

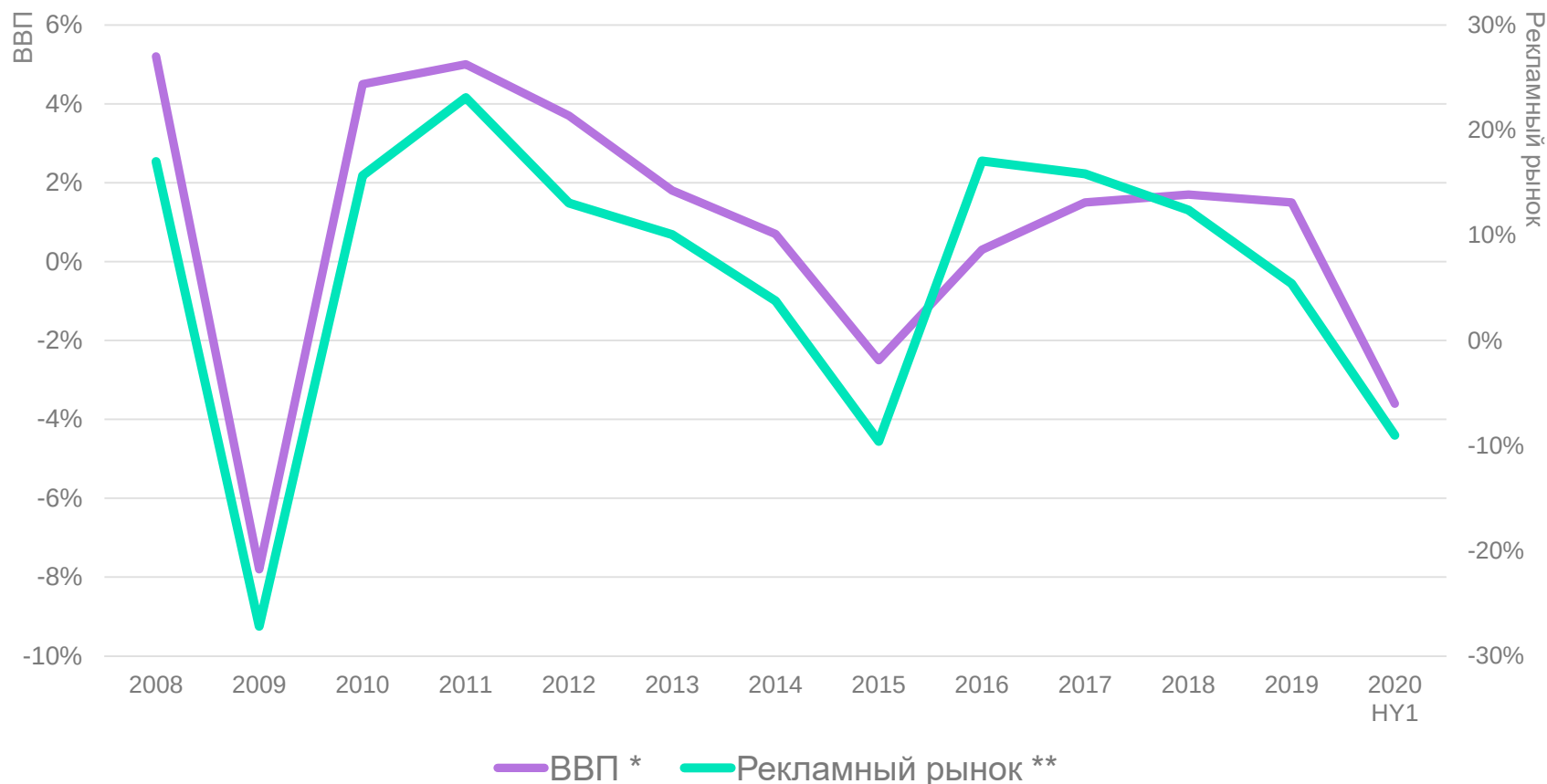
KANTAR

**Где мы сейчас – и что делать дальше.
Короткий обзор.**

Октябрь 2020



Динамика рекламного рынка повторяет динамику ВВП



-8%

Снижение реальных располагаемых доходов россиян в 1-м полугодии 2020*

-5.5%

Снижение ВВП России в 2020 по прогнозу МВФ***

- Росстат, июль 2020
- ** АКАР, Объем рекламы в медиа в 1-м полугодии, сентябрь 2020
- *** МВФ / РЭШ, май 2020

Объем рекламы в средствах ее распространения в январе-июне 2020 года млрд. руб.

