

Оновлені прогнози розвитку рекламно-комунікаційного ринку України 2025

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

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

Наше поточне бачення ринку 2025 року – це зростання на 16% vs. 2024, ми зменшили прогноз динаміки на 2% в порівнянні з грудневим прогнозом, в першу чергу за рахунок перегляду динаміки ринків ТБ та радіо реклами.

При цьому варто розуміти, що кінцевий результат 2025 року дуже залежить від того, чи будуть обстріли енергоструктури у вересні-грудні і, як наслідок, чи будуть відключення електроенергії:

	Підсумки 2024, млн грн	Прогноз 2025 грудень, млн грн	Прогноз 2025 серпень, млн грн	Відсоток зміни 2025 до 2024, %
ТБ-реклама, всього	5 800	7 175	6 115	5%
Пряма реклама	5 300	6 500	5 565	5%
Спонсорство	500	675	550	10%
Digital ТБ	750	900	900	20%
Реклама в пресі, всього	387	435	464	20%
Національна преса	258	297	322	25%
в т.ч. спонсорство	62	71	71	15%
Регіональна преса	54	59	59	9%
Спеціалізована преса	75	79	83	11%
ООН Media, всього	4 626	5 742	5 989	29%
Зовнішня реклама	2 988	3 701	3 861	29%
Транзитна реклама	790	928	955	21%
DOOH	796	1 055	1 112	40%
Indoor реклама	52	58	61	17%
Радіо реклама, всього	1035	1295	1190	15%
Національне	680	875	815	20%
Регіональне	85	100	95	12%
Спонсорство	270	320	280	4%
Digital (Internet) Media реклама	17 208	19 240	19 789	15%

Всього рекламний медіа ринок	29 806	34 787	34 447	16%
---	---------------	---------------	---------------	------------

Digital

IAB Україна провела у березні 2025 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.

Саме такий підхід дозволяє оцінити ті бюджети, які неможливо верифікувати за допомогою паблішерів: Facebook, Instagram, Youtube тощо.

Серед основних драйверів ринку хочеться відзначити швидке зростання обсягів пошуку на SMM, для інших напрямків digital реклами зростають на рівні 15-20%.

Digital реклама	Підсумки 2024, млн грн	Прогноз 2025 грудень, млн грн	Прогноз 2025 серпень, млн грн	Відсоток зміни 2025 до 2024, %
Банерна реклама, оголошення в соціальних мережах, rich media	9 900	10 771	11 384	15%
Цифрове відео, вкл YouTube (без CTV)	7 308	8 469	8 404	15%
ВСЬОГО ІНТЕРНЕТ МЕДІА	17 208	19 240	19 789	15%
Пошук (платна видача в пошукових системах), включаючи частину GDN	20 228	28 403	28 403	40%
Інфлюенсер маркетинг	714	612	856	20%
SMM*	824	1 189	1 236	50%
SEO	1 876	1 789	2 251	20%
Інший диджитал	477	621	621	30%
ВСЬОГО ІНТЕРНЕТ РИНОК	41 327	51 854	53 156	29%

*містить частину медіабюджетів, розміщених через профільні агенції

ТБ

Не дивлячись на покращення позицій ТБ як медіа й зростання місячного охоплення, як наслідок покращення TVR на 3% в порівнянні з 2024, оптимістичний прогноз ринку прямої реклами в 2025, на жаль, не здійснився. Пояснень цьому багато й більшість з них не залежать від ТБ. Тут і продовження війни й зміни в законодавстві, які суттєво вплинули на найбільшу категорію рекламодавців «Фарма». Але факт залишається фактом і об'єм телевізійної реклами рік до року зросте лише на 5%, що суттєво менше попереднього прогнозу в 20%-25%.

Основна проблема полягає в скороченні кількості рекламодавців, особливо в сегменті «середніх» і «малих», які й мали стати драйвером зростання ринку, на який повернулися всі топові гравці.

Спонсорство, на жаль, теж не вийде на прогноз зростання в 35%. Фактична заборона «бетінгу» на телебаченні суттєво скоротила бюджети цієї категорії і як наслідок вона, будучи другою в минулому році за активністю, впала на 70%. Треба зазначити, що кількість компаній, що активно використовує спонсорство залишається стабільною, але середня активність кампанії падає. Тому оптимістичним прогнозом для спонсорства буде 10% зростання, а ринок становитиме 550 мільйонів гривень.

Отже зміни будуть мінімальні й ринок зросте з 5,8 мільярдів гривень до 6,1 мільярда.

Digital TB

Для цього сегменту прогноз лишається на рівні +20% до минулого року. Можна констатувати, що Digital TB дійсно став частиною як диджитальних кампаній, так TB кампаній для максимізації охоплення. Велика кількість спортивних подій, що транслюється на OTT-платформах лише сприяє розвитку цього медіа.

ООН

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

Прогнозовано, випереджаючи по темпах збільшення бюджетів на звичайних рекламо носіях, зростає сегмент DOOH. Після стабілізації ситуації з енергопостачанням підвищився обсяг реклами. Не зважаючи на війну з'являються нові, цифрові рекламні конструкції, в тому числі і в регіонах. В 2025 році галузь прогнозує зростання цього сегменту на 40%.

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 компанія поточного року показали 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

Уточнений прогноз на зараз +21% зростання по відношенню до 2024 року, тобто загальний прогнозований об'єм ринку в 2025 складе 955 млн грн.

