допомагаючи.

Маркетингові сервіси	Підсумки 2023, млн грн	Підсумки 2024, млн грн	Відсоток зміни 2024 до 2023, %	Прогноз 2025, млн грн	Відсоток зміни 2024 до 2023, %
<b>Обсяг ринку МС, ВСЬОГО</b>	<b>3 280</b>	<b>4 017</b>	<b>22%</b>	<b>4 886</b>	<b>22%</b>
<i>У тому числі:</i>					
Trade marketing (Мерчандайзинг, Trade promo, Програми мотивації та	1 592	1 911	20%	2 293	20%

контролю персоналу)					
Loyalty marketing (Mailing, DB management, Contact-Center)	616	739	<b>20%</b>	849	<b>15%</b>
Consumer marketing	526	657	<b>25%</b>	821	<b>25%</b>
Event Marketing and Sponsorship	546	710	<b>30%</b>	923	<b>30%</b>

*Ігор Полосьмак, Наглядова Рада ВРК*