



# Оцінка ринку ІМ України за 2021

© ГС «БЮРО ІНТЕРАКТИВНОЇ РЕКЛАМИ УКРАЇНА», 2022  
У випадку використання тексту або будь-якої його частини обов'язкове  
посилання на джерело та правласника

## ● Зміст

03 Вступ

05 Методологія

07 Пул учасників

08 Розподіл форм  
співробітництва

09 Долі категорій послуг



## Віра Сливінська

Керівниця Комітету Influencer Marketing,  
директорка з міжнародного розвитку в AIR Media-Tech

Здається, зараз все, що не про війну, - "не на часі". З іншого боку, економіка країни має працювати, а інфлюенсер-маркетинг це часточка економіки країни і, до речі, він зараз, по суті, значною мірою теж про війну. Тож, до вашої уваги друга щорічна оцінку ринку інфлюенсер маркетингу в Україні. 2021 рік показав зростання даного сегменту комунікаційного ринку на 47%, що дуже близько до минулорічного прогнозу. Отже це порівняно невелика, але індустрія, яка дає робочі місця, живить контент-мейкерів, допомагає брендам спілкуватися з цільовими аудиторіями. Навіть у такий турбулентний час як зараз, ринок інфлюенсер-маркетингу в Україні не завмер повністю. За результатами бліц-опитування учасників нашого комітету IAB, проєкти з блогерами тривають у значній кількості агенцій. У порівнянні з відповідним періодом минулого року обсяг таких проєктів складає приблизно 10-30% за кількістю та бюджетами. Основний фокус - підтримка благодійних проєктів та ініціатив, які відповідають воєнному часу. Складати прогнози на наступний рік у поточних умовах вкрай важко. Вірю у ЗСУ та перемогу України, у відновлення країни і також поступове відновлення ринку інфлюенсер-маркетингу у перспективі кількох найближчих років.



## Наталя Бороніна

Заступник голови Комітету Influencer Marketing,  
Managing Director в VIVID

Два роки тому ми створили комітет ІМ, оскільки всі розуміли, що цей напрям буде зростати дуже швидко. Але мало хто очікував росту ринку ІМ майже на 50%. Це свідчить, що ІМ - це важливий канал комунікації для багатьох брендів. Вони не просто точково почали працювати з блогерами, а й мають власну стратегію ІМ і налаштовують довгострокову співпрацю, намагаються створювати коло амбасадорів і "фанатів" своїх брендів серед блогерів. За 2021 рік зросла кількість локальних агентств, які надають послуги ІМ. Є окремі гравці, які спеціалізуються виключно на веденні каналів брендів у ТікТок. Саме ця платформа показала найбільше зростання в Україні.

У 2022 ми очікували значне зростання ринку ІМ, але війна все змінила, і тепер ринок змінить свої правила та підходи. Я вірю, що ІМ в Україні вистоїть і вже в 2023 році повернеться на довоєнні об'єми.

## ● Методологія

- Анкета заповнюється із анонімного імейла.
  
- Оцінка ринку відбувається за наступними категоріями, що відповідають категоріям із визначення ринку інфлюенсер маркетингу\* у 2020 році
  - Інтеграція бренду на платформі інфлюенсера - Instagram, YouTube, TikTok, Facebook, Twitch тощо
  - Бюджет на промо контенту інфлюенсерів із повідомленнями бренду, розміщеного на ресурсах
  - інфлюенсера
  - Бюджет на розробку креативних ідей, стратегій для ІМ кампаній
  - Бюджет на продакшн креативу для ІМ кампаній
  - Оплата комісії агенції
  - Оплата пов'язаних сервісів і платформ

## ● Методологія

- Оцінка проходить у 3 етапи:
  1. Анонімне заповнення Анкети №1, після чого респондент отримує код, який потрібно надіслати організаторам (IAB Україна)
  2. На другому етапі тим учасникам, які отримали код, надсилається Анкета №2, в якій просимо оцінити долю пула учасників на ринку ІМ, склад якого буде повідомлено
  3. Після чого отримані дані опрацьовує команда IAB
  
- Конфіденційність опитування забезпечується на першому етапі поданням даних з анонімного імейла та відсутністю маркувань, які б дозволяли визначити відправника, в самій анкеті. Другий етап - це експертне опитування за полями, які не містять конфіденційних даних. Опрацювання забезпечить команда IAB. Діє політика конфіденційності IAB.

