

2019 РІК

З ВСЕУКРАЇНСЬКОЮ РЕКЛАМНОЮ КОАЛІЦІЄЮ

ПІДСУМКИ 2019 РОКУ

- Місія та цілі ВРК
- Наглядова рада
- Проекти ВРК
 - Effie Awards Ukraine
 - Ukrainian Creative Awards:
Київський Міжнародний Фестиваль Реклами
Wow Done Awards
ADC*UA
Ukrainian Design: The Very Best Of
 - Ніч рекламожерів
 - MADMap
 - Біржа соціальної реклами
 - UA DIGITALS
- Об'єм рекламного ринку 2019 і прогноз обсягів ринку 2020
- Рейтинги агентств та рекламодавців 2019
- Експертизи
- Слід в рекламі 2019
- Членство в Європейській асоціації комунікаційних агентств (ЕАСА)
- Клуб ADC*UA
- Профільні асоціації
- Дати подій ВРК 2020
- 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 2019 році до ВРК приєдналося 17 нових компаній.

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

НАГЛЯДОВА РАДА



**Анастасія
Байдаченко**

IAB Ukraine, ІнаУ,
Інтернет/Digital реклама



Наталія Бойко

AMS Agency, УАМБ
Реклама в друкованих ЗМІ/
Преса



Валерій Варениця

1+1 media group
Реклама на телебаченні
Преса



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 Кузнєцова

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

Ukrainian Creative Awards

Київський Міжнародний Фестиваль Реклами

WOW DONE AWARDS

ADC*UA

Ukrainian Design: The Very Best Of

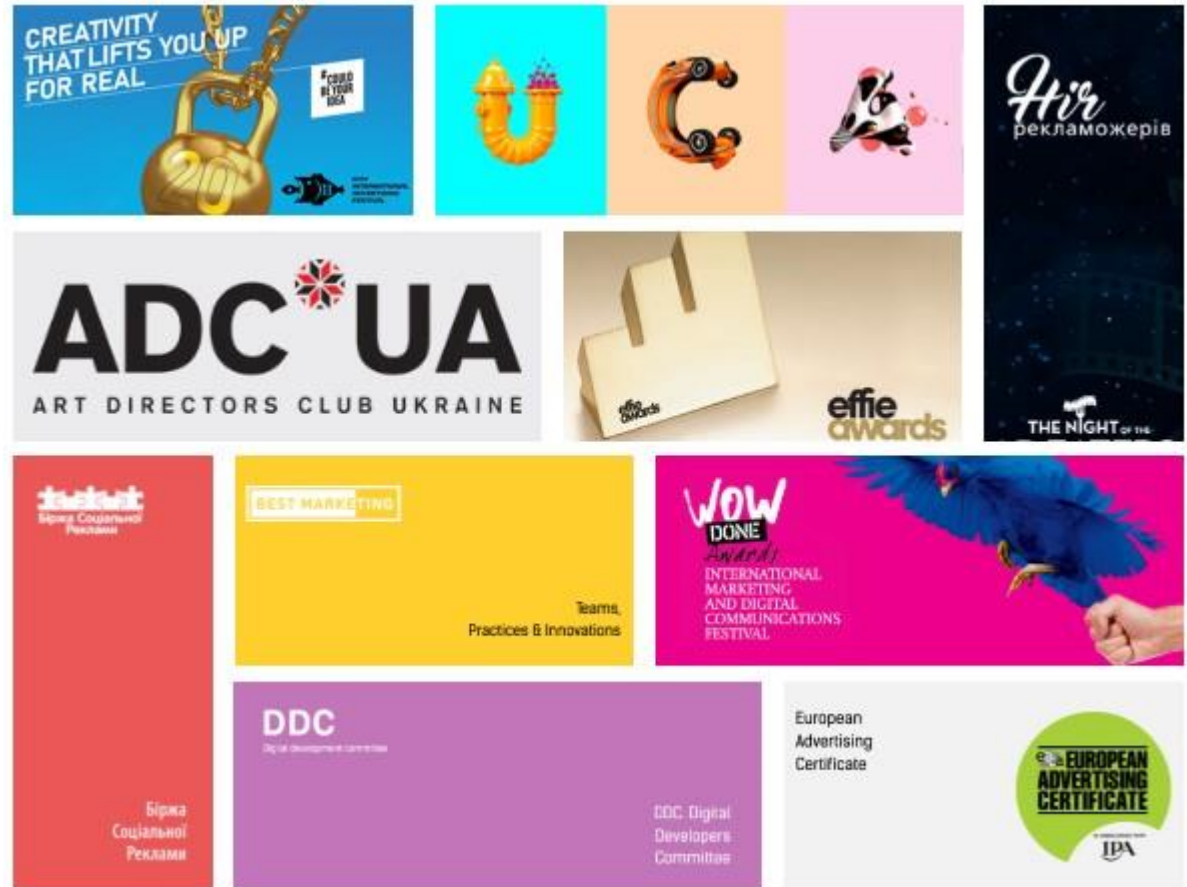
Ad Black Sea

Ніч рекламожерів

MADMap

Біржа соціальної реклами

UA Digital



EFFIE AWARDS UKRAINE

В 2019 році програма Effie Awards Ukraine пройшла в Україні в 14 раз та оголосила імена найефективніших кампаній у сфері маркетингових комунікацій України в 2019 році на щорічній Церемонії нагородження переможців Effie Gala.

З 1968 року премія Effie відома по всьому світу як золотий стандарт маркетингової ефективності і символ досягнень в індустрії, вручається на понад 50 програмах – в 47 країнах світу та в 6 регіонах.

У 2019 році конкурсні роботи в українській програмі оцінювало понад 200 членів журі – справжніх титанів рекламно-комунікаційного ринку, серед яких провідні маркетинг-фахівці, що працюють в компаніях-рекламодавця, топ-менеджери комунікаційних агентств, медіа експерти, дослідники та консультанти України.

Всі конкурсні роботи пройшли відбір в два етапи суддівства. Після першого туру в фінал потрапила лише 1/3 поданих заявок, з яких 19 робіт отримали золоті нагороди, 18 срібні та 25 бронзові.

З повним списком переможців Effie Awards Ukraine 2019 можна ознайомитися [за посиланням](#).

Фотозвіт з Церемонії нагородження переможців Effie Awards Ukraine 2019 [за посиланням](#)

Фотозвіт з конференції Best Marketing Practices в рамках Effie Awards Ukraine 2019 [за посиланням](#)

Відеозвіт заходу [за посиланням](#)

UKRAINIAN CREATIVE AWARDS

Ukrainian Creative Awards (UCA) об'єднав зразу 4 проекти – два міжнародні фестивалі Київський Міжнародний Фестиваль Реклами та WOW DONE AWARDS, а також два національні конкурси ADC*UA Awards та Ukrainian Design: The Very Best Of.

Програма UCA 2019 тривала чотири дні – з 29 травня до 1 червня в Одесі. У програму увійшли семінари та майстер-класи, експозиція та скрінінг конкурсних робіт, 3 церемонії нагородження, вечірки та нетворкінг.

Семінарська програма зібрала понад 90 провідних експертів України та зарубіжжя, понад 50 найактуальніших та гострих тем з різних областей реклами та креативу. В рамках семінарського контенту були представлені різні напрями – брендований контент, маркетингові інновації, кіберспорт як феномен в рекламі, YouTube сьогодні, маркетингові та PR комунікації та інші.

Ukrainian Creative Awards 2019 об'єднав 1604 конкурсні роботи з 15 країн та 140 членів журі з 34 країн

Також українські креатори та рекламисти приєднались до Всеукраїнського флешмобу із закликом підписати петицію на сайті Президента України в підтримку того, що креативність – це українська національна ідея.

КИЇВСЬКИЙ МІЖНАРОДНИЙ ФЕСТИВАЛЬ РЕКЛАМИ 2019

20-ий Київський Міжнародний Фестиваль Реклами оголосив результати конкурсної програми. Гран-Прі фестивалю почесно отримав казахський проект Forte Femme агентства RA Kombinat.

На КМФР результатами є не тільки перелік переможців, результати фестивалю є для кожного – для кожної конкурсної роботи. Дана система дає можливість кожному, хто наважився подати роботу у конкурсну програму 20-го КМФР, побачити суддівську оцінку своєї роботи – в 2019 році роботи оцінювали 51 член журі з 23 країн світу. 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.

З повними результатами КМФР 2019 можна ознайомитися на [сайті фестивалю](#).

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

WOW DONE AWARDS 2019

П'ятий міжнародний фестиваль маркетингових та PR комунікацій WOW DONE AWARDS 2019 анонсував результати. Гран-Прі фестивалю отримав проект Forte Femme, створений агентством із Казахстану RA Kombinat.

На фестивалі оцінювались три конкурси: Marketing & PR Communication Disciplines, Industrial Categories та National Marketing Services Contest. Суддями виступили три команди журі, до складу яких увійшло 23 фахівців з 9 країн світу.

Унікальністю фестивалю WOW DONE AWARDS є конкретна «матеріалізація» участі абсолютно для всіх учасників, а не лише для фіналістів і переможців. Кожна робота, подана до конкурсної програми, отримала середньозважений бал, який враховував всі оцінки членів журі певного конкурсу. Така система дає зрозуміти тим, хто, на жаль, не дійшов до фіналу, як багато їм не вистачило до перемоги та зробити висновки щодо рівню поданої роботи.

Із результатами WOW DONE AWARDS 2019 можна ознайомитися [на сайті фестивалю](#).

Фотозвіт з Церемонії нагородження переможців Wow Done Awards 2019 [за посиланням](#)

ADC*UA AWARDS 2019

Конкурс кращих робіт в сфері креативу, дизайну та реклами ADC*UA Awards 2019 назвав переможців.

Найбільш авторитетний національний рекламний конкурс, що проводиться Клубом арт-директорів України (ADC*UA), серед яких ті, хто не просто говорить про якість креативу, а реально робить його та впливає на ринок і його розвиток.

«ADC*UA Awards – це найвища оцінка досягнень креаторів всередині країни, адже конкурс оцінюють члени Клубу, місія якого – підтримувати український креатив і сприяти його визнанню в Європі. Мабуть, найважливішою особливістю ADC*UA Awards є «відкриття дверей» саме для молодих агентств і авторів. Ми зацікавлені в тому, щоб в клас творчих людей України надходила «свіжа кров», тому прагнемо виявляти і заохочувати нові таланти. Ми запрошуємо агентства, дизайн-студії, творців та студентів творчих професій відправляти свої роботи на конкурс і стежити за результатами відбору.» – прокоментував Олександр Смірнов, Президент Клубу, партнер та креативний директор TABASCO.

Традиційно до команди журі входять лише члени Клубу.

Переможці конкурсу мають виключну можливість взяти участь у щорічному конкурсі європейського клубу арт-директорів ADC*Europe Awards.

Переможці ADC*UA Awards за [посиланням деталі](#).

UKRAINIAN DESIGN: THE VERY BEST OF 2019

Оголошені результати провідного національного конкурсу Ukrainian Design: The Very Best Of 2019.

Всі українські дизайнери різного профілю та інші представники рекламно-комунікаційного ринку України могли взяти участь в конкурсі.

Ukrainian Design: The Very Best Of проводився вже у восьмий раз. Щорічно виставка-конкурс є своєрідним звітом українських дизайнерів і художників, який підводить творчі підсумки і нагороджує найдостойніших. Мета Ukrainian Design: The Very Best Of – довести міжнародній спільноті та українцям факт існування «українських дизайнерів та українського дизайну», познайомити широку громадськість із кращими зразками сучасної дизайнерської творчості та креативом усіх видів, виявити серед них найяскравіших та дати поштовх для розвитку галузі.

Оцінювало конкурсні роботи міжнародне журі – провідні міжнародні дизайнери, арт-директора, архітектори, головні редактори профільних видань та інші професіонали індустрії.