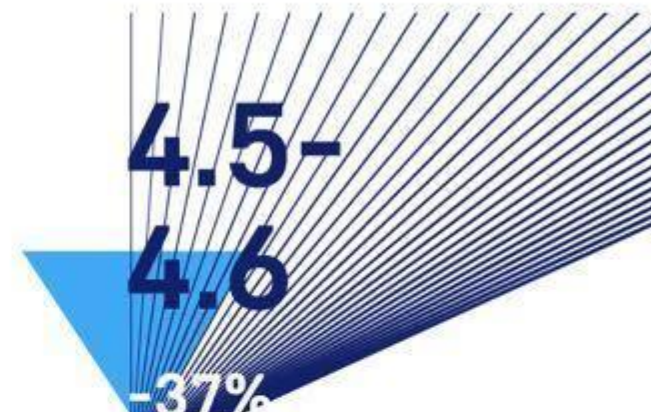
ИТОГО
205.0-207.0 **-9%**



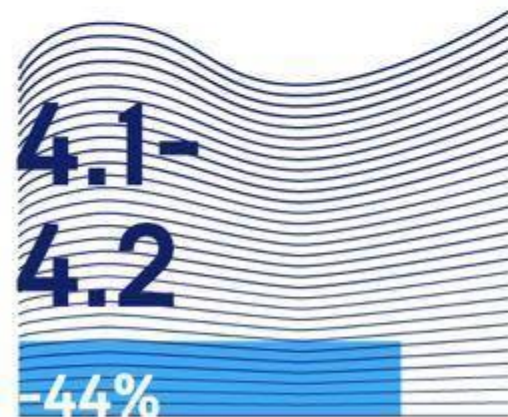
Телевидение

Основные каналы 70.1-71.1 [-10%]

Тематические каналы 3.3-3.4 [+2%]



Радио



Пресса

Газеты 1.3-1.4 [-53%] Журналы 2.8-2.9 [-39%]



Out of Home

Наружная реклама 12.5-12.7 [-26%]

Транзитная реклама 1.1-1.3 [-47%]

Indoor-реклама 0.6-0.7 [-47%]

Реклама в кинотеатрах 0.18 [-50%]