- Пул учасників оцінки ринку ІМ



**MEDIAHEAD**



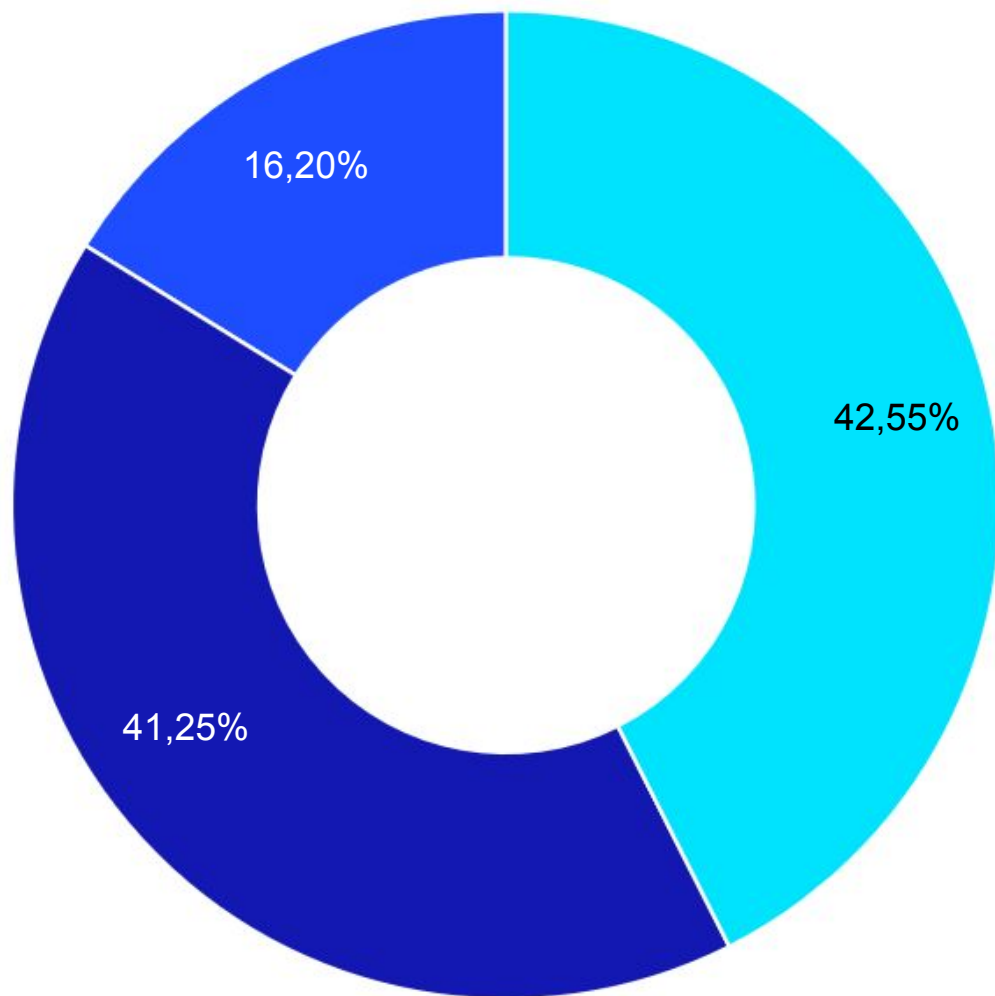
**moko**

- Обсяг ринку ІМ за 2021 рік склав

**496 млн грн (зростання 47%)**

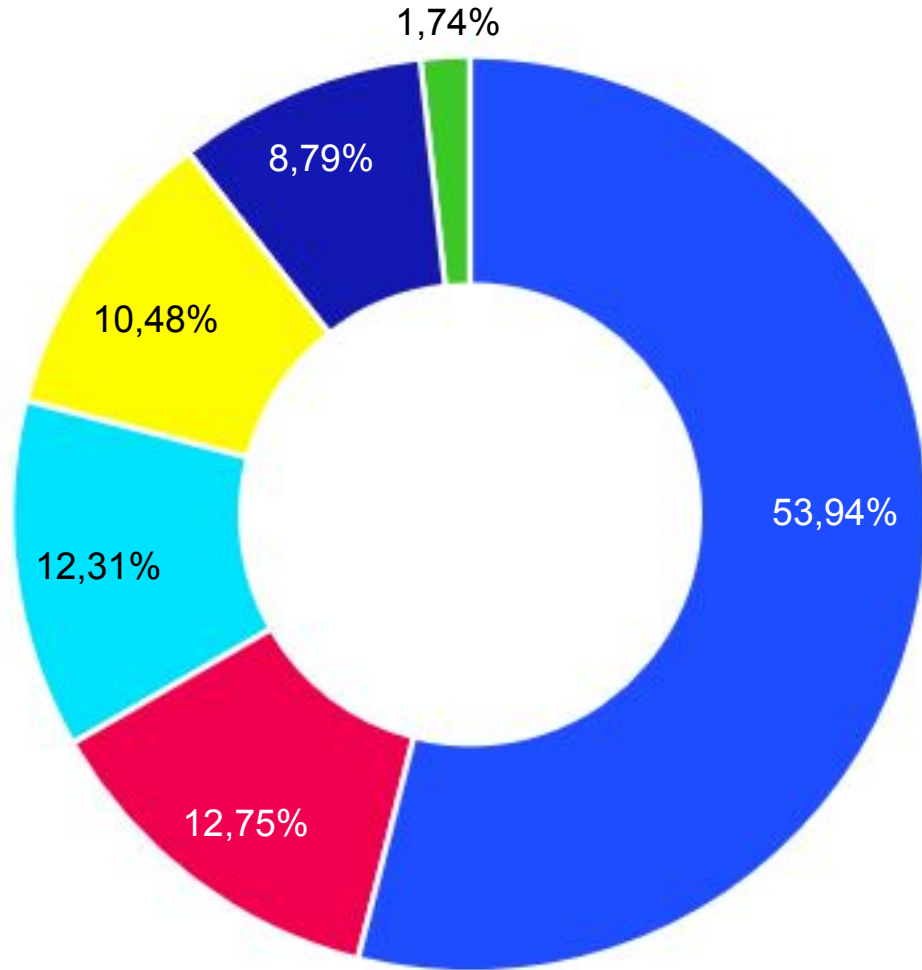
для порівняння обсяг за 2020 рік складав 337 млн грн

## ● Розподіл форм співробітництва



- Клієнт - агенція - інфлюенсер
- Клієнт – інфлюенсер
- Клієнт - агенція - посередник-інфлюенсер

## ● Долі категорій послуг



- Інтеграція бренду на платформі інфлюенсера - Instagram, Youtube, TikTok, Facebook, Twitch тощо
- Комісія агенцій
- Розробка креативних ідей, стратегії для ІМ кампаній
- Продакшн креативу для ІМ кампаній
- Промо контенту інфлюенсерів із повідомленнями бренду, розміщеного на ресурсах інфлюенсера
- Оплата пов'язаних сервісів і платформ



Дякуємо за співпрацю!



Якщо у вас є зауваження, пропозиції та доповнення, будь ласка  
повідомте нас електронною поштою

[anastasiya.baydachenko@iab.com.ua](mailto:anastasiya.baydachenko@iab.com.ua)

Ми врахуємо усі конструктивні доповнення у наступній редакції