

Оновлені прогнози розвитку рекламно-комунікаційного ринку України 2024

Традиційно за підсумками першого півріччя експерти Всеукраїнської рекламної коаліції переглядають свої [зруднєві прогнози](#) річних об'ємів рекламно-комунікаційного ринку.

Саме головне і основне: хочеться подякувати ЗСУ за можливість нашому ринку працювати та продовжувати його розвиток! Без них це було б неможливо...

Перше півріччя 2024 виявилось сприятливим для рекламних інвестицій і тому індустрія налаштована цілком оптимістично, переглянувши свої минулорічні очікування в бік збільшення, або, принаймні, підтвердивши їх. При цьому всі ми розуміємо, що кінцевий результат 2024 року дуже залежить від того, як пройде вересень-грудень з точки зору black-outs і які будуть законодавчі обмеження для реклами грального бізнесу в різних медіа.

Але наразі ми очікуємо, що ринок у 2024 році зросте на 33% в порівнянні з минулим роком – консолідовані дані дослідження медіа ринку наведені у таблиці:

	Підсумки 2023, млн грн	Прогноз 2024 грудень, млн грн	Прогноз 2024 вересень, млн грн	Відсоток зміни 2024 до 2023, %
ТБ-реклама, всього	3 870	6 100	6 100	58%
Пряма реклама	3 500	5 600	5 600	60%
Спонсорство	370	500	500	35%
Digital ТБ	450	750	800	78%
Реклама в пресі, всього	357	375	387	8%
Національна преса	235	247	258	10%
<i>в т.ч. спонсорство</i>	56	59	62	11%
Регіональна преса	51	54	54	6%
Спеціалізована преса	71	75	75	6%
ООН Media, всього	3 244	4 605	4 655	43%
Зовнішня реклама	2 081	3 009	3 009	45%
Транзитна реклама	617	740	790	28%
DOOH	504	805	805	60%
Indoor реклама	42	51	51	21%
Радіо реклама, всього	865	1035	1125	30%
Національне	550	680	765	39%
Регіональне	75	85	85	13%
Спонсорство	240	270	275	15%
Digital (Internet) Media реклама*	13 736	14 732	16 777	22%
Всього рекламний медіа ринок	22 522	27 597	29 844	33%

* оновлений факт 2023 від IAB, оскільки в грудні 2023 був прогноз станом на вересень

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 оновили факт 2023 року для digital реклами, оскільки на момент публікації в грудні минулого року підсумків року від IAB був прогноз станом на вересень 2023 року:

Digital реклама	Підсумки 2023, млн грн	Прогноз 2024, млн грн	Відсоток зміни 2024 до 2023, %
Банерна реклама, оголошення в соціальних мережах, rich media	8 500	9 367	10%
Цифрове відео, вкл YouTube (без CTV)	5 236	7 410	42%
ВСЬОГО ІНТЕРНЕТ МЕДІА	13 736	16 777	22%
Пошук (платна видача в пошукових системах), включаючи частину GDN	15 606	20 288	30%
Інфлюенсер маркетинг	408	510	25%
SMM*	496	793	60%
SEO	1165	1 491	28%
Інший диджитал	398	477	20%
ВСЬОГО ІНТЕРНЕТ РИНОК	31 809	40 337	27%

*містить частину медіабюджетів, розміщені через профільні агенції

ТБ

В 2024 на ТБ повернулися майже всі рекламодавці з довоєнного ТОП50, що сприяло зростанню ринку в межах прогнозованого відновлення. За результатами першого півріччя категорія «фарма» вже менше 45%, що є ознакою поживлення ринку через збільшення кількості рекламодавців в цілому. Певне занепокоєння викликає фактор «блек-аутів», але перша хвиля відключень прийшла на рекламний «не сезон» на ТБ, тому все обійшлося і не призвело до скорочення раніш заявлених бюджетів.

Прогноз відновлення ринку в межах 60%-65% від 2021 підстав переглядати немає, але в наш час можливо все як покращення, так і погіршення. Ринок прямої реклами балансує в межах 5,4 – 5,6 млрд гривень і все буде залежати від об'єму сезонних рекламодавців, так як ТОП-20 вже підріс в порівнянні з минулим роком на 69%, а їх можливості не безмежні.

А ось ринок спонсорства, неочікувано, в першому півріччі зріс більше прогнозованого і в рейтингах становить майже 13% від всієї телевізійної реклами. Якби не фактична заборона на спонсорство для грального бізнесу, то можна було б прогнозувати зростання сегменту до 700 млн гривень. На жаль, цього не станеться, бо ця категорія була найбільшою на ТБ й її відсутність значно погіршить показники другого півріччя. Тому у спонсорстві прогноз залишається незмінним 500 млн гривень на рік.

Digital ТВ

Цей сегмент продовжує активно зростати: Digital TV стає частиною як диджитальних кампаній, так і розширює охоплення ТВ 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 Усика (Megogo), Олімпіада та Паралімпіада, які активно промотували всі платформи.

В той же час зміна законодавства для беттінгу може суттєво вплинути на бюджети вер-гру, так само, як і блек-аути.

Але загалом Digital TV безумовно продовжить своє зростання.

