

Итоги года, и **НОВЫЙ** рынок

День бренда — 2022

Михаил Шкляев, CSO ОККАМ

Слово года (и ещё двух) на нашем рынке — локализация

~14% локализовались

49+

млрд руб замороженных инвестиций (в основном уходили бренды)

+100 п.п.

6/6

международных рекламных групп теперь – локальные (часть – переименовались)

+42 п.п.

100%

доля российских рекламных платформ среди всех, где можно размещать прямую рекламу

Локализация = изменение баланса и структуры рынка

-44% vs 2021

~43%

средняя доля крупного бизнеса
на платформах (Yandex, VK)
прогноз на 2023 год

41%

рекламный оборот Озона
в 2022 году vs VK в 2021
на основе отчётности

36%

средний рост рекламных
инвестиций ритейлеров
9М 2022, Mediascope

Парадокс, но каналов для брендов стало больше, а не меньше (и они могут не только продавать, но и поддерживать знание)

- + 1-2-1 коммуникации в ритейле (CVM)
- + Digital BTL было очень мало в прошлом
- + Карточки и отзывы выросли кратно
- + Персональные предложения

Наша оценка роста инвестиций в прямые коммуникации – 2..10x по разным ритейлерам.

Парадокс, но каналов для брендов стало больше, а не меньше.. и инвестировать в них нужно сейчас, бренды выгорают с полки

Ситуация с брендами, глазами ритейлера

Реклама ▼

Намерение купить ▼

Доля промо в брендах ▲

Выручка с м² полки ▼

Ситуация с СТМ, глазами ритейлера

Реклама сетей и СТМ (+36%) ▲

Доля промо в СТМ ▼

Динамика цены СТМ > брендов

Выручка с м² полки ▲

Офлайн ритейл всё больше сдвигается в сторону дискаунтеров и СТМ

По 3 предсказания на следующий год (если резко не изменится окружающая среда)

Клиенты и бренды

Сужение офлайн полки,
сдвиг в сторону дискаунт-
или СТМ-модели в ритейле

Выход новых брендов
в рынок в Q2'2023

В 2024 FMCG вернётся
к роли замыкающего
инвестора в рекламу
(сейчас это платформы)

Публишеры

Озон в 2023 = ВК в 2022

Новые видео-сети
(как попытка замены YU)

Сильный рост регионов
ТВ, наружная реклама,
радио в первую очередь

Рекламные группы

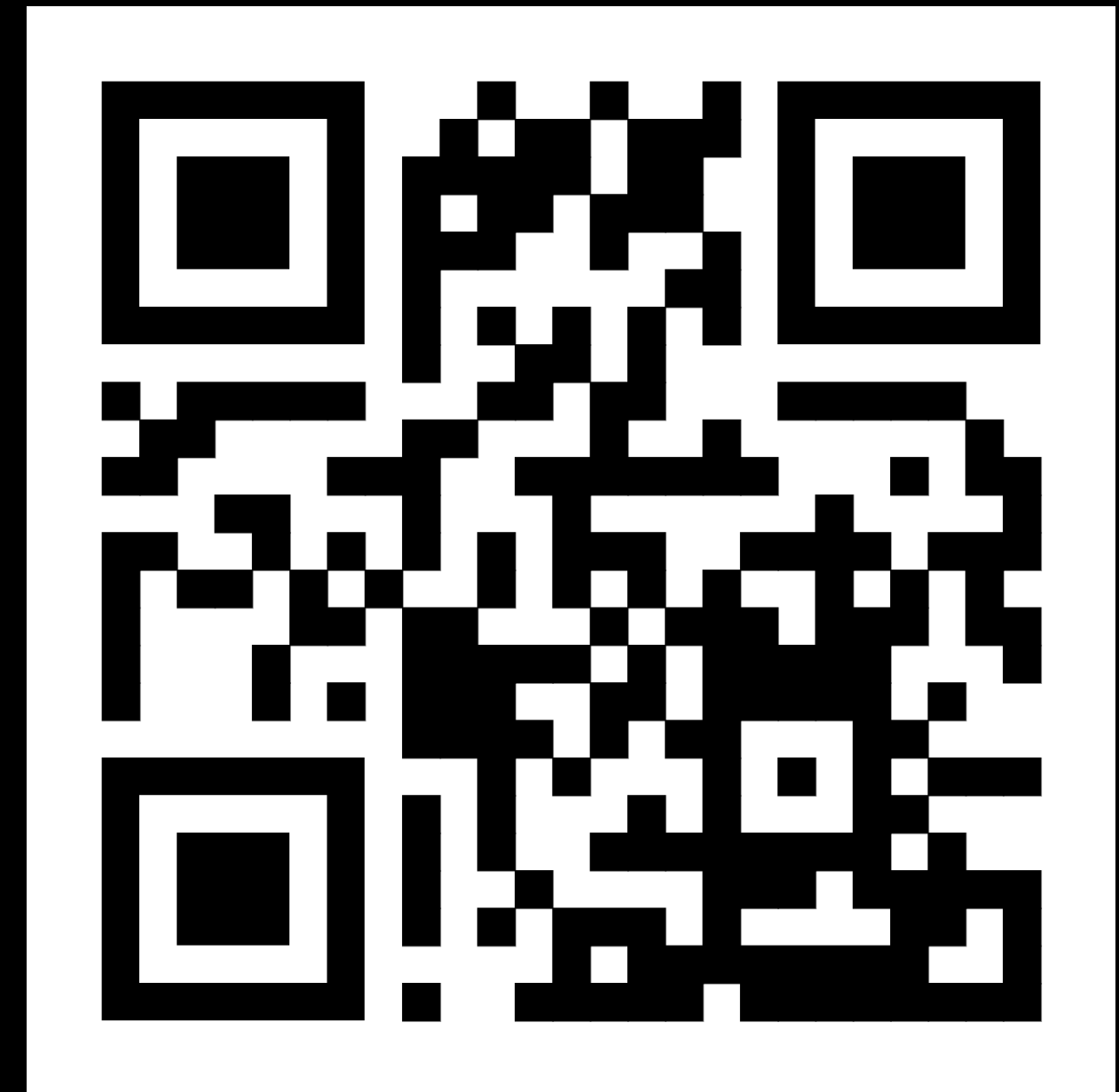
В топе – не шесть «старых»
групп, а часть старых групп
и перформанс игроки

Возможна частичная
консолидация

Восстановление биллинга
креативных агентств
(неполное, но значимое)

СПАСИБО

Пишите, с удовольствием обсудим



Скачать презентацию можно
на нашем канале Okkam Insights