

Состояние рынка промоиндустрии

Исследование ИЦ АКАР/IAV
RUSSIA/PAMU 2021

Июнь 2021 Москва

АКАР

АССОЦИАЦИЯ
КОММУНИКАЦИОННЫХ
АГЕНТСТВ РОССИИ

Основные выводы

Большинство респондентов оценивает 2020 год негативно и отмечает спад оборота. При этом в 2021 году опрошенные ожидают улучшение рыночной ситуации на фоне экономического подъема в конце 2020 года.

- Респондентами отмечается падение оборота в 2020 году от 5% до 75% по сравнению с 2019 годом;
- Большинство респондентов оценивают падение оборота на 30-50%;
- Большинство респондентов оптимистично оценивают перспективы роста рынка и бизнес-показателей в 2021 году.

Основные выводы

Респонденты оценили первую половину 2020 года как период спада, а конец 2020 года для большинства опрошенных стал периодом подъема

- Более 80% респондентов охарактеризовали период с апреля по июнь 2020 года как период спада;
- По мнению 72% респондентов, сегмент промоодежды подвергся наибольшему спаду среди всех направлений промоиндустрии;
- Около 70% компаний отметили спад всех направлений промоиндустрии
- Более половины респондентов назвали период с октября по декабрь 2020 года периодом подъема для своего бизнеса;

Основные выводы

В 2020 году зафиксировано значительное падение доходов среди организаций промоиндустрии

- Четверть компаний сообщила о сокращении бизнеса более чем на 50%;
- 26,3% компаний отметили, что объем их бизнеса сократился от 0-15%;
- Треть компаний заявила о снижении доходов менее чем на 50%;
- Менее 15% компаний ответили, что их оборот не изменился

Основные выводы

Государство не включило рекламную отрасль в число пострадавших от пандемии, поэтому большинство рекламных организаций (за исключением компаний из нескольких сегментов), не получило государственной поддержки.

- Около трети опрошенных организаций (32,8%) воспользовались программами государственной поддержки;
- Часть респондентов хотели бы, чтобы государство предоставляло помощь в виде прямых денежных выплат. Однако этого не произошло;
- Снижение налоговой нагрузки - самая популярная мера государственной поддержки среди работодателей.

Основные выводы

Большинство промокомпаний перешли на удаленную форму работы. Не все работодатели использовали сокращение штата в качестве инструмента для «выживания» во время эпидемии

- Более 60% компаний перевели своих сотрудников на удалённую форму работы;
- 90% компаний перевели как минимум половину своего штата на удалённую форму работы;
- 41% респондентов отметили, что сократили часть сотрудников;
- 92% компаний не увеличивали штат сотрудников.

Основные выводы

После приобретенного опыта в период пандемии работодатели планируют полностью перевести часть своих бизнес-процессов в дистанционный формат

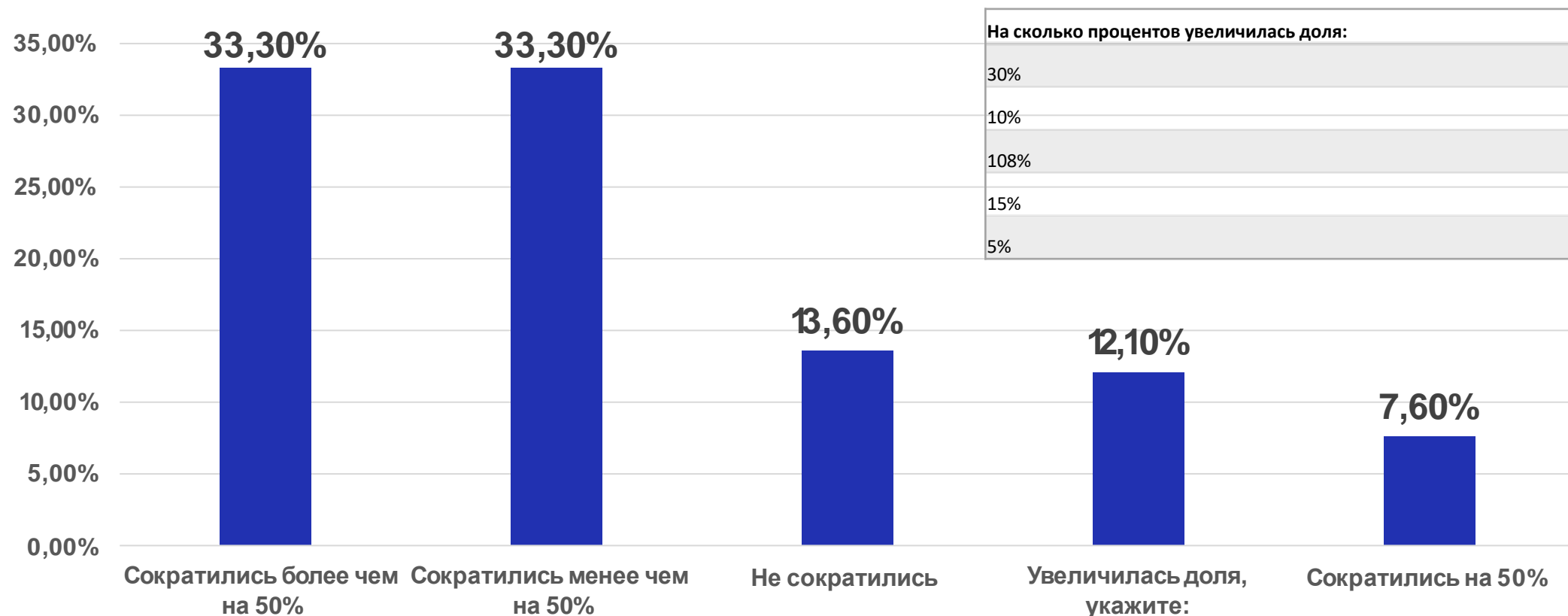
- Доставка как самостоятельный сервис - самый упоминаемый среди респондентов тренд 2020 года;
- Часть респондентов планирует сохранить удалённый (или гибридный) формат работы;
- Также участники исследования планируют продолжить использование онлайн-технологий и Zoom

