

Об'єм рекламно-комунікаційного ринку України 2025 і прогноз об'ємів ринку 2026

Настав час Всеукраїнській рекламній коаліції традиційно наприкінці року разом з профільними індустріальними асоціаціями та найбільшими гравцями рекламно-комунікаційного ринку підбити підсумки 2025 року та зробити перші прогнози щодо розвитку ринку в 2026.

Незмінним лишається той факт, що без Сил оборони не було б нашого ринку і його об'ємів... Велика шана і подяка нашим Воїнам!

Наше фінальне бачення ринку 2025 року – це зростання на 12% vs. 2024. Лідерами зростання за темпами є DOOH, Digital TB, зовнішня реклама та національна преса.

На наступний рік, попри всі виклики, ми очікуємо продовження тенденції зростання з динамікою +13%.

	Підсумки 2024, млн грн	Підсумки 2025, млн грн	Відсоток зміни 2025 до 2024, %	Прогноз 2026, млн грн	Відсоток зміни 2026 до 2025, %
ТБ-реклама, всього	5 800	5 559	-4%	5 653	2%
Пряма реклама	5 300	5 009	-5,5%	5 059	1%
Спонсорство	500	550	10%	594	8%
Digital TB	750	953	27%	1191	25%
Реклама в пресі, всього	387	464	20%	550	19%
Національна преса	258	322	25%	386	20%
в т.ч. спонсорство	62	71	15%	82	15%
Регіональна преса	54	59	9%	68	15%
Спеціалізована преса	75	83	11%	96	16%
ООН Media, всього	4 626	5 846	26%	6 867	17%
Зовнішня реклама	2 988	3 742	25%	4 369	17%
Транзитна реклама	790	955	21%	1 095	15%
DOOH	796	1 088	37%	1 335	23%
Indoor реклама	52	61	17%	68	11%
Радіо реклама, всього	1035	1179	14%	1356	15%
Національне	680	829	22%	978	18%
Регіональне	85	90	6%	95	5%
Спонсорство	270	260	-4%	283	9%
Digital (Internet) Media реклама	17 208	19 410	13%	22 153	14%

Всього рекламний медіа ринок	29 806	33 410	12%	37 769	13%
---	---------------	---------------	------------	---------------	------------

Digital

Традиційно 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.

У 2025 року ринок продемонстрував упевнене зростання, підтвердивши роль цифрових медіа як головного драйвера відновлення рекламної індустрії. Темпи приросту залишаються двозначними, що свідчить про високу стійкість попиту та адаптивність брендів до економічних і воєнних викликів.

Структура ринку зберігає стабільно високу частку глобальних гравців — передусім Facebook, Google та Instagram. Це формує специфіку конкурентного середовища: більшість рекламодавців інтегрують міжнародні платформи як основу диджитал-міксів, доповнюючи їх локальними інструментами та програматик-закупівлями.

Також було додано дані по напрямку digital development.

Digital реклама	Підсумки 2024, млн грн	Підсумки 2025, млн грн	Відсоток зміни 2025 до 2024, %	Прогноз 2026, млн грн	Відсоток зміни 2026 до 2025, %
Банерна реклама, оголошення в соціальних мережах, rich media	9 900	11 384	15%	12 523	10%
Цифрове відео, вкл YouTube (без CTV)	7 308	8 025	10%	9 630	20%
ВСЬОГО ІНТЕРНЕТ МЕДІА	17 208	19 410	13%	22 153	14%
Пошук (платна видача в пошукових системах), включаючи частину GDN	20 228	24 274	20%	29 128	20%
Інфлюенсер маркетинг	714	835	17%	1 019	22%
SMM*	824	989	20%	1 137	15%
SEO	1 876	2 251	20%	2 927	30%

Digital Development	1 597	1 837	15%	2 020	10%
Інший диджитал	477	621	30%	745	20%
ВСЬОГО ІНТЕРНЕТ РИНОК	42 924	50 216	17%	59 130	18%

*містить частину медіабюджетів, розміщених через профільні агенції

ТБ

Зміни в законодавстві суттєво вплинули на найбільшу категорію рекламодавців на ТБ – «фарма». Зменшення обсягів ринку ТБ реклами на 5,5%, зумовлено в основному скороченням бюджетів 3-х ТОП-рекламодавців: Дарниця, Артеріум та Delta Medical, кожен з яких мав свої об'єктивні бізнесові причини для такого рішення.