Організаторами конкурсу Ukrainian Design: The Very Best Of є Всеукраїнська рекламна коаліція та Клуб арт-директорів України (ADC*UA).

Список переможців Ukrainian Design: The Very Best Of 2019 доступний за [посиланням](#).

AD BLACK SEA

П'ятий міжнародний фестиваль реклами Ad Black Sea анонсував переможців конкурсної програми 2019 року.

Гран-Прі фестивалю отримала кампанія AI Versus, що була реалізована агентством Voskhod.

Фестиваль присвячений креативу та рекламі, за роки проведення здобув репутацію ідеального місця, де збираються рекламисти, рекламодавці та представники інших креативних сфер, щоб обмінятися новими ідеями, поділитись новими можливостями, культурою і фаном. Щорічно понад 600 делегатів з 15 країн світу відвідують триденний фестиваль з семінарами, виставкою конкурсних робіт, беруть участь в нетворкінгу, Церемонії нагородження переможців та інших культурних подіях.

28 лідерів рекламної індустрії із 14 країн світу вибрали кращих із кращих в 11 конкурсах – Film, Film Craft, Print & Publishing, Out Of Home, Radio, Design & Branding, Digital & Mobile, Advertising Campaigns, Media, Branded Content & Visual Storytelling, Creative Effectiveness.

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

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

Фотозвіт з Ad Black Sea 2019 [за посиланням](#)

НІЧ РЕКЛАМОЖЕРІВ

25 жовтня в Києві у кінотеатрі «Планета Кіно» (River Mall) пройшло магичне та захоплююче міжнародне шоу – Ніч рекламожерів 2019. На глядачів чекала нова феноменальна програма «Every Year is a Rebirth» від талановитого любителя реклами Жана Марі Бурсіко.

Ніч рекламожерів пропонувала глядачам поринути в світ реклами всього за одну ніч. Вже майже 40 років автор шоу Жан Марі Бурсіко щорічно формує нову унікальну програму з вражаючими, екзотичними, сміливими, або навіть зухвалими роликами зі всього світу.

На 39-й Ночі творилися справжні дива і відкрилися великі таємниці. На Ночі рекламожерів 2019 глядачі дивувались чому курка стала новим трендом в рекламі, побачили Snoor Dogg на розслабоні з Klarna, замислились скільки жінок краще мати – одну чи дві разом з крекерами Twinz, з'ясували чим займаються меблі, коли господарів немає вдома, з IKEA та дізналися інструкцію як приручити дракона разом з O Baticário, а також багато іншого.

Тема Ночі рекламожерів 2019 Жана Марі Бурсіко здобула назву «Every Year is a rebirth», проте магія на глядачів очікувала не тільки у рекламі, але й в усій програмі. Вони змогли насолодитися такими веселощами як фотозони, розіграші, нетворкінг, а також змогли надихнутися, отримати нові знайомства та неймовірні спогади.

Ніч рекламожерів – подія не схожа на будь-яку іншу. Це – чудова можливість для збагачення свого бачення про рекламу і отримання мотивації, а також шанс насолодитись приємною компанією і зарядитись позитивними емоціями.

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

MADMAP

Marketing Advertising Design map — путівник по українських рекламних кампаніях.

Найефективніші рекламні кампанії народжуються з гармонійного партнерства рекламодавця та рекламного агентства.

Одне з основних завдань ВРК, як найбільшого громадського об'єднання рекламно-комунікаційної індустрії України — це збільшення кількості ефективних рекламних кампаній. Для цього був розроблений і запущений новий проект — MADmap.

MADmap — це інструмент для простого, але водночас гнучкого і глибокого, пошуку партнера у сфері рекламних комунікацій.

Для фахівців та компаній з невеликим досвідом роботи з рекламними агентствами (або без досвіду взагалі) MADmap допоможе знайти партнера, що відповідає потребам бізнесу на будь-якому етапі його розвитку.

Досвідчений рекламодавець за допомогою MADmap зможе знайти нових енергійних партнерів зі свіжим поглядом на їх бізнес.

На MADmap кожне рекламне агентство доводить свою компетенцію своїми досягненнями — реалізованими роботами за останні три роки та перемогами на престижних рекламних фестивалях/конкурсах.

Проект за посиланням <https://madmap.com.ua/>

Є питання? Будемо раді відповісти! Пиши, телефонуй – pro@vrk.org.ua, +38 044 490-90-30.

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](#).

UADIGITALS

21-22 березня відбулася знакова подія в сфері цифрового маркетингу - UADIGITALS Conference

Сучасний рекламний ринок вже неможливо уявити без digital. З одного боку, це добре, тому що нові технології породжують необмежені можливості. Але з іншого боку, виникає ряд складнощів.

Споживач часто не розуміє, з чого складається рекламна компанія, і за що він платить гроші. Маркетологи старої школи сприймають в штики все ці новомодні технології та інновації. Та й самі рекламисти здебільшого вгадують, які інструменти можуть застосовуватися для будь бізнесу, і як їх використовувати.

При цьому digital всюди. Але зазвичай за оглушливим успіхом стоїть кропітка робота, хороше чуття, круті розробники і тести, тести, тести ... Іноді це відверта авантюра, іноді серйозні репутаційні та фінансові ризики. Втрачається багато грошей, часу і енергії, причому з обох сторін. Звичайно, результат того вартий, але є простіший спосіб підвищити компетенції.

UADIGITALS-2019 зібрало на одному майданчику всіх учасників рекламного ринку, протягом двох днів, вони ділилися найсвіжішою, практичною і корисною інформацією. Були представлені кращі досягнення минулого року в області цифрового маркетингу, нові технології, інструменти, прогнози і тенденції року, що наступив.

Актуальні для бізнесу потоки за два дні

- Як прокачати відділ маркетингу: Big Data, AI, як писати ТЗ на створення алгоритмів, автоматизація, персоніфікація і багато іншого - що і як потрібно освоювати.
- Репутація компанії та digital: соц.мережі радісно розносять скарги клієнтів, будь-яку CRM можна хакнути, відрізнити реальну новину від фейкової все складніше - як з цим працювати піарщику.
- Digital-фундамент доходу компанії: Сайти та додатки, різні види реклами - чому одні продають, інші ні, чи є тут закономірності, і які.
- E-commerce всередині країни і в інших країнах: Тренди і особливості просування, факапи і успіхи - живий досвід і секрети.
- Zakaz на майбутнє: Успішні влогери і Інста-блогери, автори стартапів і юні акціонери - як вони продають себе світові, і як світ продає їм себе.
- Маркетинг впливу: лідери думок, і що вони думають про нас.

ОБ'ЄМ РЕКЛАМНО-КОМУНІКАЦІЙНОГО РИНКУ УКРАЇНИ 2019 І ПРОГНОЗ ОБ'ЄМІВ РИНКУ 2020.

В цьому році під час підбиття підсумків рекламного року і прогнозуванні об'ємів року наступного, учасники ринку обійшлися без серйозних дискусій. Не те щоб всі одночасно і раптово стали одностайними з усіх питань. Як і раніше немає однозначного тлумачення самого визначення "реklamний ринок", особливо в частині digital складової (до того ж мова йде не тільки про інтернет, але і про Digital Out of Home Media, і про PayTV...). Також по різному можна тлумачити інвестиції рекламодавців в non-media: івенти, PR, креатив, агентські комісії і т.д. Деякі види рекламних і маркетингових комунікацій взагалі випадають із зони дослідження ВРК – наприклад, рекламний production (вивіски, сувенірка, поліграфія, ролики ...), виставкова діяльність компаній. Це відбувається, в тому числі, з причини відсутності інтересу в операторів ринку або профільної індустрії проводити такі дослідження, і / або передавати ці дані ВРК для обліку в інтегральному обсязі всіх видів рекламних і маркетингових комунікацій.

Однак, що стосується безпосередньо обсягів рекламних інвестицій в "традиційні" медіа, і головне (!) темпів їх зміни (безумовно відсотки зростання ринку відіграють куди більш значущу роль для кожного гравця, ніж сумарні дані в абсолютних величинах, тому що саме за ними відбувається "звірка" своїх власних намірів і рекламних вкладень більшістю рекламодавців), то ці показники суперечок не викликають, а дані, представлені в даному дослідженні, спираються на консолідовану позицію більшості учасників ринку.

Рекламний Медіа ринок

В якості преамбули традиційно нагадаємо, що в представлених обсягах рекламно-комунікаційного ринку **НЕ враховуються об'єми політичної реклами**. ВРК не має достовірних даних від замовників про їх політично-реklamні витрати на медіа. Непрямі дані, отримані від медіа операторів, дозволяють емпірично оцінити річні обсяги політичної реклами в розмірі до 10% від обсягів комерційної реклами за всіма медіа, за винятком зовнішньої (щитової) реклами, де об'єм політики склав 15-16% від сумарного об'єму комерційних клієнтів.

Digital (Internet) реклама

Експерти ВРК уточнили свій прогноз на 2019, враховуючи актуальні дані по першому півріччю від ІАВ Україна (банерна реклама, спонсорство, цифрове відео, частка мобільного трафіку) і ІНАУ (пошук).

Відкориговано об'єм ринку 2019 за показниками банерної реклами та спонсорства в меншу сторону на 16,5% і 16,6% відповідно.

Прогнози онлайн-відео і пошуку отримали за фактом мінімальне коректування з урахуванням фактичних даних за першим півріччям і застосування коефіцієнта сезонності між півріччями 40/60%.

У 2020 зростання ринку Інтернет-реклами продовжиться, ключовими факторами зростання стануть домінуючі обороти глобальних гравців Facebook для банерної реклами, Google (Youtube) для онлайн-відео і пошуку, а також прогнозується подальше зростання частки мобільного трафіку, що пояснюється позитивною динамікою мобільного споживання Інтернету населенням України.

У зв'язку зі зміною методології оцінки інтернет ринку показувати дані за попередні роки некоректно, тому обмежимося фіксацією даних за 2019 рік і прогнозними показниками.

Digital реклама (за класифікацією IAB):

	Підсумки 2019 р., млн грн	Частка мобайла (трафік)	Прогноз на 2020р., млн грн	Відсоток зміни 2020 до 2019
Банерна реклама, оголошення в соціальних мережах, rich media	2 915	65%	3 500	20%
Спонсорство	180	60%	180	0%
Цифрове відео, вкл. Youtube	2 645	70%	3 440	30%
ВСЬОГО ІНТЕРНЕТ МЕДІА	5 740		7 120	24%
Пошук (платна видача в пошукових системах), включаючи частину GDN	8 100	70%	11 100	37%
Інший діджитал	676		700	4%
ВСЬОГО ІНТЕРНЕТ РИНОК	14 516		18 920	31%

Телебачення

2019 на ТБ закінчується в рамках прогнозованого зростання прямої реклами на 25% по відношенню до 2018 і спонсорства на 20% відповідно. Причини зростання очевидні – нестача ресурсу, особливо в першому півріччі. Дефіцит завжди призводить до інфляції, яка виявилася однією з найвищих за останні 10 років на українському телебаченні. У ситуації, що склалася, частина клієнтів змушена була переглянути свою рекламну політику і скоротити кількість брендів, які мають телевізійну підтримку, або відмовитися від ТБ розміщення повністю. Чи повернуться ці компанії на ТБ в 2020? Попередні переговори кажуть, що «так». Багато з тих, хто пропустили 2019, планують повернутися в наступному році, що і послужить причиною зростання обсягів викупленого інвентарю, а разом з ним і ринку в цілому. Попередній прогноз на 2020 перебуває в межах 13-17%, що при інвентарі, який скорочується через кодування супутникового мовлення, призведе до інфляції від 30% і вище.

Спонсорство буде рости швидше за ринок прямої реклами, в першу чергу через активність букмекерів, які в очікуванні початку чемпіонату Європи з футболу та літньої Олімпіади в Токіо, збільшать свою присутність на ТБ. Саме спортивні трансляції стануть драйверами зростання спонсорської активності, яка може додати за підсумками наступного року не менше 20%. Ціни ж на спонсорство, хоч і не суттєво, будуть рости повільніше ринку, що зрештою не стосується ключових подій року, попит на які і так перевищує можливості.