Основные выводы

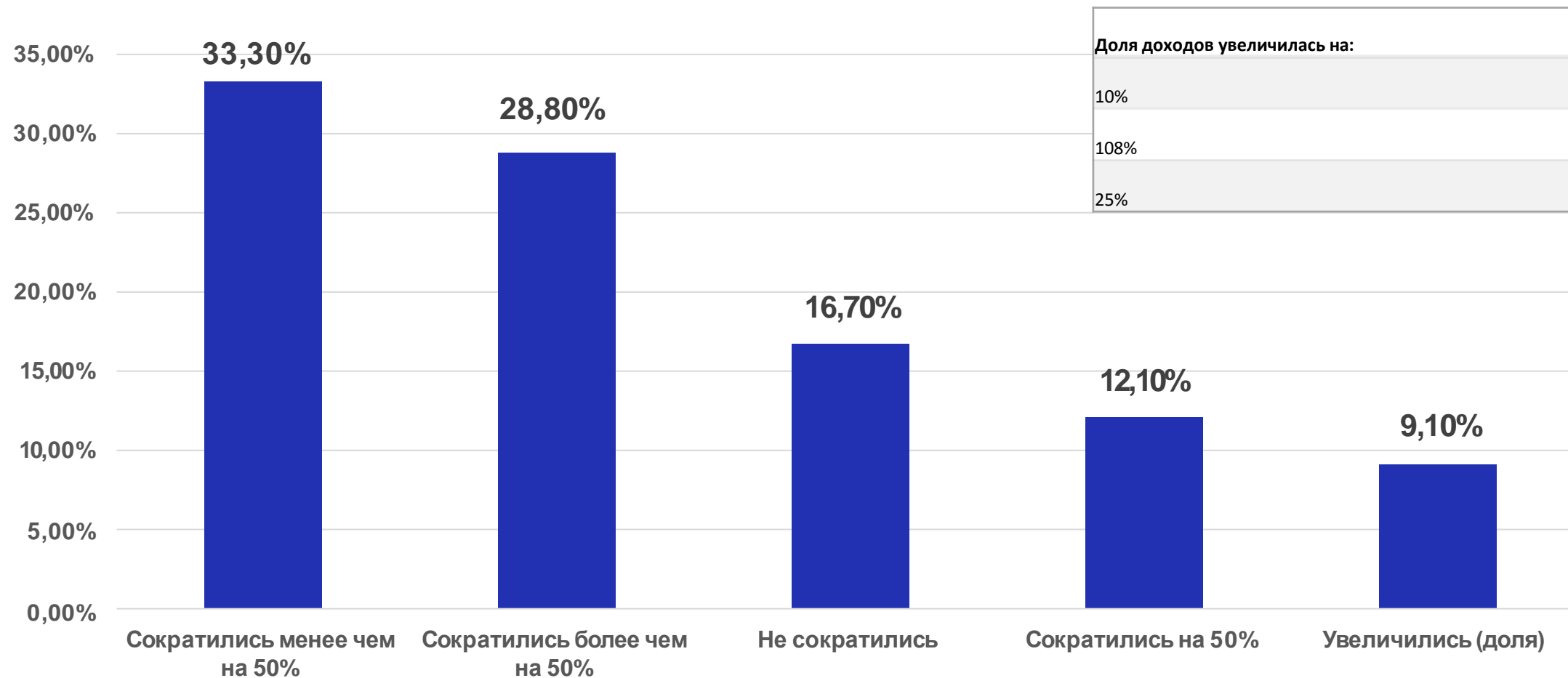
Сокращение расходов в первую очередь помогло бизнесу пережить пандемию. Оптимизация расходов в большей степени помогла пережить пандемию и связанный с ней экономический спад;

- Более 59% респондентов отметили, что средний чек на клиента сократился;
- Более 65% респондентов отмечают, что произошло наибольшее сокращение клиентской базы среди компаний из малого бизнеса;
- Около 38% респондентов отметили, что сегмент крупного бизнеса сократился меньше всего