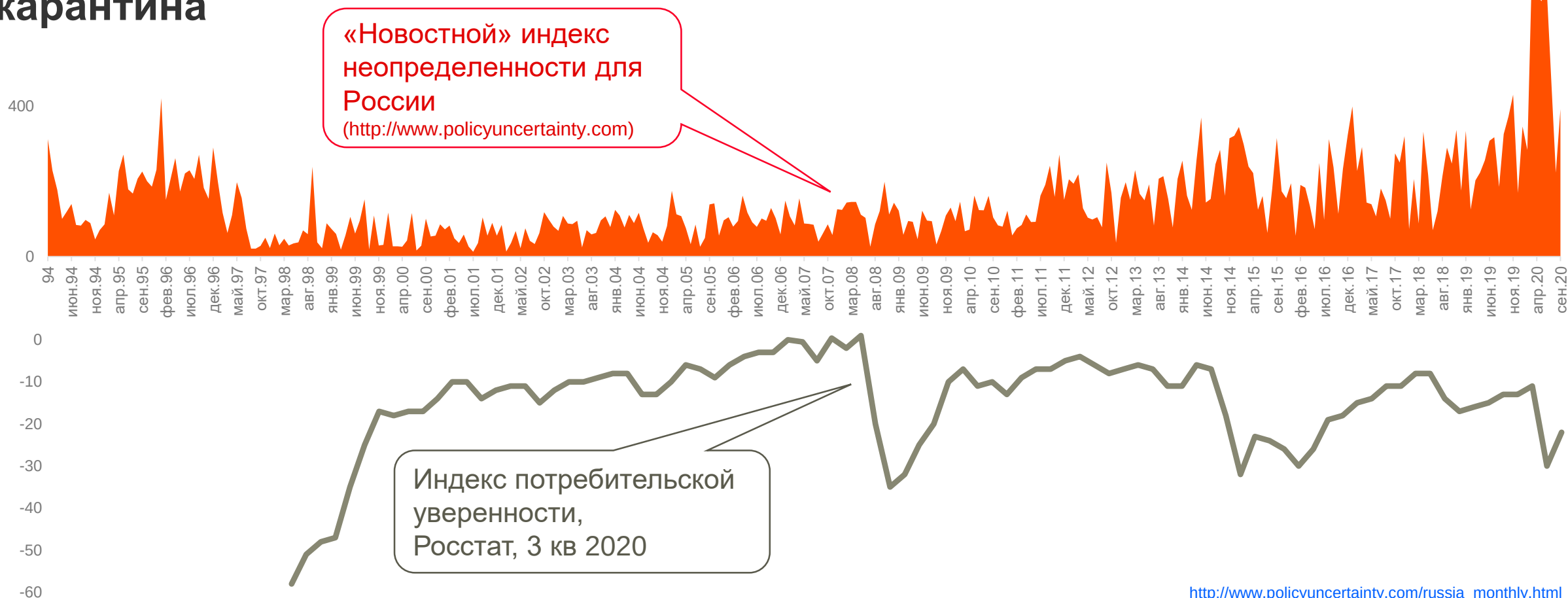


Интернет

ОБЪЕМ РЕГИОНАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

-24% **16.4** млрд. руб.

По оценке РЭШ, половина всего падения ВВП объясняется ростом неопределенности, при этом неопределенность не исчезает с отменой карантина

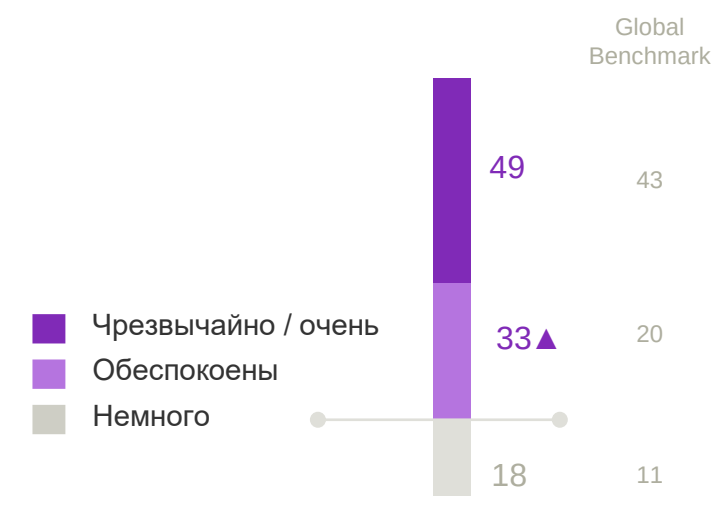


http://www.policyuncertainty.com/russia_monthly.html
[https://www.nes.ru/files/COVID19\(21apr2020\).pdf](https://www.nes.ru/files/COVID19(21apr2020).pdf)
<https://rosstat.gov.ru/>

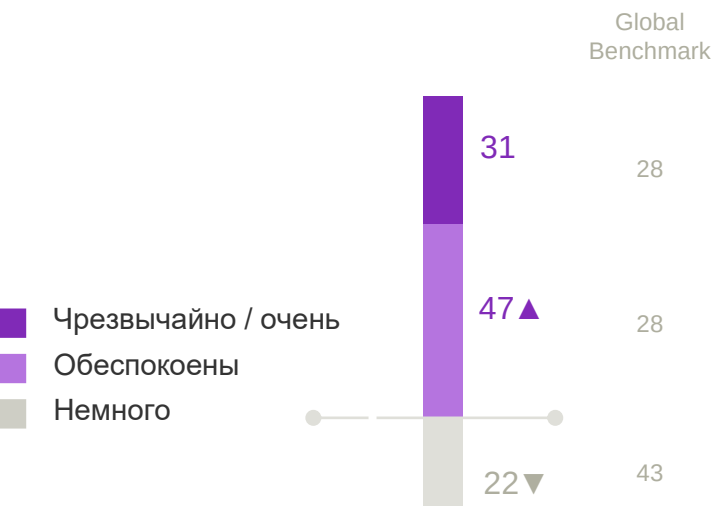
РЭШ – Российская Экономическая Школа

В России уровень обеспокоенности влиянием пандемии на экономику в целом и на бизнес в 2020 году выше глобальных бенчмарков