Реклама в пресі (друковані видання)

За прогнозами об'єм рекламного ринку преси в 2019 році складе 1 850 млн.грн., що на 14,8% більше, ніж в минулому році.

Провідним сегментом залишається національна преса, незважаючи на закриття газет "Сьогодні" і "Зеркало Недели". Дані видання не мали істотного впливу на обсяги рекламного ринку (2-3% від річного обсягу національного ринку реклами а пресі). Крім того, після закриття видань частина рекламодавців перерозподілили рекламні бюджети на інші національні та регіональні суспільно-політичні газети.

Прогнози на 2020 рік більш стримані, варто очікувати уповільнення темпів зростання (на 1,3 відсоткового пункту до 13,5%). Основним фактором зростання рекламного ринку в національній пресі в 2020 році є інфляційна складова в преміальному жіночому глянці, що дозволить даному сегменту ще сильніше наростити як абсолютні показники доходів від реклами, так і частку сегмента в національній пресі.

Крім того, продовжують рости нестандартні прояви в пресі, як частина мультимедійних спецпроектів сильних журнальних брендів.

Найбільш високу динаміку зростання в національній пресі покажуть сектори – «розваги», «торгівля», «косметика» і «лікарські препарати», на частку яких буде становити більше половини рекламних смуг.

З секторів рекламодавців регіональної преси, найбільш активними будуть – «зв'язок», «авто», «туризм», «фінанси», «освіта» і «соціальна реклама».

У спеціалізованій пресі лідерство збережуть рекламодавці категорій – «агро», «лікарські препарати», «фінанси» та «авто».

Радіо реклама

У 2019 року Радіо ринок показав прогнозований ріст на рівні 24%-25%. Виконати поставлені плани вдалося не тільки завдяки медіа-інфляції, а й завдяки приходу на Радіо цілої низки нових рекламодавців, особливо активними були категорії фарми, e-commerce та мікrokредитування. Крім того, ми побачили позитивні тренди в категорії FMCG, зокрема, коли системні рекламодавці почали активно використовувати радіо для підсилення ТВ-комунікацій.

У 2020 році ми очікуємо продовження дії трендів 2019 року і розраховуємо на ріст ринку не менше 15-17%. Водночас якщо не відбудеться глобальних економічних катаклізмів і економіка України ростиме в межах 3-4%, то можна буде розраховувати на показник росту більше 20%. Рекламодавці все більше покладаються на широкі медіа-мікси, адже в епоху тотального рекламного шуму важливо комунікувати з аудиторією через максимально різні медіа-канали. В той же час реклама на радіо забезпечує охоплення економічно-активної аудиторії у містах та гарантує один з найвищих ROI через усіх медіа-інструменти.

Out Of Home Media (OOH Media)

Незважаючи на суттєві зміни форматів інвентарю у Києві та деяких обласних центрах, ринок щитової реклами в 2019 році зріс у порівнянні з 2018 роком. Фактично обсяг комерційної реклами склав 3 мільярди 283 мільйонів гривень за підсумками 2019 року, що менше попередніх прогнозів, через вплив політичної реклами.

До цього обсягу не увійшло близько 525 млн грн політичних кампаній – виборів Президента та Верховної Ради. В 2020 році зростання ринку має підвищитися до 15%, зокрема завдяки використанню комерційними рекламодавцями інвентарю, що був задіяний у політичній рекламі в 2019 році.

Продовжується активний розвиток Digital складової ринку зовнішньої реклами, обсяг якої у 2019 році склав 206 мільйонів гривень, а на 2020 рік очікується зростання на 86%.

Підсумки 2019 і прогноз 2020 рекламного медіа ринок в цілому.

Таким чином, за підсумками 2019 року ринок медіа реклами виріс на 25%.

За прогнозами на 2020 рік зростання збережеться, але темпи росту трохи сповільняться – до +18%.

	Підсумки 2019 р., млн грн	Відсоток зміни 2019 до 2018	Прогноз на 2020р., млн грн,	Відсоток зміни 2020 до 2019
ТВ-реклама, всього	11 526	24%	13325	16%
<i>Пряма реклама</i>	<i>10 089</i>	<i>25%</i>	<i>11600</i>	<i>15%</i>
<i>Спонсорство</i>	<i>1 438</i>	<i>20%</i>	<i>1 725</i>	<i>20%</i>
Реклама в пресі, всього	1 850	14,8%	2099	13.5%
<i>Національна преса</i>	<i>1 106</i>	<i>14.6%</i>	<i>1 255</i>	<i>13.5%</i>
<i>в т.ч. спонсорство</i>	<i>284</i>	<i>15.1%</i>	<i>321</i>	<i>12.8%</i>
<i>Регіональна преса</i>	<i>320</i>	<i>15.3%</i>	<i>363</i>	<i>13.5%</i>
<i>Спеціалізована преса</i>	<i>425</i>	<i>14.7%</i>	<i>481</i>	<i>13.4%</i>
Радіо реклама, всього	717	24%	839	17%
<i>Національне радіо</i>	<i>518</i>	<i>24%</i>	<i>606</i>	<i>17%</i>
<i>Регіональне радіо</i>	<i>65</i>	<i>20%</i>	<i>74</i>	<i>14%</i>
<i>Спонсорство</i>	<i>134</i>	<i>25%</i>	<i>157</i>	<i>17%</i>
ООН Media, всього	4 240	22%	4 990	18%

Зовнішня реклама	3 283	13%	3 779	15%
Транспортна реклама	600	36%	660	10%
DOOH	205	n/a	383	86%
Indoor реклама	152	20%	168	11%
Реклама в кінотеатрах	58	20%	70	20%
Digital (Internet) Медіа реклама	5 740	34%	7 120	24%
Всього рекламний медіа ринок	24 131	25%	28 443	18%

NONMedia частина рекламно-комунікаційного ринку України

Ринок маркетингових сервісів

Міжнародна Асоціація Маркетингових Ініціатив (MAMI) підготувала дані щодо розвитку ринку маркетингових сервісів в Україні.

Вже кілька років поспіль спостерігаємо стабільний ріст нашої галузі, у 2019 маємо наступні результати: динаміка +19%, обсяг 6 352 млн. гривень. Event Marketing and Sponsorship збільшився на 35%, це продовження тренду минулих років, пов'язаного з популярністю фестивального формату в Україні, а також споживач вимагає більш захоплюючий та емоційний experiences з брендами, що втілюється через івенти. У Trade marketing не відбулося якихось революційних змін. Разом з тим, технологічність процесів і ефективність операцій агентств та замовників формують додаткову вартість і нові сервіси, які набудуть більш широкого попиту у 2020 році. Обсяг Consumer marketing збільшився на 20%, бо так само є ефективним спілкування зі споживачем у ритейлі. Також у сфері лояльності набувають обертів інструменти та методики, що дозволяють досліджувати клієнтський досвід.

Гонитва за ідеями та технологіями продовжується і може принести свої сюрпризи у новому році. Прогноз на 2020 рік – оптимістичний, тенденції зростання по всіх сегментах ринку маркетингових сервісів збережуться на тому ж рівні. Різкі зміни трендів можливі при виникненні чергової кризи – її вірогідність, на жаль, залишається високою в нашому непередбачуваному середовищі.

В 2020 році прогнозується зростання ринку маркетингових сервісів в цілому на +18%.

Маркетингові сервіси	Обсяг 2018р., млн грн.	Обсяг 2019р., млн грн.	Процент зміни 2019 до 2018	Прогноз на 2020 р, млн грн	Процент зміни 2020 до 2019 прогноз
Обсяг ринку Маркетингових сервісів ВСЬОГО	5 321	6 352	19%	7 478	18%
<i>У тому числі:</i>					
Trade marketing (Мерчандайзинг, Trade promo, Програми мотивації та контролю персоналу)	1 955	2 248	15%	2 585	15%
Loyalty marketing (Mailing, DB management, Contact-Center)	935	1 028	10%	1 131	10%
Consumer marketing	1 140	1 368	20%	1 573	15%
Event Marketing and Sponsorship	1 150	1 553	35%	2 018	30%
Non-standart communications (life placement, ambient media)	141	155	10%	171	10%

Оцінка об'ємів ринку PR послуг

Експерти Української Асоціації зі зв'язків з громадськістю (UAPR) підтвердили попередні прогнозовані об'єми ринку – **953 млн грн**. Так все і вийшло, як очікували.

На 2020 рік у комерційному секторі прогнозується невеликий ріст на 5% і без росту у публічному секторі. Отже прогнозований об'єм ринку PR послуг 2020р. – **980 млн грн**.

Такі очікування на наступний рік пов'язані з наступними факторами:

- політична нестабільність не дає надії на вихід на ринок нових міжнародних бізнесів + загроза світової фінансової кризи,
- одночасно з цим є деякі сподівання на розвиток бюджетів комерційного сектору на комунікації за рахунок зовнішніх та внутрішніх комунікацій під час трансформацій в організаціях та комунікації інновацій,
- у секторі публічних комунікацій відсутні ознаки суттєвих скорочень чи збільшення бюджетів.

Що стосується питання що саме включено до об'єму ринку PR:

- суми агентської комісії та затрат організацій на втілення проектів зовнішніх та внутрішніх комунікаційних проектів без урахування тих сум, що передаються в роботу іншим гравцям комунікаційного ринку. Іншими словами, якщо ми маємо бюджет на медіа розміщення, то до об'єму ринку зараховується сервіс по створенню креатива та стратегії розміщення, але не зараховується сума прямого бюджету, що передано медіа агенції або напряму медіа каналу,
- витрати на внутрішні комунікації в організаціях. Тому, що це такі ж самі життєво необхідні комунікації, під них так само наймають персонал, віддають розробку та реалізацію на аутсорс. Об'єм затрат на внутрішні комунікації, так само як і на зовнішні, дають розуміння падіння або росту ринку. У період трансформацій на ринках, у період злиття-поглинання бізнесу внутрішні комунікації можуть мати більшу долю у бюджеті організації, ніж зовнішні.

РЕЙТИНГИ АГЕНТСТВ ТА РЕКЛАМОДАВЦІВ 2019

ВРК визначає наступні види рейтингів:

1. РЕЙТИНГИ КОМУНІКАЦІЙНИХ АГЕНТСТВ УКРАЇНИ

До комунікаційних агентств в інтересах даного рейтингу відносяться всі агентства рекламно-комунікаційного ринку України, які спеціалізуються на розробці креативних стратегій, ідей, брендів, виконанню різноманітних рекламних, дизайнерських, маркетингово-сервісних, digital, PR, тощо кампаній та рішень.

2. РЕЙТИНГИ МЕДІА АГЕНТСТВ УКРАЇНИ

Учасниками цих рейтингів є full service медіа агентства, що займаються розробкою медіа стратегій, плануванням, баінгом тощо.

3. РЕЙТИНГ VIDEO PRODUCTION СТУДІЙ

Спеціалізований для продакшн-студій України рейтинг за щорічними підсумками Ukrainian Creative Awards.

4. РЕЙТИНГИ РЕКЛАМОДАВЦІВ BEST MARKETING TEAMS

Рейтинги найкращих маркетингових команд України, що визначаються за різними галузевими категоріями

Методологія

Рейтингування учасників рекламно-комунікаційного ринку України є однією з складових місії Всеукраїнської Рекламної Коаліції (ВРК), що спрямована на розвиток рекламно-комунікаційної індустрії країни.