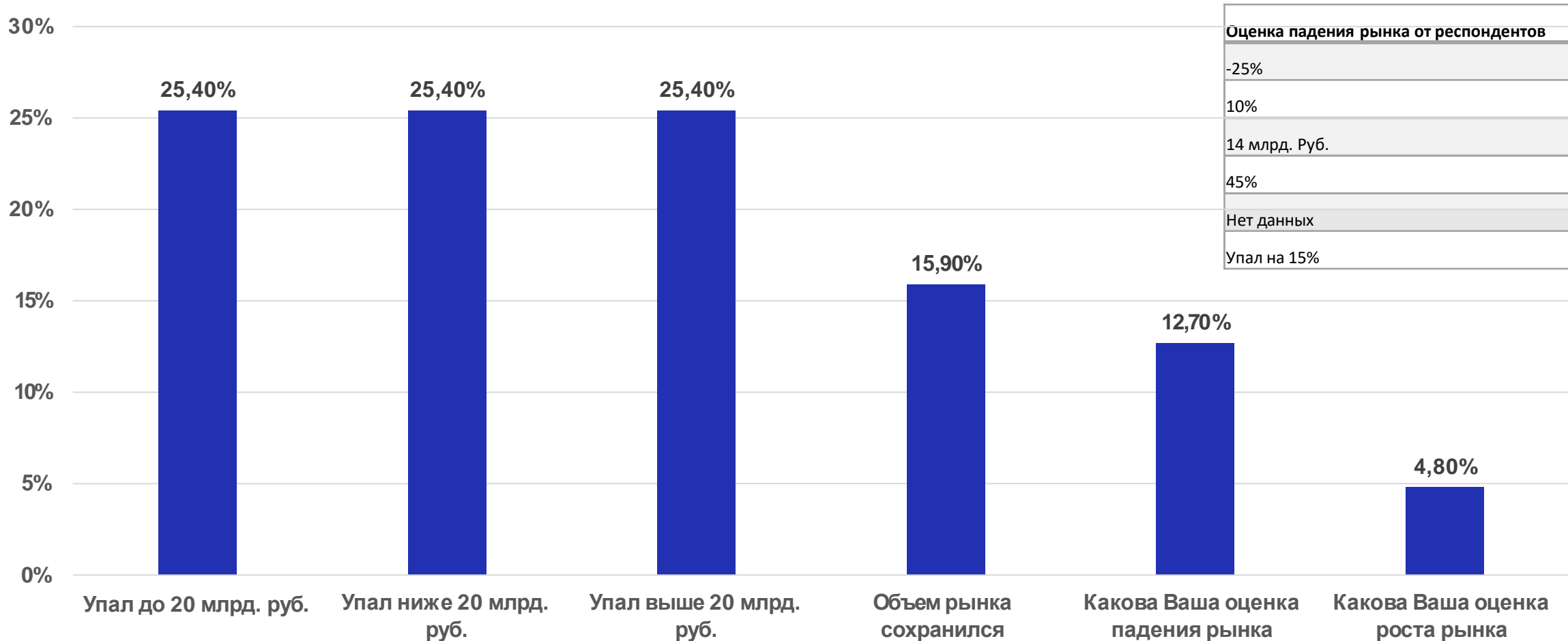
Как изменились объемы вашего бизнеса (не в денежном выражении – клиенты, сервисы, обращения и т.д.) за 2020?



Как изменились ваши доходы в 2020 году?



Как изменился объем рынка промоиндустрии по Вашей экспертной оценке?



Оценка падения рынка от респондентов

-25%

10%

14 млрд. Руб.

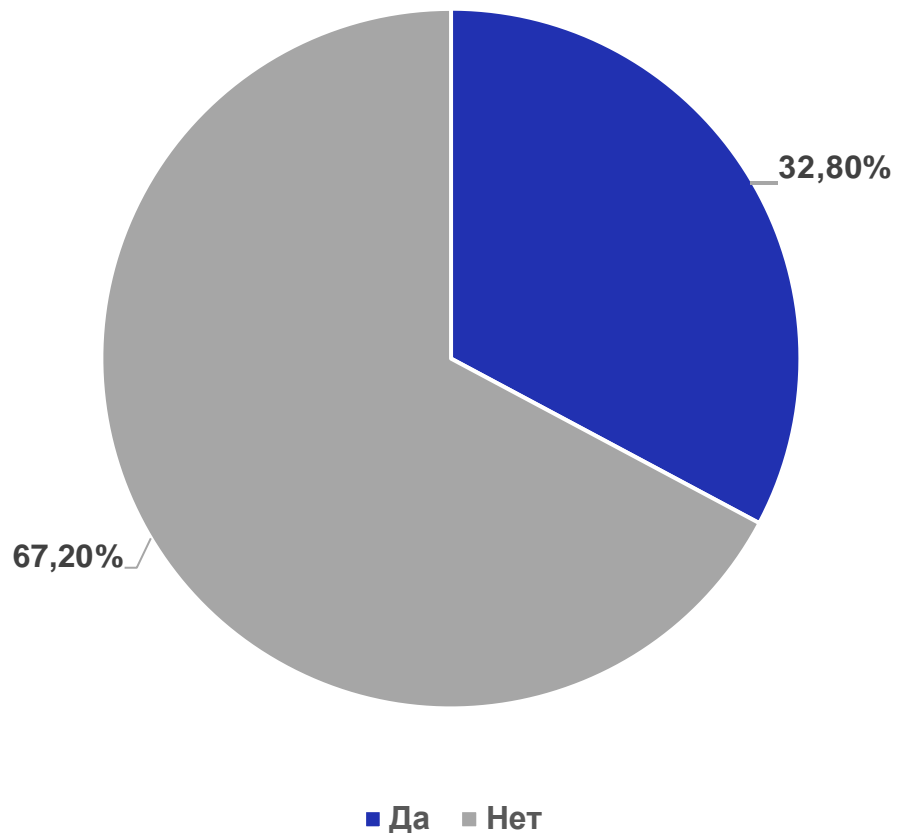
45%

Нет данных

Упал на 15%

Q4

Воспользовались ли Вы помощью государства?



Q5

Какой помощью государства Вы воспользовались?