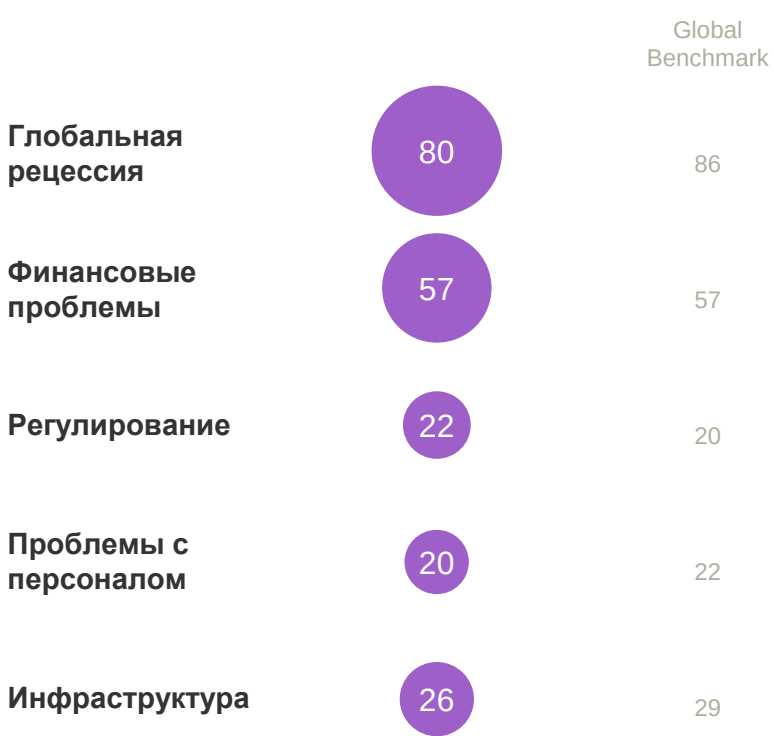
Влияние на экономику России в целом



Влияние на performance своего бизнеса

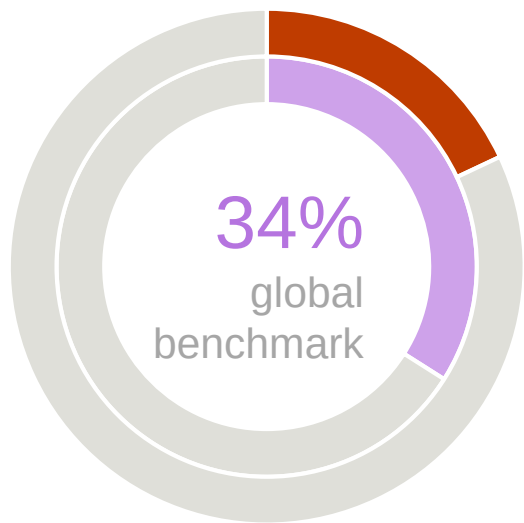


Что влияет на ваше беспокойство



Источник: Kantar, международный B2B-барометр, август 2020

На промо – не экономим!



18%

Сократят бюджеты на трейд-маркетинг

% снижения:
20% у нас
32% в мире





В eCommerce значимый рост, но до насыщения далеко

11%

Доля российского eCommerce в общем обороте розничной торговли

44.3%

Прогноз по росту рынка eCommerce в России в 20 году; до 2.9 трлн.руб.