Рейтинги ВРК також мають на меті допомагати учасникам ринку у виборі креативних та медіа партнерів, популяризувати найновітніші та найефективніші рекламні технології, а також сприяти появі нових талановитих імен в рекламній індустрії

Методика розрахунку рейтингів

1. РЕЙТИНГИ КОМУНІКАЦІЙНИХ АГЕНТСТВ УКРАЇНИ

ВРК визначила наступні рейтинги для комунікаційних агентств:

- Рейтинг креативності та майстерності комунікаційних агентств України/Creativity & Craft ratings/,
- Рейтинг ефективності комунікаційних агентств України,
- Рейтинг Вибір рекламодавця /Advertiser`s Choice/,
- Рейтинг Комунікаційне Агентство року.

Рейтинги креативності та майстерності комунікаційних агентств України

Creativity & Craft рейтинг складається на основі балів, отриманих агентствами за нагороди на рекламних фестивалях і конкурсах протягом фестивального сезону. Список фестивалів і конкурсів встановлюються на один фестивальний сезон. Умовний початок і кінець сезону традиційно визначається датами Ukrainian Creative Awards.

Рейтингові бали у Creativity & Craft ранкінгу отримують тільки учасники, зазначені у конкурсній заявці, тобто виключно ті, хто подав свою конкурсну роботу. Іншим агентствам і учасникам творчих команд бали не зараховуються. Залікові бали не дублюються і не діляться.

Учасниками рейтингів можуть бути виключно рекламні компанії: агентства, студії, креативні департаменти компаній тощо. У рейтинги не потрапляють творчі персоналії, автори, незалежні креатори, які в свою чергу можуть бути учасниками рекламних фестивалів та конкурсів.

ВРК затвердила 2 види рейтингів Creativity & Craft, що існують паралельно та незалежно один від одного:

1) Національний рейтинг креативності, який розраховується за результатами виключно українських 4-х фестивалів:

№	Festivals / Awards
1	ADC*UA Awards
2	Ukrainian Design: The Very Best Of
3	Wow Done Awards
4	КМФР

Всі нагороди розраховуються за єдиною системою присвоєння балів без множення на коефіцієнти фестивалів. Фестивалю коефіцієнти не присвоюються.

Система начислення балів:

Shortlist – 2

Bronze – 4

Silver – 6

Gold – 8

Best of contest – 10

Grand Prix – 15

У випадку отримання агентством спеціальних нагород, до розрахунку 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.

2) Міжнародний рейтинг креативності, що визначається за списком міжнародних фестивалів рейтингу WARC Creative 100, до якого додаються фестивальні бали, отримані на ADC Europe та Epica Awards.

Таким чином, в міжнародному рейтингу беруть участь тільки такі глобальні фестивалі:

№	Festivals / Awards
1	Cannes Lions International Festival of Creativity

2	ADC Europe
3	Clio Awards
4	D&AD
5	London International Awards (LIA)
6	The One Show
7	Epica

Всі нагороди також будуть розраховуватись за тією ж єдиною системою присвоєння балів, і також без множення на коефіцієнти.

Система начислення балів:

Shortlist – 2

Bronze – 4

Silver – 6

Gold – 8

Best of contest – 10

Grand Prix – 15

Перемоги українських агентств у всіх інших численних фестивалях і конкурсах, починаючи з 2020 року не будуть враховуватися в рейтингах креативності ВРК.

Обидва рейтинги креативності та майстерності, Національний і Міжнародний, існують паралельно і незалежно один від одного. При цьому, додаткову вагу Національному рейтингу креативності додає той факт, що дані саме цього рейтингу будуть враховані в підсумковому рейтингу - Комунікаційне агентство року.

Рейтинги ефективності комунікаційних агентств України

1) Національний рейтинг ефективності комунікаційних агентств

Рейтинг ефективності ВРК проводиться в кінці кожного року за результатами щорічної премії Effie Awards Ukraine та повністю відповідає міжнародними правилами рейтингів ефективності The Effie Index.

Якщо проект стає фіналістом або переможцем Effie Awards Ukraine, то надана інформація про агентства буде використана для підрахунку рейтингу ефективності комунікаційних агентств України, а також буде надана Effie Worldwide для підрахунку глобального рейтингу ефективності The Effie Index.

Система начислення балів для основних агентств за результатами EFFIE AWARDS UKRAINE:

Shortlist – 2

Bronze – 4

Silver – 6

Gold – 8

Grand Prix – 12

Крім основного агентства (заявника проекту), всі інші агентства-партнери, що працювали над проектом Effie Awards Ukraine (що став фіналістом/переможцем), якщо вони вказані в заявці як агентство-партнер (contributing agency), теж отримують бали, але з коефіцієнтом 0,5. Максимальна кількість агентств-партнерів - чотири команди.

Система начислення балів для агентств-партнерів за результатами EFFIE AWARDS UKRAINE:

Shortlist – 1

Bronze – 2

Silver – 3

Gold – 4

Grand Prix – 6

Також за результатами всіх агентств, що входять до складу холдингів, розраховується РЕЙТИНГ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕКЛАМНИХ ХОЛДИНГІВ УКРАЇНИ.

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

2) Рейтинг ефективності комунікаційних агентств за результатами участі у міжнародних програмах Effie

Даний рейтинг визначається за результатами участі українських агентств у всіх існуючих програмах Effie Worldwide: Effie Global, Effie Europe...

Всі нагороди також будуть розраховуватись за тією ж єдиною системою присвоєння балів, без множення на коефіцієнти. Міжнародним програмам Effie Worldwide коефіцієнти не присвоюються.

Цей рейтинг існує паралельно та незалежно від національного рейтингу ефективності. Результати міжнародного рейтингу не додаються до національного.

Рейтинг комунікаційних агентств Вибір рекламодавця, або Advertiser`s Choice

Рейтинг комунікаційних агентств Вибір рекламодавця, або Advertiser`s Choice – це щорічне дослідження, що проводиться ВРК у співпраці з дослідницькою компанією Factum Group. Дослідження проходить у формі опитування.

Цільовою аудиторією опитування є представники умовних "ТОП-100 рекламодавців", які відповідають та/або впливають на вибір медійних та/або рекламно-комунікаційних агенцій для рекламних активностей рекламодавця.

Формування списку рекламодавців-респондентів для опитування:

- до участі в дослідженні запрошуються ТОП-100 рекламодавців за медіа-бюджетами: оцінка бюджету проводиться, але не обмежується, на основі даних розміщення телевізійної та інтернет реклами;
- кількість респондентів у межах однієї компанії не обмежується: організатор прагне отримати максимальне залучення експертів, представників ТОП-100 рекламодавців для формування кожною компанією єдиної найбільш точної оцінки;
- перелік ТОП-100 рекламодавців може бути розширеним на підставі заяви від члену ВРК з фактом підтвердження відповідності рекламодавця медійним бюджетам рівня ТОП-100;
- перелік експертів з списку ТОП-100 рекламодавців є відкритим для членів ВРК.

Вибірка:

- результати дослідження підводяться за умови наявності відповідей від більшості респондентів - не менше ніж 50%+1 від визначеного переліку рекламодавців-учасників опитування.
- для розрахунку рейтингу залучається один представник від бренду, який має незалежний рекламний бюджет. Якщо в опитуванні бере участь більш одного учасника, результати зважуються пропорційно (приклад: у дослідженні взяли участь три представника одного бренду, кожний

відмічений респондентом вибір отримує понижуючу вагу 1/3).

Метод опитування:

Mix-mode - онлайн опитування за персоналізованими посиланнями або особисте опитування на подіях ВРК (суддівство Effie Awards, зустрічі, круглі столи, тощо) за стандартизованою анкетною.

Основні запитання дослідження:

Вибір учасником дослідження 5 комунікаційних агентств-членів ВРК у якості креативних / рекламно-комунікаційних партнерів для вирішення креативних завдань, розробки рекламної кампанії, або її складових, в тому числі Digital, Маркетингових сервісів, тощо.

Вибір передбачає ситуацію, що не накладає жодних обмежень за бюджетом, мережевими контрактами, конфліктом бізнес-інтересів або терміном проведення робіт, тощо.

Рейтинг Комунікаційне агентство року

Рейтинг Комунікаційне агентство року складається за підсумками двох рейтингів: Національного рейтингу креативності і Національного рейтингу ефективності.

У ньому беруть участь виключно агентства, що фігурують одночасно у двох рейтингах.

Рейтинг розраховується за такими правилами:

- за місця у обох рейтингах нараховуються такі бали:

- 1 місце – 100 балів,
- 2 місце – 90 балів,
- 3 місце – 80 балів,
- 4 місце – 70 балів,

5 місце – 60 балів,
6 місце – 50 балів,
7 місце – 40 балів,
8 місце – 30 балів,
9 місце – 20 балів,
10 місце – 10 балів,
всі місця, що нижчі 10-го – по 5 балів

- кількість балів, що презентовані у самих рейтингах креативності та ефективності, в розрахунок не беруться, важливими є тільки місця в рейтингах (ранки),

- у випадку, якщо агентства розділяють одну позицію (місце) у рейтингах креативності чи ефективності, маючи одну і ту ж кількість балів, зараховується значення, що відповідає найбільш високому ранку.

Наприклад, агентства ділять місця 5-7 з однаковою величиною балів в Національному рейтингу креативності: всі трьом агентствам за місце 5-7 буде нараховано по 60 балів до розрахунку рейтингу Агентство року,

- для рейтингу Комунікаційне агентство року встановлюються наступні вагові коефіцієнти для зведення результатів за двома рейтингами:

**Національний рейтинг креативності комунікаційних агентств – 50%,
Національний рейтинг ефективності комунікаційних агентств – 50%,**

$\Sigma = 0,5 * \text{Creativity \& Craft (5-100)} + 0,5 * \text{Effectiveness(5-100)}$

Таким чином отриманий показник суми вноситься до рейтингу Комунікаційне агентство року і відповідно отримує своє місце (ранк).

2. РЕЙТИНГИ МЕДІА АГЕНТСТВ УКРАЇНИ

ВРК визначила наступні рейтинги медіа агентств:

- Рейтинг медіа агентств відповідно до їх річних білінгів,
- Рейтинг ефективності медіа агентств України,
- Рейтинг Вибір рекламодавця, або Advertiser`s Choice,
- Рейтинг Медіа Агентство року.

Рейтинг медіа агентств відповідно до їх річних білінгів

Рейтингування агентств відповідно до білінгів, проводиться в результаті досліджень, що виконуються дирекцією ВРК. Рейтинг має на меті показати розстановку сил full service media агентств, членів ВРК.

Під бюджетом (billing) розуміється сума рекламних бюджетів клієнтів, що знаходяться у розпорядженні агентства. Тобто, в це поняття входять як безпосередньо грошовий оборот агентства, так і бюджети, які агентство тільки планує, а покупку медіа клієнт здійснює самостійно або через інше агентство. При цьому, у разі, якщо планування клієнтських бюджетів здійснюється одним медіа агентством, а грошовий оборот проходить через інше агентство, то такий білінг зараховується обом агентствам, але з різними коефіцієнтами.

Бюджети носять виключно індикативний характер для визначення позицій агентств і є оціночними.

Методика досліджень та збору ґрунтується на таких принципах:

- збір даних по медіа, який повинен спиратися на об'єктивні дані моніторингів реклами незалежних галузевих дослідників,
- для приведення до ринкових реалій отримані gross бюджети коригуються на основі коефіцієнтів / знижок, що залежать не тільки від медіа каналу, а й величини бюджету,
- бюджети по розміщенню на медіа носіях, за якими немає підтвердження незалежного моніторингу, в рейтинг не включаються,
- перед публікацією рейтингів обов'язковим є круглий стіл для обміну думками з низкою провідних учасників білінгових рейтингів.

Основними етапами дослідження є:

1. Визначення середньозважених знижок за різними медіа каналами в залежності від розмірів клієнтського бюджету.

2. Збір даних від агентств і їх верифікація.

Всі медіа агентства повного циклу, що є членами ВРК, надають в дирекцію ВРК дані моніторингу реклами і самозаяви за немоніторинговими медіа каналами, з розподілом за медіа, видам послуг (баїнг, планування, комплекс), часом кампанії для кожного зі своїх клієнтів. Дані надаються на умовах конфіденційності та у такій формі, що не порушує NDA.