Але хочеться вірити, що тепер є шлях лише до зростання і поки з обережністю, але очікується на 2026 рік стабілізація ринку з мінімальним зростанням +1%, оскільки наразі є блек-ауті. В той же час, якщо вдасться пройти зиму без катастрофічних відключень, можна буде очікувати «оптимістичний» сценарій – зростання +5-10%.

Спонсорство підтвердило оптимістичний прогноз, який робився у липні: +10% зростання до 2024, і наразі ринок становить 550 мільйонів гривень.

На 2026 рік прогнозується подальше зростання цього сегменту до 594 млн грн (+8%).

Наш прогноз на 2026: ринок ТБ (пряма реклама + спонсорство) буде складати 5,653 млрд грн у 2026 році.

Digital ТБ

Цей сегмент, який надає ТБ усі переваги digital (насамперед технологічність та вимірюваність), підтвердив статус одного з найдинамічніших у 2025: +27% до 2024 року. Digital ТБ став частиною як диджитальних кампаній, так і ТБ кампаній для максимізації охоплення. Велика кількість спортивних подій, що транслюється на OTT-платформах лише сприяє розвитку цього медіа.

У 2026 році очікується об'єм digital ТБ вже більше 1 млрд грн (+25% vs. 2025: 1,191 млрд грн).

ООН

Протягом першого півріччя 2025 року зовнішня реклама продовжувала демонструвати стійкий тренд до зростання. Галузь прогнозує збільшення обсягів і в 2025 році, на рівні 29%.

Прогнозовано, випереджаючи по темпах збільшення бюджетів на звичайних рекламоносіях, зростає сегмент DOOH. Після стабілізації ситуації з енергопостачанням підвищився обсяг реклами. Не зважаючи на війну, з'являлись нові цифрові рекламні конструкції, в тому числі і в регіонах.

Драйверами зростання є стабільний попит з боку системних рекламодавців.

Цілком природньо, в умовах стабілізації лінії фронту на сході та в умовах очікування позитивних результатів від перемовного тиску на агресора, виглядає практично довоєнна зайнятість рекламних площин, в 75-85%, в західних регіонах.

Це підштовхує ринок до зростання цін. Весняна кампанія поточного року показала підвищення зайнятості в центральних і, навіть, в східних регіонах країни.

Завдяки роботі ІКЗР, провідних операторів були відновлені моніторинг в 15 містах. На ринку з'явилися дослідження по цільових аудиторіях в 10 найбільших містах України.

Транзитна реклама

Фінальний результат для сегменту транзитної реклами підтвердив попередній прогноз – стабільне зростання з року в рік: 21% у 2025 році, це менше ніж динаміка у 2024 році (28% vs. 2023), але це сповільнення можна пояснити високою розпроданістю інвентарю.

Загальний обсяг 2025 року оцінюється у 955 млн грн, а перше бачення для 2026 року: продовження зростання на рівні 15% до 1095 млн грн.

Основним прогнозним фактором зростання є інфляційний, а також посилення ролі великих міст України на рекламному ринку, що спричинить посилення впливу транзитної реклами.

Радіо

Ринок радіореклами вже третій рік поспіль демонструє стабільний ріст. Зокрема, за підсумками року рекламодавці збільшили свої інвестиції на 14%. Таким чином, бюджети, інвестовані в радіо, сягнули 1,170 млн гривень, а це на 50% більше довоєнного рівня.

