

АВГУСТ 2023

# СИТУАЦИЯ НА РЫНКЕ РОСМ И УСЛУГ ТЕХНИЧЕСКОГО МЕРЧАНДАЙЗИНГА

АНАЛИТИЧЕСКАЯ СПРАВКА

АНАЛИЗ ДАННЫХ ЗА 2022-2023 гг  
ОТ АССОЦИАЦИИ «МАРКЕТИНГ В РИТЕЙЛЕ»



# ЖИВ ЛИ РЫНОК ПРОИЗВОДСТВА POS МАТЕРИАЛОВ?



В июле-августе 2023 года Ассоциация «Маркетинг в ритейле» провела опрос компаний производителей рекламных материалов для точек продаж и поставщиков услуг технического мерчандайзинга, чтобы оценить ситуацию на рынке в середине 2023 года.

В связи с тем, что год назад, начиная со второго квартала 2022 года, большая часть крупных рекламодателей — иностранные компании — приостановили свои маркетинговые активности, эксперты оценивали уровень падения заказов до 60–80% в мае 2022 года. Но постепенно, с сентября 2022 года рекламные активности в магазинах возобновились, хотя и не в полном объеме.

Результаты данного опроса призваны оценить, как компании пережили прошедший год, какие изменения произошли в структуре заказов и некоторые другие аспекты их деятельности.

В опросе приняли участие 28 компаний: 3D Display, Adventa, Coral Group, DDA, IAM, Inscm Solutions, Intelligence, ITM Group, LBK Marketing Pro, NAMI, Public Totem, ReSeM, VIRTU, Ариал, Вайдформат24, Группа Квадрат, Дека, Директ Арт, Инел Дисплей, ИТОН, ЛазерСтиль, Постер-Принт, Призма, Промостойка.РФ, Светофор Дисплей, СоРоС, Техномерч, Эль Пако.

# ЗАКАЗЧИКИ

ОПРОС КОМПАНИЙ ЗА ПЕРИОД ИЮНЬ 2022-ИЮНЬ 2023

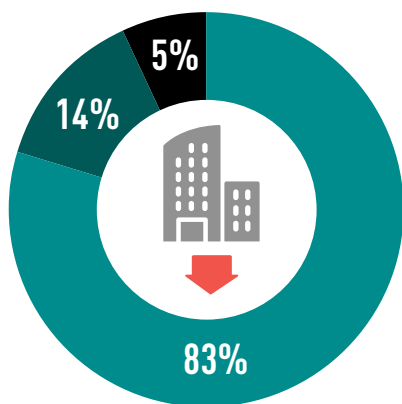


Более 80% опрошенных компаний заявили, что с ними перестали работать 20% из их заказчиков.

14% заявили о сокращении числа предыдущих заказчиков на 20-40%.

И только 5% отметили катастрофическое прекращение работы на 40-60%.

Сколько компаний заказчиков перестали работать с вашей компанией?



- 00-20%
- 20-40%
- 40-60%

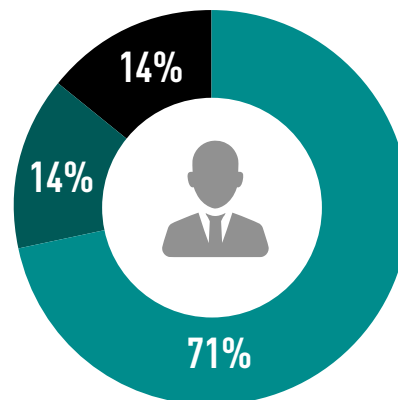
Но в целом динамика количества клиентов у компаний производителей POSM и поставщиков услуг технического мерчандайзинга положительная.

Более 70% говорит об увеличении числа клиентов за прошедший год.

Еще 14% отметили, что количество компаний осталось прежним и только 14% заявили о сокращении количества заказчиков в целом.



Как изменилось количество клиентов вашей компании?



- Увеличилось
- Сократилось
- Не изменилось

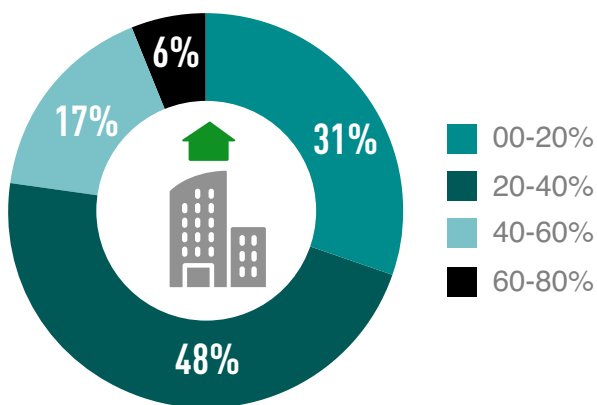
# ЗАКАЗЧИКИ

ОПРОС КОМПАНИЙ ЗА ПЕРИОД ИЮНЬ 2022-ИЮНЬ 2023



Такие показатели связаны с новыми компаниями среди заказчиков, все участники опроса отметили появление новых клиентов, их количество в среднем увеличилось на 20-40%.