Отримана зведена таблиця стає предметом обговорення експертів, що представляють найбільші медіа агентства, які задають зустрічні питання і звіряють отримані відповіді зі своїми внутрішніми даними і знаннями.

3. Отримання підсумкового ранкінгу медіа агентств.

Білінги медіа агентств, зазначені в рейтингу, носять індикативний характер. Методика рейтингу не дозволяє отримати більш точні значення білінгів, наблизивши їх до реальних бухгалтерських документів, однак цілком вирішує своє основне завдання – представити загальну розстановку сил на агентському медіа ринку.

Рейтинги ефективності медіа агентств України

Рейтинг ефективності медіа агентств проводиться за тими ж принципами та паралельно з **Рейтингом ефективності комунікаційних агентств** за результатами щорічної премії Effie Awards Ukraine - див. **Рейтинг ефективності комунікаційних агентств**.

Рейтинг медіа агентств Вибір рекламодавця, або Advertiser`s Choice

Рейтинг медіа агентств Вибір рекламодавця, або Advertiser`s Choice – це дослідження, яке проводиться одночасно і за однаковими правилами з дослідженням для комунікаційних агентств - див. **Рейтинг комунікаційних агентств Вибір рекламодавця**

Рейтинг Медіа агентство року

Рейтинг складається за підсумками трьох рейтингів:

- Рейтингу медіа агентств відповідно до їх річних білінгів,
- Національного рейтингу ефективності

- Рейтингу медіа агентств Вибір рекламодавця, або Advertiser`s Choice

У ньому беруть участь виключно агентства, що фігурують одночасно у трьох рейтингах.

Рейтинг розраховується за такими правилами:

- результатом кожного з трьох рейтингів вважається № місця (ранк) в рейтингу,
- кількість балів, що презентовані у самих рейтингах, в розрахунок не беруться, важливими є тільки місця в рейтингах,
- для рейтингу Медіа агентство року встановлюються наступні вагові коефіцієнти для зведення результатів за трьома рейтингами:

Рейтинг медіа агентств відповідно до їх річних білінгів – 50%,

Національний рейтинг ефективності медіа агентств – 25%,

Рейтинг медіа агентств Вибір рекламодавця – 25%

$$\Sigma = 0,5 * \text{BillingsRank} + 0,25 * \text{Effie Rank} + 0,25 * \text{Advertiser`s ChoiceRank}$$

Таким чином, отриманий показник суми вноситься до рейтингу Медіа агентство року і відповідно отримує своє місце (ранк): значення, що дорівнює або є найближчим до «1» отримує найвищу позицію, всі інші бали у порядку зростання займають відповідно нижчі місця рейтингу.

Quota		Position in:			MAG points	MAG ranking position
		Billings	Effie	Advertiser's Choice		
		50%	25%	25%		
Position	Агентство А	1	1	2	1,25	1
	Агентство В	2	4	1	2,25	2
	Агентство С	3	7	5	4,5	5
	Агентство Е	4	2	3	3,25	3

	Агентство F	5	3	4	4,25	4
--	--------------------	---	---	---	------	---

3. РЕЙТИНГ VIDEO PRODUCTION СТУДІЙ

ВРК щорічно в кінці креативного сезону за результатами Ukrainian Creative Awards підводить підсумки для продакшн-студій України.

Даний рейтинг розраховується шляхом додавання трьох складових:

- бали за нагороди, які отримали студії, що були саме учасниками Ukrainian Creative Awards, тобто подавали роботи на фестивалі,
- бали за нагороди в конкурсах FILM CRAFT, FILM, TV/PROMO & FILM MOTION GRAPHICS отримують студії, що не були учасниками Ukrainian Creative Awards, але були вказані у кредитсах як продакшн-студія.

Всі нагороди для продакшн-студій (як для учасників Ukrainian Creative Awards, так і для вказаних в кредитсах) розраховуються за єдиною системою присвоєння балів без множення на коефіцієнти.

Система начислення балів:

Shortlist – 2

Bronze – 4

Silver – 6

Gold – 8

Best of contest – 10

У випадку отримання спеціальних нагород, до розрахунку рейтингу йде тільки спеціальна нагорода від журі = 1 бал. Спонсорські нагороди та глядацькі симпатії додаткових балів агентству не приносять.

4. РЕЙТИНГИ РЕКЛАМОДАВЦІВ BEST MARKETING TEAMS

ВРК у співпраці з дослідницькою компанією Factum Group щорічно проводять дослідження рекламно-комунікаційного ринку, що визначає імена кращих маркетинг-команд України.

Рейтинги маркетингових команд визначаються за різними галузевими категоріями, що кореспондуються з продуктовими категоріями конкурсу Effie Awards Ukraine.

Рейтинг розраховується:

- на основі балів, отриманих агентствами для своїх клієнтів за нагороди на рекламних фестивалях і конкурсах протягом фестивального сезону, що входять до Національного рейтингу креативності комунікаційних агентств.

Всі нагороди агентств розраховуються за єдиною системою присвоєння балів без множення на коефіцієнти. У свою чергу отримані відповідні бали переходять до відповідних клієнтів агентства.

Система начислення балів:

Shortlist – 2

Bronze – 4

Silver – 6

Gold – 8

Best of contest – 10

Grand Prix – 15

- на основі балів, отриманих рекламодавцями за нагороди на Effie Awards Ukraine.
Всі нагороди агентств розраховуються за єдиною системою присвоєння балів.

Система начислення балів:

Shortlist – 2

Bronze – 4

Silver – 6

Gold – 8

Grand Prix – 12

- на основі балів, отриманих агентствами для своїх клієнтів за нагороди у конкурсі Best Marketing Innovations, що є частиною конкурсної програми КМФР.

Всі нагороди агентств розраховуються за єдиною системою присвоєння балів без множення на коефіцієнти. У свою чергу отримані відповідні бали переходять до відповідних клієнтів агентства.

Система начислення балів:

Shortlist – 2

Bronze – 4

Silver – 6

Gold – 8

Best of contest – 10

- на основі рейтингу медійних бюджетів (показники WGRP для телебачення та GRP для інтернету), офіційно наданого Індустріальним Телевізійним Комітетом. До розрахунку береться період дослідження: липень минулого року – червень поточного року включно.
- на основі дослідження-опитування представників маркетинг-команд рекламодавців стосовно кількості іміджевих і промокампаній, частки маркетингового бюджету, що виділяється на рекламно-комунікаційну активність тощо.

Всі вищевказані показники окремо зводяться, в результаті чого за кожним показником (критерієм) складається окремий рейтинг рекламодавців в рамках кожної галузевої категорії, яка відповідає сфері діяльності того чи іншого рекламодавця.

Далі розраховується кількість балів за місця у рейтингах за критеріями:

- за місця у рейтингах нараховуються такі бали:

1 місце – 100 балів,

2 місце – 90 балів,

3 місце – 80 балів,

4 місце – 70 балів,

5 місце – 60 балів,

6 місце – 50 балів,

7 місце – 40 балів,

8 місце – 30 балів,

9 місце – 20 балів,

10 місце – 10 балів,

всі місця, що нижчі 10-го – по 5 балів

- кількість балів, що презентовані у самих рейтингах, в розрахунок не беруться, важливими є тільки місця в рейтингах (ранки),
- у випадку, якщо рекламодавці розділяють одну позицію (місце) у рейтингу, зараховується значення, що відповідає найбільш високому ранку.

Наприклад, клієнти ділять місце 5-7 з однаковою величиною балів в рейтингу ефективності: всі трьом за місце 5-7 буде нараховано по 60 балів.

Далі розраховуються наступні вагові коефіцієнти для зведення результатів за всіма показниками.

Зведення балів за вищевказаними критеріями:

Назва критерію	Назва джерела даних	Вага критерію
WGRP	Дані ІТК	14%
GRP INTERNET	ADVERTTRACK FACTUM	6%
Кількість іміджевих кампаній рекламодавця	Опитування	10%
Кількість промокампаній рекламодавця	Опитування	10%
Бали, отримані на EFFIE AWARDS UKRAINE	Дані рейтингу ефективності рекламодавців України THE MOST EFFECTIVE MARKETER	20%
Бали, отримані на креативних фестивалях	Дані Національного рейтингу креативності комунікаційних агентств України	15%

Назва критерію	Назва джерела даних	Вага критерію
Бали, отримані на КМФР у конкурсі BEST MARKETING INNOVATIONS	Дані ВРК	15%
Доля маркетинг-бюджету рекламодавця, що виділяється на рекламно-комунікаційну активність	Опитування	10%

Рекламодавці стають учасниками рейтингу тільки за умови наявності результатів мінімум у двох критеріях:

- наявності балів, отриманих на Effie Awards Ukraine, або креативних фестивалів, або Best Marketing Innovations,
- наявності рекламодавця у рейтингу медійних бюджетів (показники WGRP для телебачення та GRP для інтернету), або наявності рекламодавця у результатах опитування.

Загалом рейтинг будується на підставі балів, одержаних рекламодавцем за всіма критеріями рейтингу, шляхом додавання всіх результатів. За відсутності одного з критеріїв в розрахунок іде значення «0» за цим критерієм. У підсумку виходить остаточний бал, який вноситься до рейтингу кожної галузевої категорії і відповідно отримує своє місце (ранк).

У підсумковий залік рейтингу Best Marketing Teams включаються тільки ті галузеві категорії, в яких маркетингові команди - переможці, набрали не менше 50% балів. Крім переможців, до рейтингу включено маркетингові команди, які набрали не менше 40% балів рейтингу в категорії.

СПИСОК ФЕСТИВАЛІВ КРЕАТИВНОСТІ 2019/2020

1. Національний рейтинг креативності вираховується за результатами виключно українських фестивалів:

№	Festivals / Awards
1	ADC*UA Awards
2	Ukrainian Design: The Very Best Of
3	Wow Done Awards
4	КМФР

Всі нагороди мають **єдину цінність**, коефіцієнти "складності" фестивалів не застосовуються.

2. Міжнародний рейтинг креативності визначається за списком міжнародних фестивалів рейтингу WARC Creative 100, до якого додаються фестивальні бали, отримані на ADC Europe і Epica Awards.

Таким чином, в міжнародному рейтингу беруть участь тільки такі глобальні фестивалі:

№	Festivals / Awards
1	Cannes Lions International Festival of Creativity
2	ADC Europe
3	Clio Awards
4	D&AD
5	London International Awards (LIA)
6	The One Show
7	Epica

Відповідні нагороди (шорт-лист, бронза, срібло, золото, найкраща робота конкурсу, гран-прі фестивалю) всіх вищевказаних фестивалів для інтересів даного рейтингу мають єдину цінність, коефіцієнти "складності" фестивалів, також як для національного рейтингу, не застосовуються.

Перемога українських агентств у всіх інших багаточисленних фестивалях і конкурсах, починаючи з 2020 року не враховуватиметься в рейтингах креативності ВРК.

Поточний фестивальний сезон 2019/2020 носить перехідний характер і за його підсумками буде складено Міжнародний рейтинг креативності, заснований на результатах вже проведених і майбутніх в 2019 фестивалів:

№	Festivals / Awards	Index
1	Cannes Lions	k=20
2	AD BLACK SEA	k=3
3	Red Dot	k=7
4	ADC*E	k=10
5	Epica Awards	k=10
6	Eurobest	k=7
7	Webby Awards	k=5
14	The FWA	k=5

Обидва рейтинги креативності та майстерності - Національний і Міжнародний - існують паралельно і незалежно один від одного.

РЕЙТИНГИ

РЕЙТИНГИ КОМУНІКАЦІЙНИХ АГЕНТСТВ УКРАЇНИ

Рейтинги креативності та майстерності комунікаційних агентств України/Creativity & Craft ratings/ сезону 2018/2019

Всеукраїнська рекламна коаліція підвела підсумки рейтингу креативності і майстерності сезону 2018/2019. Найкреативнішим агентством країни стало Saatchi & Saatchi Ukraine.