Важливо зазначити, що ростуть не лише бюджети, а й слухання радіо. Індустріальне дослідження Kantar показало, що у 2025 році щотижневє слухання радіо виросло на +10%, та 7 з 10 українців слухають радіо на тижневій основі. Основними драйверами росту аудиторії радіо є системні відключення світла, збільшення автопарку та онлайн-слухання, яке додало +69%.

Серед ТОП категорій: ліки, продовольчі товари, розваги, автотранспорт, АЗК, ювелірні вироби, торгівля та фінансові установи.

Окрім стабільного сигналу та високого охоплення, що радіо впевнено демонструє останні три роки, додатково увагу рекламодавців привертають нові інструменти, такі як Radio Recall Test для визначення рекламної комунікації, що резонує з потребами та інтересами слухачів саме сьогодні.

На 2026 рік очікується подальше зростання для радіореклами – на 15%, зокрема повернення позитивної динаміки для спонсорства (+9%).

Реклама в пресі

Експерти УАМБ прогнозують на 2026 рік загальне зростання на 19% для розміщення реклами в місцевих, регіональних та спеціалізованих медіа.

Це впливає з тенденцій, які проявились у 2025 році і цьому також сприятиме посилення самостійності громад.

Ринок маркетингових сервісів

Експерти Міжнародної Асоціації Маркетингових Ініціатив (МАМІ) констатують, що за підсумками року загальне зростання ринку маркетингових сервісів у 2025 році склало +23% в порівнянні з 2024 роком.

Продовжується значне відновлення у всіх сегментах:

- Trade marketing та consumer marketing збільшилися відповідно на 20% та 25% - бренди знову активні у ритейлі, працюють з промо та активаціями, які дають вимірюваний результат.

- Loyalty marketing +15% - фокус зміщується до персоналізації та CRM, адже утримати клієнта сьогодні вигідніше, ніж залучити нового.
- Event marketing +30% - бізнеси активно повертаються до офлайн-проявів. І саме події створюють довіру, демонструють стійкість бренду та дозволяють вибудовувати глибші стосунки з аудиторією.
- Штучний Інтелект активно залучається до функціонування маркетингових платформ, аналізу даних та збору інформації, що вивело на новий рівень управління маркетингом. ШІ стає реальним інструментом щоденної роботи, допомагає пришвидшувати процеси та підсилює креатив, залишаючи за людьми роль носіїв сенсів.

Прогноз 2026: український бізнес уже довів свою стійкість і здатність працювати ефективно навіть у непередбачуваних умовах. Компанії впевненіше планують активності, повертаються до системного маркетингу та інвестують у розвиток брендів. Агентства, зі свого боку, демонструють високу відповідальність, адаптивність і готовність виконувати роботу на найвищому рівні попри будь-які виклики. Це дає підстави зберігати оптимістичний, але виважений прогноз на рівні +19% загального зростання ринку маркетингових сервісів у 2026 році.

Бізнес і надалі підтримуватиме Сили оборони та відіграватиме важливу роль у відбудові країни. Ми віримо, що наступний рік принесе більше можливостей, більше розвитку та ще більше підстав для оптимізму.

Маркетингові сервіси	Підсумки 2024, млн грн	Підсумки 2025, млн грн	Відсоток зміни 2025 до 2024, %	Прогноз 2026, млн грн	Відсоток зміни 2026 до 2025, %
Обсяг ринку МС, ВСЬОГО	5 080	6 246	23%	7 451	19%
<i>У тому числі:</i>					
Trade marketing (Мерчандайзинг, Trade promo, Програми мотивації та контролю персоналу)	1 911	2 293	20%	2 637	15%
Loyalty marketing (Mailing, DB management, Contact-Center)	739	849	15%	934	10%
Consumer marketing	1 121	1 402	25%	1 752	25%
Event Marketing and Sponsorship	1 309	1 702	30%	2 128	25%

Ігор Полосьмак,
Наглядова Рада ВРК