Сколько новых компаний заказчиков начали работать с вашей компанией?



## КОММЕНТАРИИ ЭКСПЕРТОВ

Юрий Кондратьев, LBK Marketing Pro

«В условиях ухода крупных рекламодателей мы наблюдаем мощную ротацию среди специалистов на стороне клиента. Многолетний опыт в транснациональных компаниях приносит и успешно внедряется в новых компаниях. Положительный опыт сотрудничества с нашей компанией помогает нам становиться партнерами. В том числе, благодаря прежним связям нам удалось существенно расширить приток новых клиентов в 2022-2023гг.»

Роман Герасимов, Лазерстиль

«Подтверждаем практически все тренды, отмеченные в исследовании. Это и рост продаж на 25%, и существенное увеличение количества новых клиентов, и стабилизация ситуации относительно ухода клиентов с рынка.

В нашей компании в лидерах закупок/продаж электроника и бытовая техника от брендов из Китая и Турции, также в этом году большая активность в сфере комплексного оформления магазинов (бутиков).

Серьезной проблемой для роста производства в 2023г. является большой дефицит производственного персонала и значительный рост зарплат».



# ОБЪЕМ ПРОДАЖ

СРАВНЕНИЕ ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЫ 2022г. и 2023г.

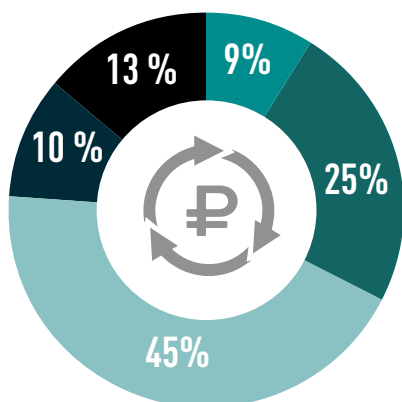


## Насколько новые компании среди заказчиков повлияли на объем продаж?

Почти половина опрошенных компаний – 44,8% заявили о значительном увеличении продаж на 20-30%. Почти 25% отметили сокращение продаж от 5 до 30%.

Говоря об увеличении объема продаж, необходимо учитывать, что данная динамика может быть связана не столько с увеличением клиентов или тиражей, сколько с ростом цен на материалы для производства POSM и затрат на заработную плату.

Как изменился объем продаж?



- Не изменился
- Увеличился на 5-10%
- Увеличился на 20-30%
- Сократился на 5-10%
- Сократился на 20-30%

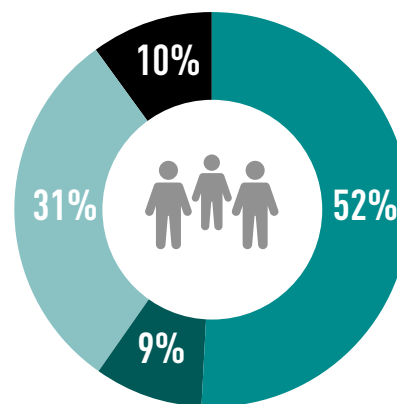
## Повлияло ли увеличение объемов продаж на количество сотрудников в компаниях?

Да, но только у половины компаний.

51,7% опрошенных компаний ответили, что количество сотрудников в целом не изменилось.

30% незначительно увеличили штат менее, чем на 20%.

Как вы оцениваете изменения в численности сотрудников?



- Осталось прежним
- Увеличили более, чем на 20%
- Увеличили менее, чем на 20%
- Сократили менее, чем 20%

## КОММЕНТАРИЙ ЭКСПЕРТОВ

Владимир Михайлович Иткин, Virtu

«К концу 2022 года первый шок прошёл, появились перспективы возрождения рынка, во многом за счёт российских компаний, которые получили перспективы быстрого развития за счёт снижения конкуренции, освобождения перспективных торговых пространств. Также заметно усилились позиции компаний Китая и Турции».

# РЕКЛАМОДАТЕЛИ

## КТО ЗАКАЗЫВАЕТ?



Какие же сегменты рынка продолжают или начали заказывать производство POSM и услуги технического мерчандайзинга?

По результатам опроса в лидерах рекламодатели из сегмента «Продукты питания и безалкогольные напитки», работу с ними подтвердили 86,2% опрошенных компаний.