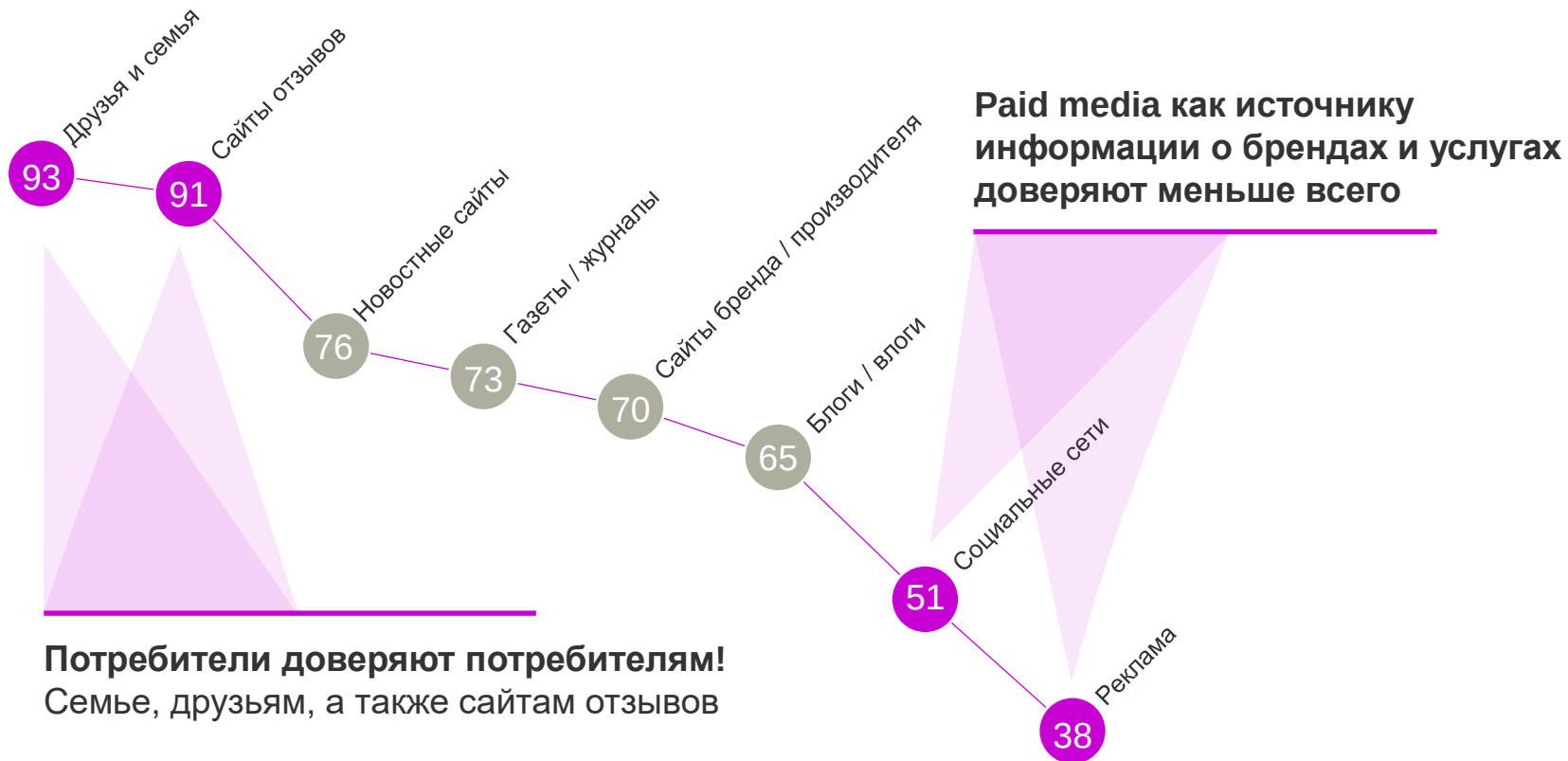
14.1%

Доля продаж продуктов питания в общем обороте eCommerce

Источник: ассоциация компаний интернет-торговли (АКИТ; akit.ru)

Выстраивать доверие к брендам становится все сложнее

Каким источникам информации о брендах доверяют



‘У нас есть проблема - так общественность относится к рекламе. Они просто не доверяют ей так, как когда-то доверяли. Без доверия у рекламы нет будущего. Бренд без доверия - просто продукт, а реклама без доверия - просто шум.’

Keith Weed
Бывший Директор По Маркетинговым
Коммуникациям Unilever

База: 7,753 connected consumers
Источник: Kantar DIMENSION study 2020

Знания, умения и навыки, связанные с управлением персоналом в кризисный период, потребовались всему рынку, а не только тем 62% компаний, которые были вынуждены принять непопулярные HR-меры

40%

Заморозили
набор
сотрудников

16%

Отменили
повышения
зарплаты

17%

Временные или
постоянные
сокращения
людей или часов

21%

Отправили
сотрудников в
отпуска



Источник: Kantar, международный B2B-барометр, август 2020

Прогнозы делать сложно... особенно про будущее

Мой бизнес восстановится **через...**



Источник: Kantar, международный B2B-барометр, август 2020

Сколько времени, по вашим оценкам, потребуется, чтобы вернуть ваш бизнес к докризисным показателям после окончания коронакризиса?

Мы на связи и будем рады помочь!



Евгений Попов,
Генеральный Директор
KANTAR