Беспроцентный и невозвратный кредит

Кредит на ЗП (упоминается 4 раза)

Беспроцентный кредит. Решение по гашению-не гашению принимается в апреле 2021 года

Кредит на развитие компании

Кредит (упоминается 4 раза)

Кредит 230000 р всего лишь

Льготы по страховым взносам

Была отсрочка по налогам

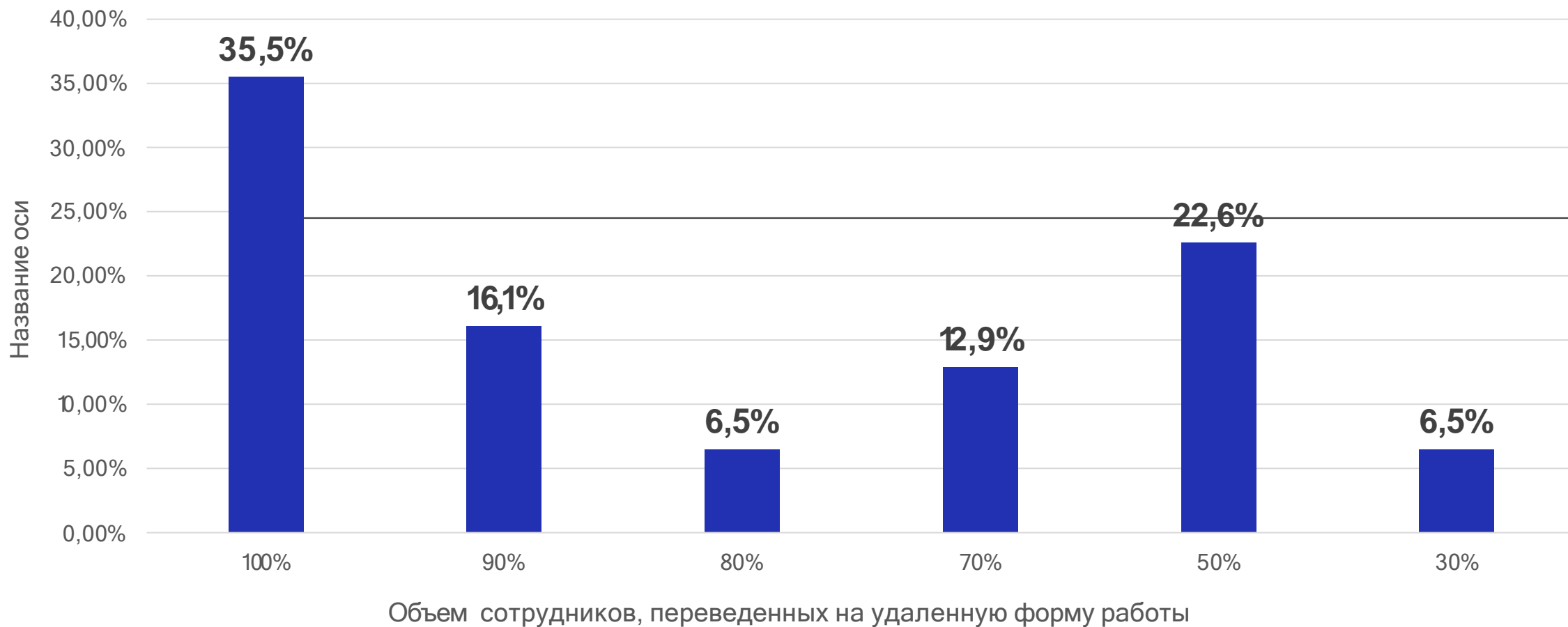
Разовая субсидия

Субсидия на выплату налогов

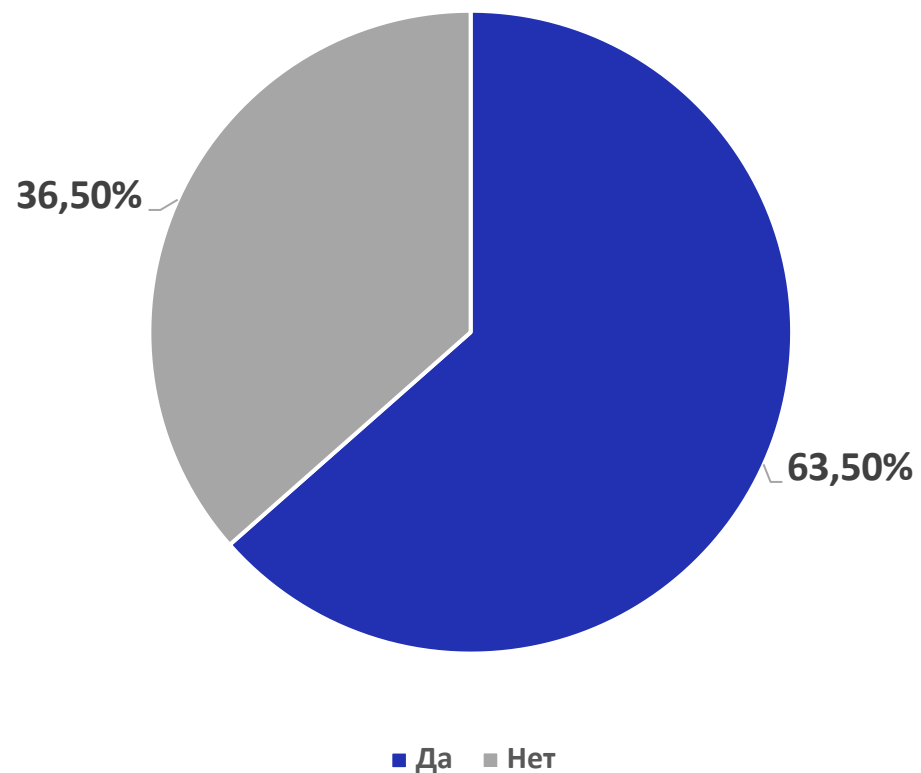
Гос поддержка кредит

Кредит, который можно не возвращать если сохранить персонал

Какой объем сотрудников от штата был переведен на удаленную форму работы?