Далее среди заказчиков фигурируют производители таких товаров, как «Алкоголь (включая пиво)» и «Парфюмерия, косметика, средства по уходу» – 72,4%.

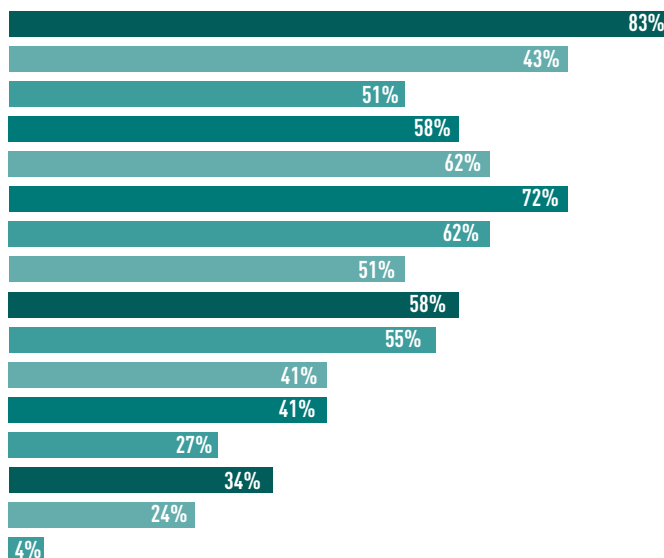


На 3м месте – «Бытовая техника и электроника» и «Бытовая химия и хозяйвары» – 62,1%.

58,6% компаний подтвердили свою работу с компаниями производителями «Товаров и кормов для животных» и FMCG ритейлерами.

С компаниями каких секторов вы работаете сейчас? Включая новых клиентов

- Продукты питания и безалкогольные напитки
- Алкоголь, включая пиво
- Табачные изделия
- Товары и корма для животных
- Бытовая техника и электроника
- Парфюмерия, косметика
- Бытовая химия и хозяйвары
- Фармацевтика и медицина
- FMCG ритейлеры
- Обувь, одежда, аксессуары
- Товары для детей
- Товары для ремонта
- Автомобили, шины, масла
- HoReCa
- Сфера услуг
- РА



# РЕКЛАМОДАТЕЛИ

## ЧТО ЗАКАЗЫВАЮТ?



По оценкам экспертов в 1м полугодии 2023 года увеличился **объем производства препаков**.

Этот простой тип конструкций, который приходит в торговую точку уже с товаром, особенно часто используется для сезонных активностей брендов и СТМ ритейлеров.

Несмотря на внешнюю простоту конструкции, за любым препаке-дисплеем стоит большая работа команды разработчиков и клиента для решения одновременно нескольких важных задач: дисплей должен вмещать максимально возможное количество SKU, выдерживать нагрузку с товаром при транспортировке и иметь фиксированную стоимость по отношению к стоимости размещаемого на нем продукта.



Если говорить про долгосрочные и краткосрочные POSM, то здесь эксперты отмечают как увеличение у одних, так и сокращение у других производителей, что связано с перераспределением компаний заказчиков по сегментам рынка.

Относительно услуг технического мерчандайзинга эксперты однозначно отмечают увеличение объема заказов на складские и логистические услуги, монтаж, техническое обслуживание и ремонт рекламных материалов.

**Владимир Михайлович Иткин, Virtu**

Уход западных лакшери-брендов снизил потребность в навыках производства высококачественного эксклюзивного торгового оборудования. На определенном этапе наиболее востребованными стали производители, работающие в сегменте «эконом». Правда, ряд российских брендов чувствует открывшуюся перспективу выхода в премиальный сегмент, что может привести к увеличению числа заказов на соответствующее их новому статусу индивидуальное торговое оборудование».



# НОВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ



В связи со сложной ситуацией на рынке часть компаний расширяет направления своей деятельности. Только 40% заявили о том, что у них не появилось новых заказов не из сферы производства POSM или услуг технического мерчандайзинга. Среди новых направлений можно отметить: производство упаковки, услуги по металлообработке, литьевые изделия, производство оборудования для мероприятий и торгового оборудования, а также производство мебели.

**Лилия Сидорина, Public Totem**

«За прошедший год рынок POSm столкнулся с новыми вызовами, которые, безусловно, дали серьезный импульс для изменений. Уход ряда клиентов и сворачивание рекламных кампаний действующих клиентов заставили пересмотреть клиентский портфель и обратить внимание на те ниши, которые ранее не были в фокусе нашего внимания. Несмотря на очевидные сложности с поставками материалов, запчастей для оборудования и курсовые колебания валют, для нас ключевыми по-прежнему остаются люди - наш персонал и наши клиенты. Сохранение и развитие нашей команды, а также поддержка наших клиентов, наш клиентский сервис – это наши основные приоритеты».