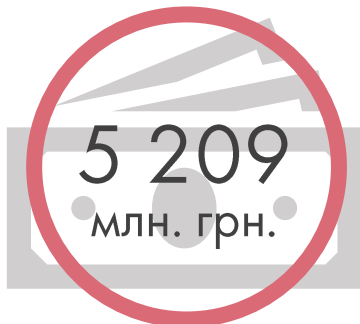


РОЗМІР МЕДІЙНОГО РИНКУ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ



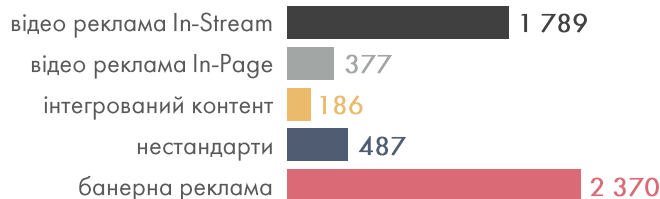
РІВЕНЬ ВИТРАТ PER CAPITA (НА МЕДІЙНУ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМУ), В ДОЛ. США¹



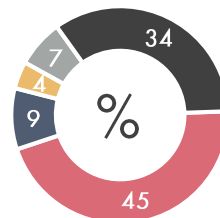
¹ Дані по медійним інтернет витратам зі звіту IAB Europe ADEX benchmark 2017 report. Населення країн для розрахунку показника per capita з відкритих офіційних джерел

Незважаючи на істотне зростання витрат на медійну інтернет-рекламу, Україна займає 6-е місце з кінця у витратах на душу населення серед європейських країн. Середні європейські витрати на душу населення у 12 разів вищі, тому більш високий темп зростання витрат на інтернет-рекламу в нашій країні цілком зрозумілий

СТРУКТУРА МЕДІЙНИХ ВИТРАТ НА ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМУ, МЛН. ГРН.

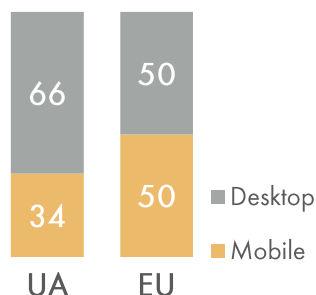


ЧАСТКА ВИТРАТ ЗА ТИПАМИ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ

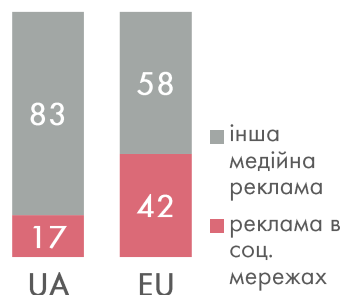


Серед типів медійних форматів по бюджету лідирує банерна реклама, на яку рекламодавці витратили 2,4 млрд. грн. у 2018 році (з часткою 45%). Відео In-Stream (багато в чому завдяки YouTube) займає друге місце з бюджетом в 1,8 млрд. грн. і часткою 34%. Відео In-Page реклама становить лише 7% від загальних витрат на відео

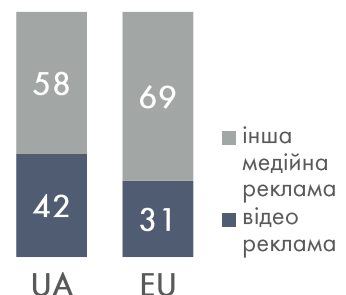
ЧАСТКА МЕДІА-ВИТРАТ ПО ПЛАТФОРМАМ²



ЧАСТКА МЕДІА-ВИТРАТ НА СОЦІАЛЬНІ МЕДІА²



ЧАСТКА МЕДІА-ВИТРАТ НА ВІДЕО РЕКЛАМУ²



² Дані за часткою витрат на мобільну рекламу, рекламу у соціальних мережах та відео-рекламу зі звіту IAB Europe ADEX benchmark 2018 HY1 report

Частка мобільної реклами серед медійних форматів склала 34% (на 32% менше, ніж у середньому в Європейських країнах). Частка реклами в соціальних мережах (за винятком YouTube) склала 17% з істотним відставанням від середніх європейських показників. Частка відео реклами в Україні вище, ніж у середньому в європейських країнах, і склала 42%.