ООН

Перші вісім місяців підтвердили прогноз ІКЗР щодо зростання ринку. Галузь прогнозує підвищення на 43% до кінця 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. До кінця року скоригована оцінка не змінилась і становить 60%. 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 за I півріччя 2024 року перевершили загальні очікування сегменту наприкінці 2023 року, тому прогноз на поточний рік став більш оптимістичним і складає 790 млн грн (+28% до минулого року).

Радіо

Станом на 1 півріччя 2024 року, ринок радіо реклами в цьому році знову перевершує всі очікування, що змушує переглянути прогноз на весь 2024 рік в позитивний бік. У цього є декілька причин:

- Насамперед, відновлення моніторингу в жовтні минулого року, а також діалог між дослідником, радіохолдингами та рекламними агенціями стали значним аргументом для рекламодавців різних категорій інвестувати бюджети в радіо – як показує це півріччя, повернення і синхронізація даних дослідження і моніторингу радіостанцій дає можливість клієнтам більш об'єктивно та з відчуттям впевненості (у наш непевний час) закладати бюджети на радіо в своїх стратегіях.
- Найбільшу роль в зростанні бюджетів зіграли наступні категорії: техніка (+450%*), кондитерські вироби (+180%), безалкогольні напої (+160%), онлайн-казино (+150%) та продовольчі товари (+120%). Традиційно ТОП категорії для радіо, як то: торгівля (+70%), автотранспорт (+50%) та фінанси (+20%) - також мають помітне зростання бюджетів (*в порівнянні 1 півріччя 2024 до 1 півріччя 2023).
- Варто зазначити, що з 22 тижня 2024 року з радіо вийшла категорія онлайн-казино, яка займала помітну частку в спонсорстві на ринку радіо - 15%. А спонсорство, як формат, зросло на +300%, в порівнянні з 1 півріччям 2023 року. Ми схильні прогнозувати, враховуючи цей фактор, що інші ТОП категорії, які раніше не розглядали, або ж використовували цей формат зрідка, будуть зацікавлені у ньому як в інвентарі, що став в рази доступнішим з точки зору ефірного часу – менший клатер, вищий шанс бути почутим за рахунок виходу поза стандартним рекламним блоком.

У 2024 році ріст ринку радіо реклами очікується на рівні 30+%, що дозволить вперше в історії цього медіа перетнути позначку в 1 мільярд гривень.

Реклама в пресі

Експерти УАМБ, подаючи дані для уточнення прогнозу обсягів реклами в пресі на 2024 рік, зазначили, що в поточний момент існує два основних чинники, які впливають на їхні очікування щодо тенденцій у 2й половині 2024 року.

Перший – це поступове, але повільне збільшення реклами у видавничих проєктах. Рекламодавці найбільш активно реагують на нові пропозиції, нові можливості для комунікації з чітко окресленими аудиторіями, надають високу вагу довірі аудиторії до якісних видавничих проєктів.

Але є і другий чинник – певна нестабільність таких, обнадійливих, проявів. Хоча реклами у видавничих проєктах стає більше, видавці наразі не готові суттєво переглядати свої прогнози на 2024 рік саме через нестабільність та надзвичайну важкість прогнозування. Тому Експертна рада УАМБ подає обережний прогноз щодо збільшення обсягів реклами у національній пресі і не змінює прогноз по інших показниках на 2024 рік.

МАМІ

Експерти Міжнародної Асоціації Маркетингових Ініціатив (МАМІ) прогнозували зростання ринку маркетингових сервісів на 19% (коректива липня 2024 – 20%). Масштабні та комплексні продуктивні проєкти, різноманіття нових ідей та різноплановість задач, запровадження нових інноваційних технологій – ось основні тенденції першого півріччя. Зростає попит на персоналізовані кампанії, акцент на соціальній відповідальності брендів актуальні згідно з сьогоdnішніми українськими реаліями. Trade marketing, loyalty marketing, consumer marketing збільшаться на 20%, 15% та 20% відповідно, – підтвердили оцінку надану у грудні 2023. У Event marketing та sponsorship, за думкою фахівців, можливий зріст на 30% у порівнянні із 2023.

Маркетингові сервіси	Підсумки 2023, млн грн	Прогноз 2024, млн грн	Відсоток зміни 2024 до 2023, %
Обсяг ринку МС, ВСЬОГО	2 828	3 388	20%
<i>У тому числі:</i>			
Trade marketing (Мерчандайзинг, Trade promo, Програми мотивації та контролю персоналу)	1 426	1 711	20%
Loyalty marketing (Mailing, DB management, Contact-Center)	616	708	15%
Consumer marketing	526	631	20%
Event Marketing and Sponsorship	260	338	30%

PR

ВРК разом з Change Communications запустило дослідження ринку PR, методологія розроблена спеціалістами MZ Hub.

Мета дослідження – сформулювати детальну карту PR-ринку в Україні, зокрема з'ясувати його структуру, уточнити перелік послуг, які надають фахівці сфери зв'язків з громадськістю, та ідентифікувати ключові проблеми, з якими вони стикаються.

Опитування триває з серпня по вересень, результати будуть оприлюднені восени 2024 року.

Ігор Полосьмак, Наглядова Рада ВРК