ТОП клієнти ринку транзитної і транспортної реклами в 2025: Nestle, Kyivstar, Comfy, Алло, Сільпо, Rozetka, PepsiCo, Цитрус, RIA, ПриватБанк, МХП, Квайссер Фарма, Кормотех, Comfy

Фактори зростання і покращення прогнозу:

- Спостерігається високий рівень продажу більшості топових, мережевих позицій в метрополітені, в транспорті, в поїздах Інтерсіті. 100% заповненості по ряду позицій вже до кінця року
- Нові клієнти або відновлення активності великих гравців після перерви (2022-2024 рік без активності)
- Використання сплітів з традиційним ООН
- Високий попит на Ambient, нестандартні, великі формати реклами – брендування транспорту, брендування поїздів метро і т.д.

- Необхідність мультирегіональної комунікації у клієнтів з регуляцією тиску в залежності від регіону
- Важливе значення м. Київ, тому використання на максимальному рівні місцевої рекламної інфраструктури та підвищений попит на рекламу на/в транспорті у великих обласних центрах – Львів, Дніпро, Одеса

Радіо

У першому півріччі 2025 року ринок радіореклами демонструє зростання в низці категорій, а прогноз на весь рік фіксується на рівні +15%.

Серед ТОП категорій залишаються: «ліки», «автотранспорт», «ювелірні вироби», «продовольчі товари».

Протягом останніх трьох років стабільне зростання в першому півріччі демонструють такі категорії: «будівництво та ремонт», «оздоблювальні матеріали», «меблі та інтер'єр», «косметика», «зв'язок та комунікації», «алкогольні напої», «торгівля», «медицина», «нерухомість», «ТРЦ», «одяг та взуття».

Особливо варто відзначити категорію «страхування» — її бюджет за перше півріччя 2025 року перевищив сукупний бюджет за відповідні періоди попередніх чотирьох років.

Зростання демонструють передусім ті категорії, що відповідають на актуальний попит і пропонують продукти та послуги, які вирішують нагальні потреби тут і зараз.

Динаміка ринку, поява нових рекламодавців і ротація лідерів серед категорій формують сприятливі умови для подальшого зростання інвестицій у радіорекламу в другому півріччі.

Реклама в пресі

Експерти УАМБ відзначають дві важливі тенденції, які лежать в основі уточнення прогнозу обсягів реклами в періодичних медіа на 2025 рік.

По-перше, експерти УАМБ відзначають особливий попит рекламодавців на інвентар спеціалізованих медіа. Цей інструмент сьогодні привертає увагу багатьох рекламодавців.

По-друге, дуже важливим наголосом у розміщенні реклами в періодичних медіа є одночасне використання усіх платформ медіа, як регіональних так і національних – цифрових та друкованих. Мова про розміщення реклами одночасно і на цифрових платформах (вебсайт, платформи в соціальних мережах), і на традиційних друкованих.

Комбінація цих факторів та аналіз тенденцій у реальному розміщенні стали підставою для уточнення, яке подає Експертна рада УАМБ в прогнозних показниках на 2025 рік і тепер ми очікуємо 20% зростання у цьому році.

МАМІ

За результатами півріччя експерти Міжнародної Асоціації Маркетингових Ініціатив (МАМІ) попередньо підтверджують дані прогнозів щодо розвитку ринку маркетингових сервісів у 2025 році, які були опубліковані у грудні 2024 року.

Але є коригування даних за 2024 рік після проведення аналізу Рейтингу агентств маркетингових сервісів згідно доходів. Цей рейтинг є основою для оцінки ринку МС та включає об'єктивне вимірювання обігу та динаміки розвитку ринку, рейтингування ключових компаній і дослідження тенденцій. Основні зміни в обсягах стосуються Consumer та Event marketing, по цим напрямкам

був значно більший ріст +60%, і загалом загальне зростання ринку маркетингових сервісів у 2024 році збільшилося до +42%.

Зазначимо загальні тренди на 2025 рік:

- Невелике зростання ринку – частково за рахунок активностей, частково під впливом інфляції, яка триватиме. Середньоочікуваний приріст – 20-30% у кожній категорії.
- Дефіцит кадрів, проблеми з енергопостачанням.
- Акцент – максимальна результативність у короткостроковій перспективі, колаборації, комплексні кампанії, кумулятивний ефект. Частина проєктів на підтримку існуючих досягнень, щоб їх не втратити.
- Умови непередбачуваності, тобто максимальна гнучкість, планування й дії «короткими перебіжками».

Це дає підстави зберігати оптимістичний, але виважений прогноз на рівні +23% загального зростання ринку у 2025 році.

Маркетингові сервіси	Оновлені підсумки 2024, млн грн	Прогноз 2025 серпень, млн грн	Відсоток зміни 2025 до 2024, %
Обсяг ринку МС, ВСЬОГО	5 023	6 246	23%
<i>У тому числі:</i>			
Trade marketing (Мерчандайзинг, Trade promo, Програми мотивації та контролю персоналу)	1 911	2 293	20%
Loyalty marketing (Mailing, DB management, Contact-Center)	739	849	15%
Consumer marketing	1 121	1 402	25%
Event Marketing and Sponsorship	1 309	1 702	30%

Ігор Полосьмак, Наглядова Рада ВРК