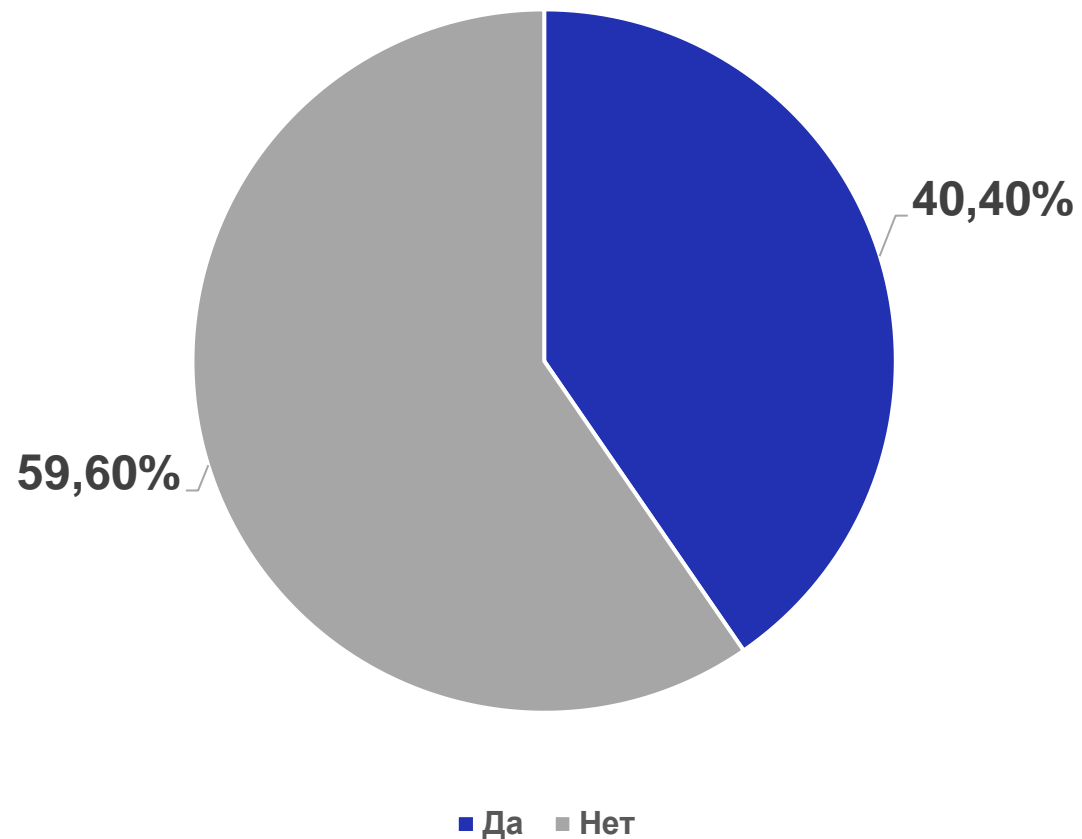


Сотрудники были переведены на удаленную работу?

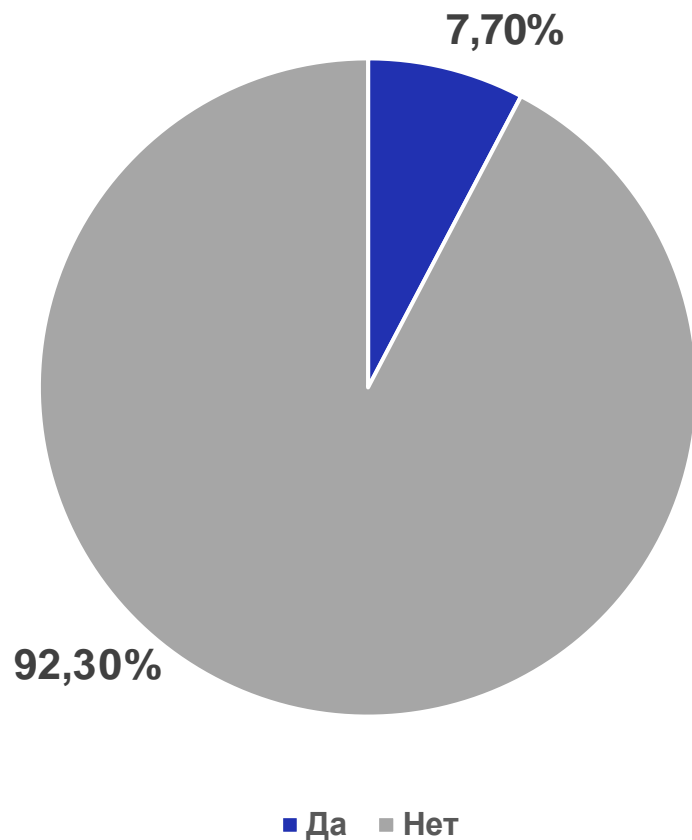


Более 60% компаний перевели своих сотрудников на удалённую форму работы.