Рейтинг креативності і майстерності сезону 2018/2019 складений з урахуванням балів, отриманих всіма комунікаційними агентствами на 15 фестивалів, останніми з яких були European Design Awards 2019 та всі конкурси Ukrainian Creative Awards 2019, а це ADC*UA Awards 2019, Ukrainian Design: The Very Best Of 2019, WOW DONE AWARDS 2019 та Київський Міжнародний Фестиваль Реклами 2019. В цьому сезоні бали національних конкурсів ADC*UA Awards та Ukrainian Design: The Very Best Of рахувались двічі – як за 2018 рік, так і за 2019

Рейтинг креативності та майстерності комунікаційних агентств України сезону 2018/2019 (топ-10)

№	Agency	Points
1	Saatchi & Saatchi Ukraine	783
2	Tough Slate Design	500
3	Banda Agency	378
4	BBDO Ukraine	340,5
5	ISD Group	314
6	Leo Burnett Ukraine	190
7	Kinograf	178
8	NGN agency	92
9	Galagan branding agency	81
10	Agama Digital Group	80

Повна версія рейтингу доступна на сайті ВРК <https://vrk.org.ua/> в розділі «Рейтинги креативності та майстерності комунікаційних агентств».

Міжнародний рейтинг креативності комунікаційних агентств України сезону 2019/2020

Всеукраїнська рекламна коаліція підвела підсумки міжнародного рейтингу креативності комунікаційних агентств України сезону 2019/2020. Найкреативнішим агентством країни в сенсі цього рейтингу стала агенція banda.

Рейтинг цього сезону носить перехідний характер (посилання на новину/методику), і складений з урахуванням балів, отриманих агентствами на 8 фестивалях/конкурсах цього року (див табл. 1).

Це остаточний рейтинг сезону 2019/2020 (табл. 2). Новий сезон і можливості заробити бали в новий рейтинг почнуться вже з 2020 р.

Табл. 1

Cannes Lions	k=20
AD BLACK SEA	k=3
Red Dot	k=7
ADC*E	k=10
Epica Awards	k=10
Eurobest	k=7
Webby Awards	k=5
The FWA	k=5

Табл. 2 Міжнародний рейтинг креативності комунікаційних агентств України сезону 2019/2020

№	Agency	Points
1	Banda Agency	472
2	ISD Group	174
3	Saatchi & Saatchi Ukraine	100
4	TS/D Agency	90

5	spiilka design büro	56
6	iden.team	34
7	Havas Ukraine	32
8-10	Fedoriv	28
8-10	Madcats Agency	28
8-10	Tubik Studio	28
11	Bambuk Design Studio	24
12-13	BBDO Ukraine	20
12-13	Brandon Archibald	20
14	Doris Advertising	12
15-19	Digital Choo	6
15-19	Leo Burnett Ukraine	6
15-19	McCann Kyiv	6
15-19	ONCE agency	6
15-19	Postmen DA	6

Нагадуємо, ВРК перезапустила систему рейтингування і тепер публікуватиме два окремих рейтинги, які будуть розраховуватись за новою методологією – Національний рейтинг креативності та Міжнародний рейтинг креативності.

Починаючи з 2020 року, національний рейтинг, який розраховується за результатами виключно українських фестивалів, які об'єднані в Ukrainian Creative Awards: ADC*UA Awards, Ukrainian Design The Very Best Of, КМФР, Wow Done Awards, стає основним рейтингом (тільки його бали/ранки будуть враховуватись при обчисленні абсолютного рейтингу – Агентство року).

А всі перемоги українських агентств на міжнародних фестивалях будуть зараховуватись в міжнародний рейтинг сезону 2020/2021. Даний рейтинг буде обчислюватись за списком міжнародних фестивалів на базі рейтингу WARC Creative 100, в якому беруть участь такі глобальні фестивалі:

* The One Show

* D&AD

* Cannes Lions International Festival of Creativity

* Clio Awards

* London International Awards (LIA)

* ADC Europe

* Epica

Рейтинги ефективності комунікаційних агентств за підсумками Effie Awards Ukraine 2019

Всеукраїнська рекламна коаліція представляє Рейтинги ефективності комунікаційних, медіа агентств та рекламно-комунікаційних холдингів, а також імена найефективніших рекламодавців та брендів України за підсумками Effie Awards Ukraine 2019.

Цього року найбільш ефективними стали: комунікаційне агентство – banda, медіа агентство – Media First Ukraine, холдинг – Publicis Groupe, рекламодавець – Mastercard Ukraine, бренд – Mastercard.

Також в цьому році було відзначено найбільш ефективне комунікаційне агентство України за результатами участі в міжнародних програмах Effie Awards, ним стало агентство McCann Kyiv. Агентство отримало шорт-лист на Euro Effie 2019 та стало єдиним фігурантом даного рейтингу.

Система нарахування балів відповідає міжнародній шкалі Effie Index. Відповідно до нього, робота, що потрапила в short-list дає 2 бали, бронза – 4 бали, срібло – 6 балів, золото – 8 балів, а Гран Прі – 12 балів. Окрім того, учасники отримують додаткові бали, якщо вони вказані в заявці як «друге агентство».

Рейтинг ефективності комунікаційних агентств за підсумками Effie Awards Ukraine 2019

Rank	Entrant	Points/Primary agency	Points/Contributing agency	TOTAL
1	banda	172	-	172
2	McCANN Kyiv	36	-	36
3	Rockets. Growth R&D	28	3	31
4	Adsapience	30	-	30
5	Saatchi&Saatchi Ukraine	14	6	20
6-7	Be—it Agency	2	15	17
	WARTO	16	1	17
8	Hoshva PR&DGTL	12	3	15
9-10	TABASCO creative agency	12	-	12
	TWIGA Digital	-	12	12
11-13	Gres Todorchuk PR	10	-	10
	Havas Digital Kyiv	10	-	10
	TBWA Ukraine	10	-	10

14-16	NEOS	6	3	9
	ODDEE Agency	6	3	9
	Bambuk Design Studio	-	9	9
17-18	I am IDEA	8	-	8
	Postmen	8	-	8
19-21	TWIGA UKRAINE	2	5	7
	Grape: creative solutions agency	-	7	7
	TWIGA GO!	-	7	7
22-28	Havas Ukraine	6	-	6
	iplace	2	4	6
	UAMASTER digital agency	6	-	6
	ROIBOY agency	-	6	6
	SKB brothers	-	6	6
	Freebrand	-	6	6
	Lovivideo	-	6	6
29	MedInform Ukraine	4	1	5
30-34	Digital Choo	4	-	4
	TS/D Agency	4	-	4
	seek.studio	-	4	4
	Volta One	-	4	4
	WTF Consulting	-	4	4
35	BART&FINK	-	3	3
36-39	Doris Advertising	2	-	2
	Isobar Ukraine	2	-	2
	U.N.C.L.E.	2	-	2
	Vandog Agency	2	-	2
40-43	Heroes Group	-	1	1
	Legendary Hub	-	1	1
	Ogilvy&Mather	-	1	1
	Cheil Ukraine	-	1	1

Рейтинг ефективності медіа агентств за підсумками Effie Awards Ukraine 2019

Rank	Entrant	Points/Primary agency	Points/Contributing agency	TOTAL
1	Media First Ukraine	18	3	21
2	Starcom	14	6	20
3-4	Optimum Media OMD Ukraine	-	9	9
	Spark Foundry Ukraine	-	9	9
5-7	Carat Ukraine	2	6	8
	Performics Ukraine	-	8	8
	VIZEUM	-	8	8
8	Wavemaker	-	6	6
9	Zenith	4	1	5
10	Initiative Media	-	4	4
11-13	UM	2	-	2
	Dentsu Media	-	2	2
	Havas Media Ukraine	-	2	2
14	Posterscope Ukraine	-	1	1

Рейтинг ефективності українських рекламно-комунікаційних холдингів за підсумками Effie Awards Ukraine 2019

Rank	Holding	Points
1	Publicis Groupe	62
2	TWIGA Group Ukraine	58
3	Dentsu Aegis Network	21
4	One Philosophy Group of Companies	17
5	Havas Creative Group Ukraine	16
6	CMS GROUP	12
7	razom communications	8

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

Рейтинг ефективності рекламодавців за підсумками Effie Awards Ukraine 2019

Rank	Marketer	Points
1	Mastercard Ukraine	28
2-3	Люксоптика	24
	The Coca-Cola Ukraine	24
4-5	Національний художній музей України	20
	Vodafone	20
6	1+1 media	18
7-9	AB InBev Efes	16
	Медична мережа «Добробут»	16
	PepsiCo Ukraine	16
10-12	Дмитрук	14
	KAN Development	14
	UDP	14
13-17	Кабінет Міністрів України	12
	Closer	12
	Comfy	12
	Johnson & Johnson Ukraine	12
	Work.ua	12
18-20	Ічня	10
	Кураж Базар	10
	Група Компаній «Нові Продукти»	10
21-27	Carlsberg Ukraine	8
	goodwine	8
	KIVI	8
	Миронівський Хлібопродукт	8

	Roshen	8
	Roust Ukraine	8
	Rozetka	8
28-32	Bella Trade	6
	Change Communication	6
	McDonald`s Ukraine	6
	Moneyveo	6
	Philip Morris	6
33-36	Intertop Ukraine	4
	Nestle Ukraine	4
	Parimatch	4
	OKKO	4
37-54	Bacardi-Martini Ukraine	2
	Bayadera Group	2
	Bayer	2
	ПУМБ	2
	Hiitworks	2
	IDS BORJOMI INTERNATIONAL	2
	Lenovo	2
	Letyshops	2
	Kimberly-Clark Ukraine	2
	Loostdorf	2
	L'Oréal Ukraine	2
	Mareven Food Europe	2
	METRO CASH & CARRY UKRAINE	2
	Philips Ukraine	2
	Samsung Electronics	2
	Фонд ООН у галузі народонаселення в Україні	2
	Vitmark	2
YES	2	

Рейтинг ефективності брендів за підсумками Effie Awards Ukraine 2019

Rank	Brand	Points
1	Mastercard	28
2	Люксоптика	24
3-4	Національний художній музей України	20
	Vodafone	20
5-8	Coca-Cola	16
	Квас «Село і Люди»	16
	Lay's	16
	Медична мережа «Добробут»	16
9-10	Дмитрук	14
	UNIT.Home	14
11-14	Brave! Factory	12
	Comfy	12
	Ukraine NOW	12
	Work.ua	12
15-17	1+1 media	10
	ІЧНЯ	10
	Кураж Базар	10
18-26	goodwine	8
	KIVI	8
	Listerine®	8
	Львівське	8
	Телеканал ПЛЮСПЛЮС	8
	Roshen	8
	Rozetka	8
	Sprite	8
	Żubrówka	8
27-32	Change Communication	6

	IQOS	6
	McDonald's	6
	Moneyveo	6
	Pit Bull	6
	Бащинський	6
33-38	Non Stop	4
	o.b.	4
	Parimatch	4
	Seni CUP	4
	ОККО	4
	Intertop Ukraine	4
39-60	Апетитна	2
	Bella	2
	Верпанthen® Plus	2
	Borjomi	2
	ПУМБ	2
	hiitworks	2
	Ідеаль Немолоко	2
	Jaffa	2
	Kotex	2
	КОЗАЦЬКА ПАДА	2
	Lenovo	2
	Letyshops	2
	Lion	2
	L'Oreal Paris	2
	Martini	2
	METRO CASH & CARRY UKRAINE	2
	Nescafe 3in1	2
	Philips OneBlade	2
ROLLTON	2	

Samsung	2
Фонд ООН у галузі народонаселення в Україні	2
YES	2

Агентство року 2019

Всеукраїнська рекламна коаліція представила рейтинг «Агентство року 2019» (Agency of the Year 2019). Цього року лідером рейтингу стало агентство banda. Рейтинг був складений за підсумками одразу двох рейтингів – Рейтингу креативності та майстерності сезону 2018/2019 (Creativity & Craft Rating 2018/2019) та Рейтингу ефективності за підсумками Effie Awards Ukraine 2019.

Rank	Agency	Creativity (50%)	Effectiveness (50%)	Amount
1	banda	40	50	90
2	Saatchi & Saatchi Ukraine	50	30	80
3-4	TS/D Agency	45	2,5	47,5
	McCann Kyiv	2,5	45	47,5
5	Be—it Agency	2,5	25	27,5
6	Hoshva PR&DGTL	2,5	15	17,5
7	TABASCO creative agency	2,5	10	12,5
8-17	Bambuk Design Studio	2,5	2,5	5
	Cheil Ukraine	2,5	2,5	5
	Digital Choo	2,5	2,5	5
	Doris Advertising	2,5	2,5	5
	Havas Digital Kyiv	2,5	2,5	5
	Havas Ukraine	2,5	2,5	5
	Postmen	2,5	2,5	5
	TWIGA UKRAINE	2,5	2,5	5
	UAMASTER digital agency	2,5	2,5	5
Vandog Agency	2,5	2,5	5	

РЕЙТИНГИ МЕДІА АГЕНТСТВ УКРАЇНИ

Рейтинг медіа агентств України по бюджетах за 2018 рік від Всеукраїнської Рекламної Коаліції

Даний рейтинг відображає розстановку сил full service media агентств, членів ВРК.

Під бюджетом (billing) розуміється сума рекламних бюджетів клієнтів, що знаходяться у розпорядженні агентства. У це поняття входить як безпосередньо грошовий оборот агентства, так і бюджети, які агентство тільки планує, а покупку медіа клієнт здійснює самостійно або через інше агентство. При цьому, в разі якщо планування клієнтських бюджетів здійснюється одним медіа агентством, а грошовий оборот проходить через інше агентство, то такий бюджет зараховується обом агентствам, але з різними коефіцієнтами.

Бюджети носять виключно індикативний характер для визначення позицій агентств і є оціночними.

Методика дослідження бюджетів ґрунтується на даних моніторингу незалежних галузевих дослідників за такими медіа, як: ТВ, Зовнішня Реклама, Радіо, Преса. Для приведення до ринкових реалій отримані gross бюджети коригуються на основі коефіцієнтів / знижок, що залежать не тільки від медіа каналу, а й величини бюджету.

Бюджети по розміщенню в транспорті, кіно, indoor та інших медіа носіях, за якими немає підтвердження незалежного моніторингу, в рейтинг 2018 не включалися.

На відміну від білінгового рейтингу-2017, був знайдений тимчасовий компроміс по оцінці інтернет бюджетів-2018. Адже, сьогодні складно уявити повноцінну оцінку розстановки сил full media агентств без цього медіа. Зважаючи на відсутність єдиного, визнаного всіма гравцями, моніторингу інтернету, оцінка інтернету залишається далеко не досконалою. ВРК щиро сподівається, що методологія оцінки інтернету буде вдосконалюватися з подальшим розвитком ринку.

Також в представленню, "офіційну", версію таблиці з рейтингом не включені дані про приналежність агентств до міжнародних і локальних медіа холдингів і груп. Існуючі різночитання у визначеннях, якими критеріями слід керуватися, щоб об'єднати агентства в групу або в холдинг, не дозволили ВРК знайти компроміс між усіма гравцями ринку. Тому надамо самим агентствам презентувати свої версії рейтингу груп самостійно – хто як їх розуміє. У свою чергу, директор ВРК опублікує власну, "неофіційну", версію рейтингу медіа груп в якості експертного судження.

Rank 2018	Agency	Indicative Media Billing, mio, UAH	Main Clients
1-2	Carat	1190+	Київстар, Danone, Philips, Фокстрот, Mastercard, Маревен Фуд Україна, МХП, STADA, Оболонь, Pernod Ricard Ukraine, Золотий Вік, JYSK, Mattel, Сільпо
1-2	OMD Optimum Media	1190+	Emarket/OLX, Епіцентр, Google, H&M, Henkel Group, McDonald's, Mars, Нова Пошта, PepsiCo, Sony Pictures/B&H, Vodafone, Uber та інші
3	Starcom	785	Alcon, B&H, Chumak, Coca-Cola, Eurocar, Kyivstar, P&G, Samsung, Sandoz, Tiffany, VISA
4	Initiative	750	Unilever, Carlsberg, Metro, ОККО, Lantmannen Axa, Turkish Airlines, BAT, Lego, Комфорт-Таун, Adama, Whirpool, др.
5	Vizeum	673	AB InBev, Pro-Pharma, Lifecell, Toyota, IDS, Hexagone, Dr. Reddy's
6	Mindshare	652	Vodafone, Sanofi, Kimberly Clark, Watsons, SEB Groupe, Orimi Trade, корпорація АТБ, Миропласт и другие
7	SIGMA	626	Молочный Альянс, Альфа Банк, Strauss, Snack Production, Аквафрост, Родной Продукт, ВІС, Prostor, Karcher, Inkerman, Lesaffre, Kernel, Материя Медика, Grindex, Amic Energy, Орисил Фарм, Укргазвидобування, Міністерство інформаційної політики України, Vodafone (Digital), Ferrero (Digital)
8	Zenith	610	Acer, Essity, Idemitsu, Kredobank, Lactalis, L'Oreal, Nestle, New Products Group, Pampik.com, PROM, Tesy

9	Media Systems	473	Віннер Автомотів, Фармак, Berlin Chemie, Bosch-Siemens Hausgerate, Global Spirits, Ipsen Pharma, UPG та інші
10	Dentsu Media	417	KFC, Porsche Ukraine, New Products Group, ППБ, Leroy Merlin, Millennium, BNP Paribas, Pegasus Airlines, Lezard, Три Медведя, Unipharm, Letyshops, Work.ua
11	OMD Media Direction	403	ПУМБ, Фуршет, Ferrero, Chipita, EU pasta, Воля, Rehau, Kiddisvit, Bon Prix, Warsaw Home Expo, Metro cash&carry Ukraine, Brown-Forman, Петровская слобода, Bayer, Hasbro, BMW, Bacardi-Martini, ROBERT BOSCH, Terra Food, Argo, Alpari, Pravex-bank, Carlsberg Ukraine, Французський інститут, Pfizer, Натурпродукт-Вега, Посольство Канади в Україні, EBRR, Danone+Nutricia, Білла-Україна, Robota.ua, Jadran, Oriflame, Toyota Ukraine
12	MediaCom	397	Delonghi-Kenwood, GlaxoSmithKline, Mars, P&G, Shell, Sony, Cartier, Ryanair, Лектравы, Hilton, BAT, Adidas/Reebok, ЧП СПС, PSA
13	Spark Foundry	343	Avon, BelGroup, Bosch, Duracell, Electrolux, Ficosota, GAP, IDS, Kabanosy / Dmytruk, Lantmannen, Lenovo, LG, Loostdorf, Mango, МНР, Mondelez Ukraine, Ocean Plaza, Omega Pharma, Portmone, Puma, Ravak, RBA, Winner
14	Wavemaker	333	Beiersdorf AG, Chanel, Colgate-Palmolive, Fozzy Group, Huawei Technologies, Johnson&Johnson, Pfizer, Husgvarna
15	UM	301	Teva, АВК, Vitmark, YvesRocher, Tous, Водный Мир, Credit Agricole, Vivat, Takeda, Лимо, Jagermeister, Кредитмаркет, Intertop
16	Arena Havas Media	194	Reckitt Benckiser, Jacobs Douwe Egberts Ukraine, ATB market, lifecell, MD Fashion, Chambre de Commerce et d'Industrie Franco- Ukrainienne, Alvogen

17	Nostra Media	158	KB3, Уресо, Злагода, Европейский Союз, Kaserei, lifecell, Kimberly-Clark, Lenovo Company, Karcher, Новая Почта, Авто Интернешнл, МТІ, Танцы со звездами, Roust Ukraine, ИКТ, Баядера группа компаний, Gulliver, Roshen, Herbalife Украина, Panasonic, Green Power Euroelectric, Иммошан
18	IQ MEDIAPLUS	152	ASUS ,Благо, Атлант, Porsche Finance Group, Кипрская организация туризма, Эльдорадо, Universal Bank, Таскомбанк, магазин часов Секунда, Queisser Pharma, Сеть супермаркетов Лоток, ЖК Smart House, Institute Hyalual
19	Forward Media (ex. Media Scope)	145	Rozetka.ua, Фаворит Спорт, Омнифарма, Фитофарм (Седафитон), VIVO (Вивокапс), ТК Позитив (1 Вересня, YES), Hell Energy, HeadHunter, Hexagone (Artdeco), МАУ, Total, ЖК Аркада, Экомаркет, Amigo Toys, Страна игрушек, Tsarsky City Resort, Дарынок ТЦ, Biscotti, Пузата хата, Бондюэль, Franttini, Климат Лэнд, Prestigio, ICU, Buromax, Лига Закон, Roust UA / Polmos, Trident Energy, Polpharma, Petrus, MegaGen, Jarovska, iON.ua, Heel, Glosarry, ClubMed Ukraine, Bionorica, Витмарк, Lirene
20	Havas Media Ukraine	116	LVMH, Hyundai/Kia, LG, LAPAM, Bayadera, Emirates, Hankook, Opet, Philips Lighting, Кредит Маркет& others
21	Digital Choo (DC)	97	Pari Match, Poker Match, Binomo, Pokerdом, Eldorado, Yourbet, Esbet, PartyPoker
22	Media First Ukraine	87	Bella Trade, Dileo Фарма, Kormotech, Synevo, Daikin, Креома-Фарм, Paritet Toys, Арсеньевский, Укртелеком, Universal fish company (Norven), Фуршет, МАУ, Meest Exspress, This is Пивбар, Amica International (Hansa), Саммит Моторз Украина, ProCredit Bank, Baltika Group
23	Brand Media	62	ТОВ «НАТУР+», ПАТ «Науково-виробничий центр «Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод», ДПФ «Екотехніка-М», ТОВ «ВОРВАРТС ФАРМА», ПРАТ «Дніпропетровський комбінат харчових концентратів», ТОВ «ТОРГОВІЙ ДІМ «ЛІДЕР СМАКУ»

24	ORT Media	60	Фокстрот, F5, Jysk, Varus, Ева линия магазинів, Шахтер, Секретариат Кабинета Министров, Мьянка, КМДА, Marks&Spencer, MD-Fashion, Секунда, Campus ЖК, Ощадбанк, Приватбанк, Helen Marlen, Vici, Автокапитал, ТМ МАКО
25	B4B Media	44	Lenovo, Nike, MacCoffee, Ятрань, Krewel, XADO, Банк Кредит Днепр, Посольство Венгрии, Novus, Motorola, Converse
26	MADMEDIA	33	Arterium
27	AMS	24	Ukrlandfarming/Avangard, Jung, Centre UA, Polpharma, Моя кухня-ресторан, Місто Банк, Alutech, Клиника Заблоцкого, Інтерньюз, Reynaers Aluminium, ИД "Картель", Svitozar, Soda Bar, Nike/Дельтаспорт, Mr.Cat, Cryptics, Egis, Хомка, Signature ЖК, Dankofarm, Billerbeck, AFA

РЕЙТИНГ VIDEO PRODUCTION СТУДІЙ

Всеукраїнська рекламна коаліція назвала найбільш успішних продакшн-студій за підсумками КМФР. В 219 році лідером стала команда ESSE Production House.