Вы сократили часть штата сотрудников?



Q9 Увеличивали ли Вы штат сотрудников?



Q10 Если Вы увеличили штат, то какие штатные единицы ввели?

менеджер
Более 10 различных позиций
дизайнеры, логисты, менеджеры, бухгалтерия
Дополнительные сотрудники на производстве

Как Вы оцениваете периоды 2020 года для своего бизнеса?

	Спад	Без изменений	Подъем
Январь-март	36.5%	42.3%	21.2%
Апрель-июнь	82.7%	15.4%	1.9%
Июль-Сентябрь	57.7%	34.6%	7.7%
Октябрь-Декабрь	19.2%	23.1%	57.7%

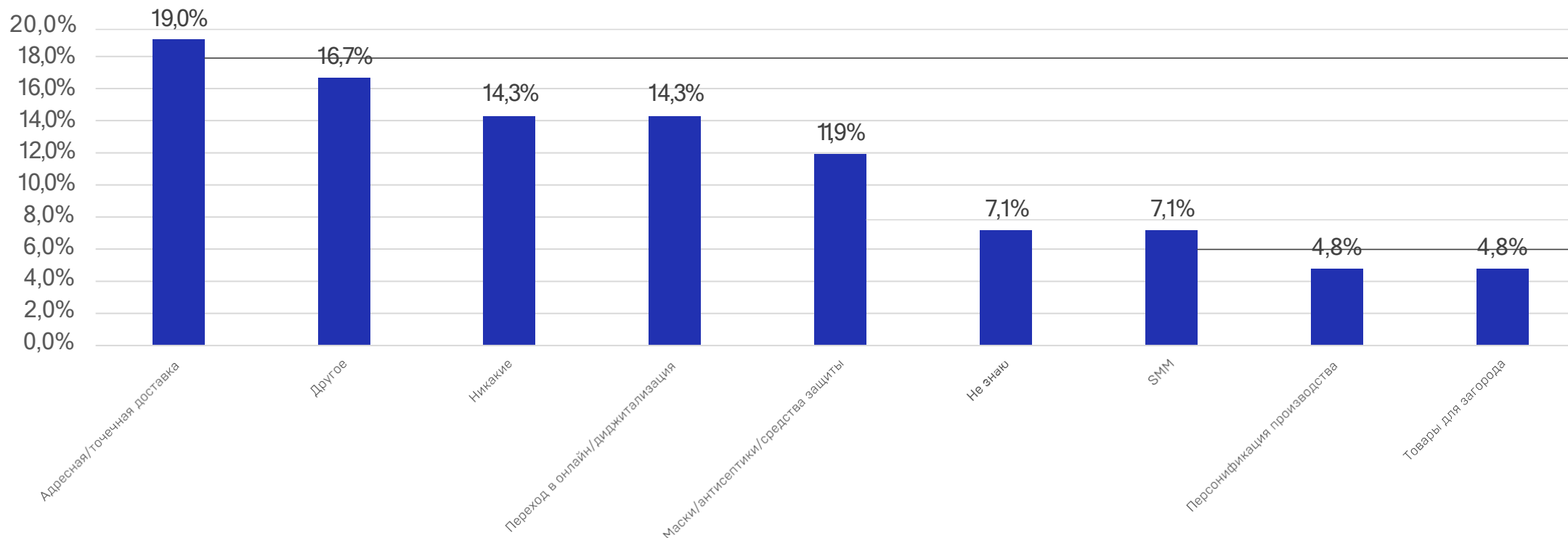
Какие направления промоиндустрии показали наибольший спад?

	Да	Нет
Сувенирная промодукция	64.7%	35.3%
Полиграфия	64.7%	35.3%
Промоодежда	72.5%	27.5%

Какие направления промоиндустрии показали наибольший подъем?

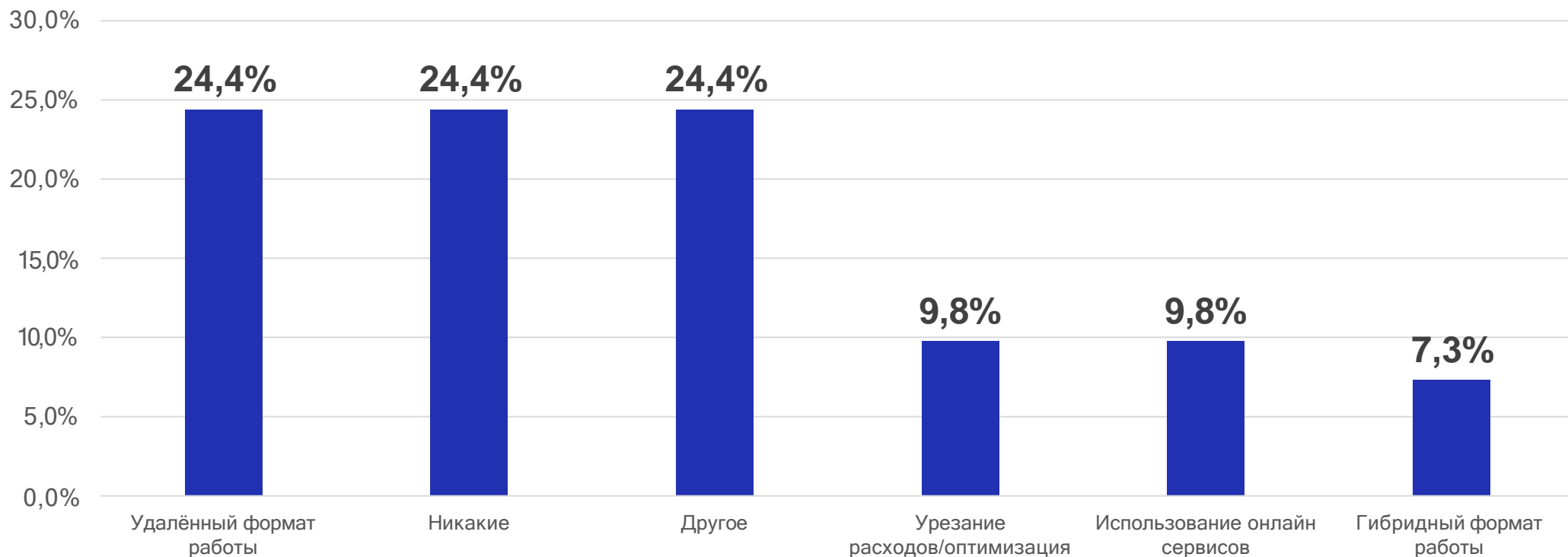
	Да	Нет
Сувенирная промодукция	27.5%	72.5%
Полиграфия	25.5%	74.5%
Промоодежда	15.7%	84.3%

Какие тренды в продукции и допсервисах появились в 2020 году? (открытый вопрос)



- Доставка - наиболее упоминаемый среди респондентов тренд в 2020 году;
- Респонденты также отмечают увеличение роли онлайн/ диджитализации;
- Новый тренд - маски и их пошив.

Какие положительные бизнес-практики, применяемые в период пандемии, планируете сохранить в дальнейшей деятельности вашей компании? (открытый вопрос)



Среди ответов в поле другое, респонденты указывали следующие ответы: производство конструкций, активные продажи, работа через CRM, сдельная форма оплаты координаторов, комплексное обслуживание клиентов, адресная доставка, сервис, пересмотр бонусной политики по отделу продаж и развитие в области частных аниматорских программ и обучение интернет-маркетингу.

Какие решения помогли Вашему бизнесу пережить спад и падение рынка в 2020 году? (открытый вопрос)

- Более 15% респондентов отмечали, что пережить спад рынка в 2020 году им помогло снижение расходов до минимума.
- Более 10% участников исследования сокращали штат, чтобы преодолеть падение рынка в 2020 году.
- Менее 10% опрошенных сказали о том, что переход на удалённый формат работы помог им в период кризиса 2020 года.
- 10% опрошенных сообщили, что открытие новых для себя сфер бизнеса в 2020 году помогло им пережить падение рынка.

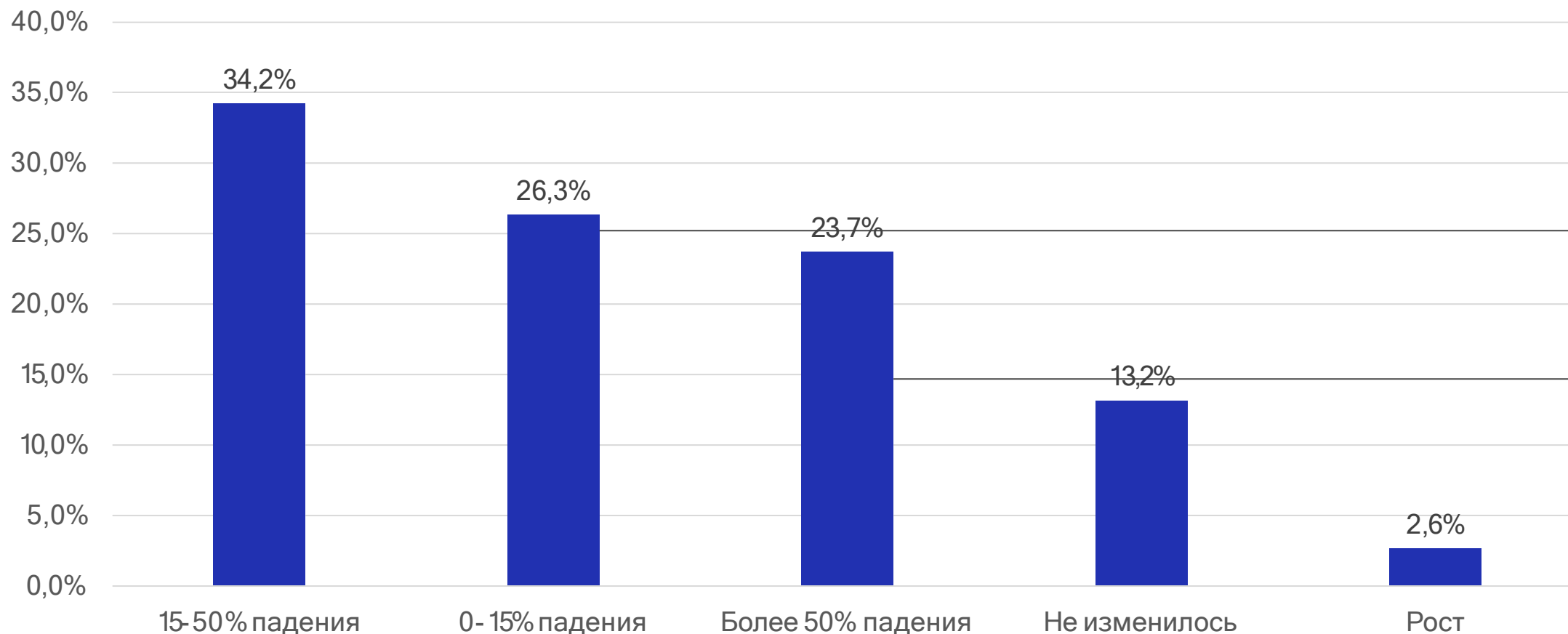
Q17 Как в 2020 году изменилась Ваша клиентская база по сегментам?