Топ-9 продакшн-студій за підсумками 20-го КМФР

rank	Agency	KIAF primary points	Add points: FILM CRAFT points	Add points: FILM points	Amount
1	ESSE Production House	104	4	44	152
2	FAMILY PRODUCTION	84			84
3	NO STARS	56	4	4	64
4	MAGAI PRODUCTION	32			32
5	UTC film production	28			28
6-7	MOON studio	8			8
6-7	SHOOTGROUP Production			8	8
8	Gvardiya Production House	4			4
9	16on9 Branded Content Production	2			2

РЕЙТИНГИ РЕКЛАМОДАВЦІВ BEST MARKETING TEAMS

Всеукраїнська рекламна коаліція разом із дослідницькою компанією Factum Group назвала імена кращих маркетинг-команд України 2019 року.

Вже сьомий раз, починаючи з 2013 року, рейтинги маркетингових команд Best Marketing Teams проводяться за загальними правилами, але роздільно в різних номінаціях, 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 2019.

Із результатами Best Marketing Teams 2019, а також із методикою розрахунку ви можете ознайомитись [за посиланням](#).

АЛКОГОЛЬНІ НАПОЇ

	Advertiser	Total
1	Bayadera Group	66,8
2	Roust Ukraine	63,2
3	Nemiroff	55,6
4	Дім марочних коньяків «Таврія»	47,3
5	Bacardi-Martini Ukraine	45,4
6	BOLGRAD	43,7

БАНКІВСЬКІ, ФІНАНСОВІ, СТРАХОВІ ТА ІНШІ ПОСЛУГИ

	Advertiser	Total
1	Moneyveo	73,0
2	ПУМБ	65,9
3	Mastercard Ukraine	64,0
4	Letyshops	56,6
5	UKRSIBBANK	46,5

БЕЗАЛКОГОЛЬНІ, СЛАБОАЛКОГОЛЬНІ НАПОЇ ТА ПИВО

	Advertiser	Total
1	The Coca-Cola Ukraine	90,1
2	Carlsberg Ukraine	81,0
3	IDS BORJOMI INTERNATIONAL	65,7
4	ГРУПА КОМПАНІЙ «НОВІ ПРОДУКТИ»	64,6
5	Оболонь	47,7
6	AB InBev Efes	44,2

ЗДОРОВ'Я ТА КРАСА, ПОБУТОВІ ТОВАРИ

	Advertiser	Total
1	L'Oréal Ukraine	77,0
2	Johnson & Johnson Ukraine	61,6
3	Bella Trade	54,2
4	Kimberly-Clark Ukraine	49,8
5	Henkel	44,4
6	КОРПОРАЦІЯ «БІОСФЕРА»	43,5
7	Avon	41,0

ЛІКАРСЬКІ ЗАСОБИ ТА МЕДИЧНІ ПОСЛУГИ

	Advertiser	Total
1	ЛЮКСОПТИКА	71,0
2	МЕДИЧНА МЕРЕЖА «ДОБРОБУТ»	69,4
3	Bayer	65,0
4	Liki24.com	46,3

МЕДІА КОМПАНІЇ

	Advertiser	Total
1	1+1 media	74,0
2	Starlight Media	61,8
3	Медіа-холдинг «Медіа Група Україна»	53,3
4	Інтер	48,4

МУЛЬТИБРЕНДОВІ ТА МУЛЬТИКАТЕГОРІЙНІ КОМПАНІЇ

	Advertiser	Total
1	Nestle Ukraine	80,0
2	PepsiCo Ukraine	68,0

ПРОДУКТИ ХАРЧУВАННЯ

	Advertiser	Total
1	ЛЮСТДОРФ	56,8
2	МИРОНІВСЬКИЙ ХЛІБОПРОДУКТ (МХП)	55,8
3	Mareven Food Europe	53,8
4	ІЧНЯ	53,0
5	МОЛОЧНИЙ АЛЬЯНС	46,5
6	Roshen	43,6
7	ДМИТРУК	42,0

РОЗДРІБНА ТОРГІВЛЯ, СУПЕРМАРКЕТИ, СПОЖИВЧІ СЕРВІСИ

	Advertiser	Total
1	Comfy	59,3
2	Rozetka	54,8
3	OLX	47,7
4	Алло	45,2
5	Work.ua	44,6

6	METRO C&C Ukraine	42,8
---	-------------------	------

СОЦІАЛЬНІ ФОНДИ, БЛАГОДІЙНІ ОРГАНІЗАЦІЇ

	Advertiser	Total
1	Tabletocki	69,6
2	UNICEF Ukraine	59,0
3	КУРАЖ БАЗАР	41,0
4	Фонд «Повернись живим»	39,9

БУДІВНИЦТВО, НЕРУХОМІСТЬ, ПРОМИСЛОВІСТЬ ТА B2B

	Advertiser	Total
1	KAN Development	68,0
2	UDP	58,6
3	Група «Ковальська»	51,5
4	DIM Group	46,9
5	RIVER MALL	42,0

ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНІ ПОСЛУГИ, ІНТЕРНЕТ ТА ІНШІ ПОСЛУГИ ЗВ'ЯЗКУ

	Advertiser	Total
1	Vodafone	69,4
2	Kyivstar	45,6

ТРАНСПОРТНІ ЗАСОБИ, АЗС, АВТОСЕРВІС

	Advertiser	Total
1	ОККО	71,0
2	Renault	57,4
3	Hyundai Ukraine	50,6
4	Toyota	47,6

5	KLO	47,3
6	Subaru Ukraine	44,4
7	Autofinance.ua	40,5

**ТУРИЗМ ТА ПОДОРОЖІ, ГОТЕЛІ, РЕСТОРАНИ, РАЗВАГИ, КУЛЬТУРА, СПОРТ,
ОСВІТА**

	Advertiser	Total
1	Parimatch	71,6
2	McDonald`s Ukraine	67,4
3	hiitworks	42,0
4	НАЦІОНАЛЬНИЙ ХУДОЖНІЙ МУЗЕЙ УКРАЇНИ	41,0

ТЮТЮНОВІ ВИРОБИ

	Advertiser	Total
1	Philip Morris Ukraine	50,0

ЕКСПЕРТИЗИ ВРК

Всеукраїнська рекламна коаліція більше двадцяти років проводить юридичний аналіз рекламних повідомлень відповідно до чинного законодавства України. У 2019 році було розглянуто понад 40 запитів щодо відповідності реклами чинному законодавству України як від комерційних структур, так й від Держпродспоживслужб різних областей України.

Згідно зі ст. 29 Закону України «Про рекламу» ВГО «Всеукраїнська рекламна коаліція» як об'єднання підприємств у галузі реклами має право, зокрема, здійснювати незалежну експертизу реклами та нормативно-правових актів з питань реклами щодо відповідності вимогам законодавства України та давати відповідні рекомендації рекламодавцям, виробникам і розповсюджувачам реклами.

В 2019 році більше всього запитів надійшло з Києва (17%), Запоріжжя (12%), Івано-Франківська (12%), Сум (12%), Рівного (10%) та Чернігова (10%). Найбільше запитів (45%) стосувались окремих видів товарів з особливостями рекламування, таких як алкогольні напої (17%), тютюнові вироби (17%), лікарські засоби, медичні вироби, методи діагностики та лікування (14%).

У 2019 році почастишали випадки зловживання методами епатажної реклами з двояким тлумаченням слів та зображень. Тож фахівці ВРК наголошують, що такі реклами мають бути виконані на високому професійному рівні та з гарним смаком. В іншому випадку така реклама викликає навіть у соціально здорової людини огиду, сором чи інші негативні емоції, чим порушує моральні, етичні норми та законодавство України. На жаль, професійності та естетичності не вистачало більшості рекламних матеріалів, що були розглянуті експертами. Навіть якщо формально порушення Закону у рекламі не було виявлено, низький рівень креативності та професіоналізму засмутив. Загалом 17% запитів стосувались дискримінації у рекламі за статевими, майновими та навіть релігійними ознаками.

Досить багато запитів традиційно були про визначення об'єктів вивісками або зовнішньою рекламою. Серед інших популярних питань були недобросовісна чи порівняльна реклама, реклама знижок та соціальна реклама. Фахівці ВРК проводять незалежну експертизу, аналізуючи положення чинного законодавства, але іноді стикаються з тим, що в Україні немає чітко визначених стандартів та норм. Наприклад, цього року експерти розглядали питання щодо використання культурної спадщини (зображень «публічних» людей, що померли) з комерційною метою. Адже в наслідок такого використання може бути зіпсована добра пам'ять про померлу особу чи завдана шкода культурній спадщині. Тож крім законодавства експерти також спираються на загальну практику рекламної діяльності як в Україні, так і в світі, та враховують суспільно прийняті гуманістичні та етичні норми.

Експертизи для членів ВРК та державних органів проводяться на безкоштовній основі, а для інших гравців рекламного ринку данна послуга – платна. Всі запити про експертизу надсилайте до дирекції ВРК за електронною адресою res@vrk.org.ua, та відправляти оригінали матеріалів на адресу: Київ, 04053, Бехтеревський провулок, 14.

СЛІД В РЕКЛАМІ 2019

Премія «Слід у рекламі» була заснована в 2004 році Всеукраїнською рекламною коаліцією та щорічно нагороджує тих, хто створював і створює рекламну індустрію України. Цього року нагороду отримав Павло Вржеш.

[Павло Вржеш](#) є співвласником та креативним директором агентства Banda, яке в 2018-му році виграло Каннського лева. Так само, Banda отримала гран-прі Red Dot – найпочеснішу нагороду в світі дизайну. У 2015 Banda стало найефективнішим незалежним агентством в світі, за версією Effie.

Клієнти: Prom.ua, Work.ua, OLX, ЛУН, MacPaw, Shafa.ua, Comfy, KAN, GoodWine, ОККО, Uber, Моршинська, МХП, Vorjomi. Клієнти: Comfy, KAN, GoodWine, ОККО, Uber, Моршинська, OLX, МХП, MacPaw, ЛУН, Vorjomi, Work.ua, Helen Marlen.

Так само Павло співзасновник Kyiv academy of media arts, навчання в якій пройшло більше 5000 чоловік на курсах Art direction, Copywriting, Contemporary Art, Design, Strategy. В активі Павла понад 200 нагород за видатні рекламні кампанії, включаючи New York festival та Cannes Lions.

Роботи Павла як фотографа були включені в каталог Luerzer's Archive – 200 Best AD Photographers Worldwide. Павло був Президентом Клубу Арт-Директорів України та був в журі конкурсів New York Festivals, Ad Stars South Korea, Golden Drum та інших.

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.

Президент клубу ADC*UA в 2019 році – Олександр Смірнов, TABASCO.

Склад ради клубу в 2019 році:

- Слава Денис, Cheil Ukraine
- Денис Келеберденко, BBDO Ukraine
- Ірина Метнева, Vandog
- Ольга Шевченко, Vintage
- Костянтин Шнайдер, Saatchi&Saatchi Ukraine
- Максим Борітко, Banda agency
- Володимир Кобець, Digital Choo

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

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 \(MAMI\)](#)

[Українська Асоціація Директ Маркетингу](#)

[Бюро Інтерактивної Реклами Україна \(IAB Ukraine\)](#)

[Альянс цифрової реклами України \(Digital OOH\)](#)

ДАТИ ПОДІЙ ВРК НА 2020

UKRAINIAN CREATIVE STORIES – 28-30 ТРАВНЯ

- КИЇВСЬКИЙ МІЖНАРОДНИЙ ФЕСТИВАЛЬ РЕКЛАМИ
- WOW DONE AWARDS
- UKRAINIAN DESIGN AWARDS
- ADC*UA AWARDS

НІЧ РЕКЛАМОЖЕРІВ В КИЄВІ – 23 ЖОВТНЯ

ЦЕРЕМОНІЯ EFFIE AWARDS UKRAINE

ТА КОНФЕРЕНЦІЯ **BEST MARKETING PRACTICES** – 18 ГРУДНЯ



КОНТАКТИ ДИРЕКЦІЇ ВРК

04053, Київ, Україна
Бехтеревський провулок, 14
+38 044 4909030
project@vrk.org.ua
vrk.org.ua