	Сократилась	Не изменилась	Увеличилась
Малый бизнес	68.8%	20.8%	10.4%
Средний бизнес	43.8%	41.7%	14.6%
Крупный бизнес	39.6%	37.5%	22.9%

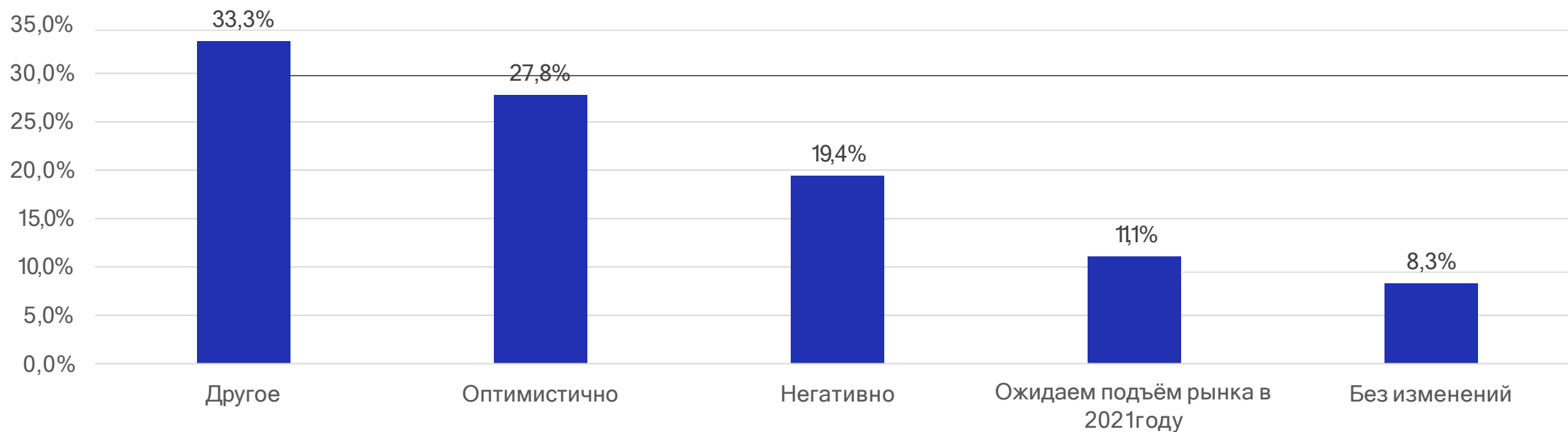
Как изменилась характеристика заказа?

	Сократилась	Не изменилась	Увеличилась
Тираж/комплект на одного клиента	57.4%	31.9%	10.6%
Средний чек на одного клиента	59.6%	23.4%	17.0%

Каково соотношение оборотов вашей компании за 2019 и 2020 год? (открытый вопрос)



Как вы оцениваете ситуацию с точки зрения потенциала и перспектив дальнейшего развития вашего бизнеса? (открытый вопрос)



- Большинство респондентов оптимистично оценивают перспективы роста в 2021 году.
- Однако некоторые респонденты ожидают стагнации рынка. Другие - наступление кризиса в 2021 году
- Среди ответов в поле другое, респонденты указывали следующие ответы: Потенциал и перспективы не велики - рынок сужается до специализаций - это естественно, агентская работа (дилерство каталогов) становится не интересной и мало маржинальной, перспективы видим в производстве и сужении в специализации, рынок бизнес-сувениров полностью завязан на ситуацию в экономике России в целом в т.ч. И по потенциалу роста, ивенты должны начаться, там посмотрим, неоднозначно. Мы наблюдаем закат промо-индустрии, нет потенциала для развития, считаю, что нас ждёт продолжительная стагнация и откат по экологичности, качеству и креативности минимум на 10лет назад, будем оставаться в тренде, удержание сфер , увеличение клиентов, перспективы зависят от экономических и политических рисков, видим потенциал, стремимся развиваться и подстраиваться под рынок, ситуация сложная, но будем работать и развиваться, необходимо переучиваться и адаптироваться к новым условиям, в ближайшее время рост прибыли не ожидаем.

КОНТАКТЫ

РУКОВОДИТЕЛЬ ИЦ АКАР/ИАВ
RUSSIA/РАМУ

Николай Васильев

nv@akarussia.ru

ПРОЕКТНЫЙ МЕНЕДЖЕР ИД АКАР

Андрей Иванушко

iva@akarussia.ru

МЕНЕДЖЕР ИЦ АКАР/ИАВ RUSSIA/РАМУ

Илья Медведев

i.medvedev@akarussia.ru

AKARUSSIA.RU

[YOUTUBE](https://www.youtube.com/)

[FACEBOOK](https://www.facebook.com/)