

ТЕНДЕНЦИИ ЛИЦЕНЗИОННОГО РЫНКА И ФАКТОРЫ УСПЕШНОСТИ ЛИЦЕНЗИОННОГО БРЕНДА

БЫЧЕНКО ЮЛИЯ

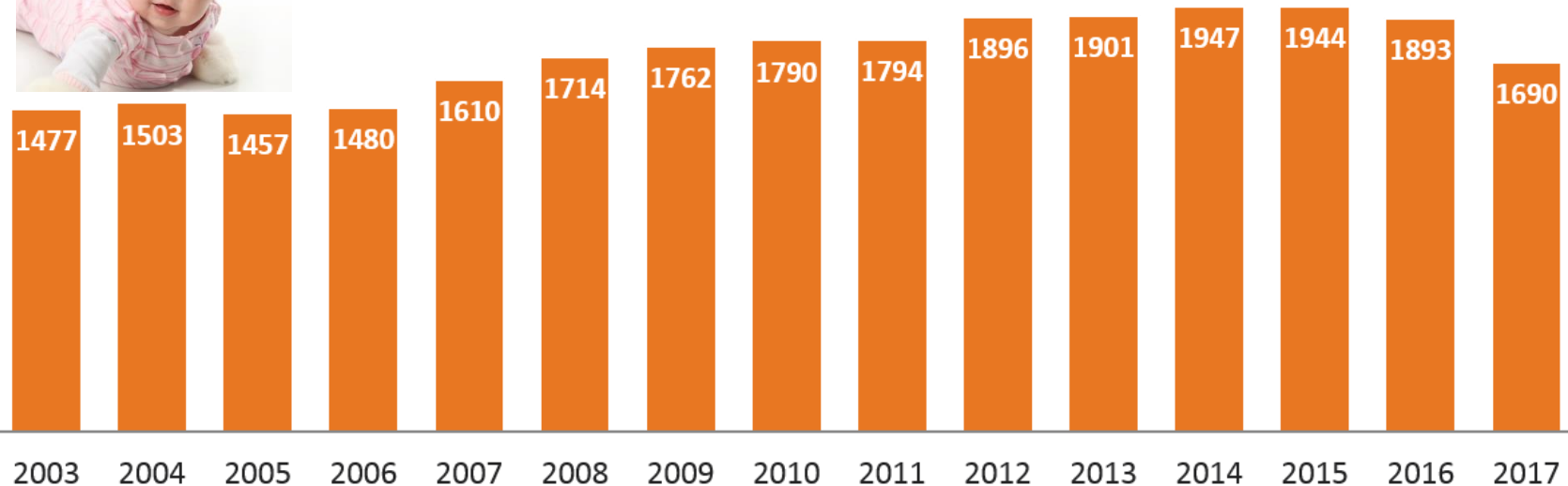
Руководитель направления исследований детских рынков

Yulia.Bychenko@ipsos.com

Снижение рождаемости



2017 к 2016 = -11%

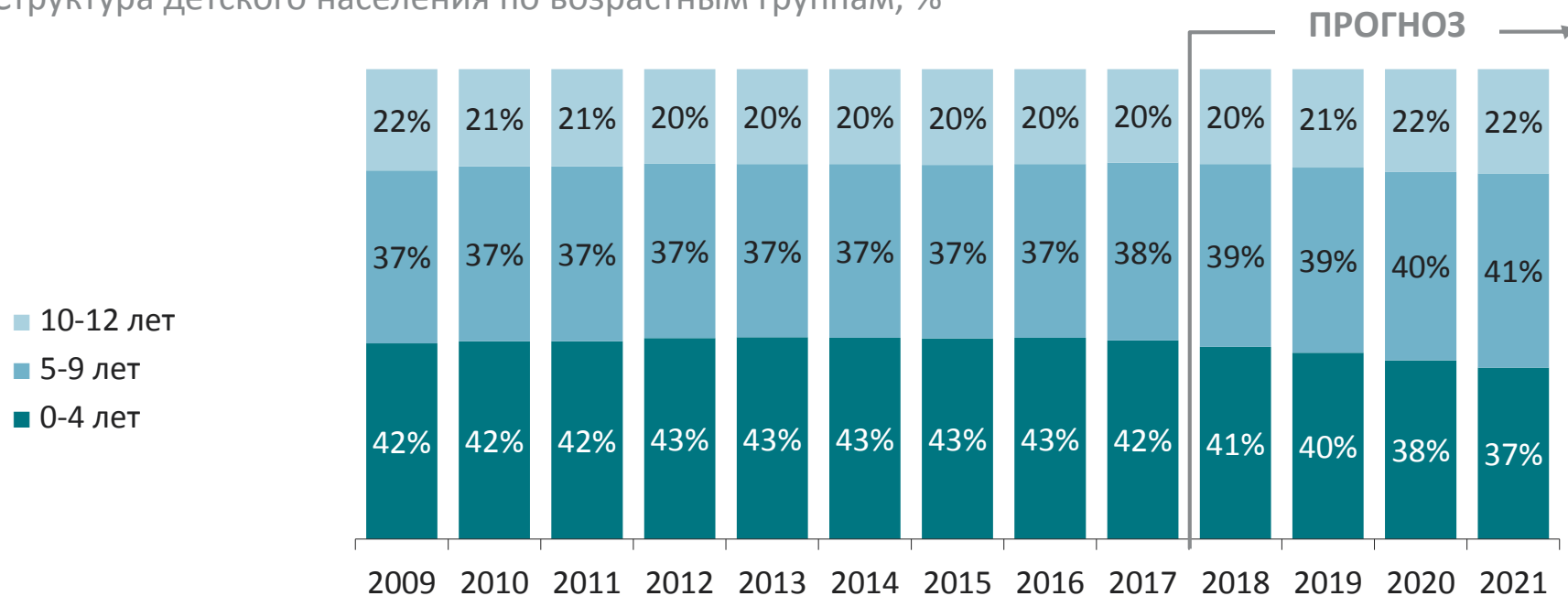


■ КОЛИЧЕСТВО РОДИВШИХСЯ ДЕТЕЙ (ТЫС. ЧЕЛОВЕК)

Sample: All population of Russia
Source: Russian Federal State Statistics Service

Структура детского населения

Структура детского населения по возрастным группам, %

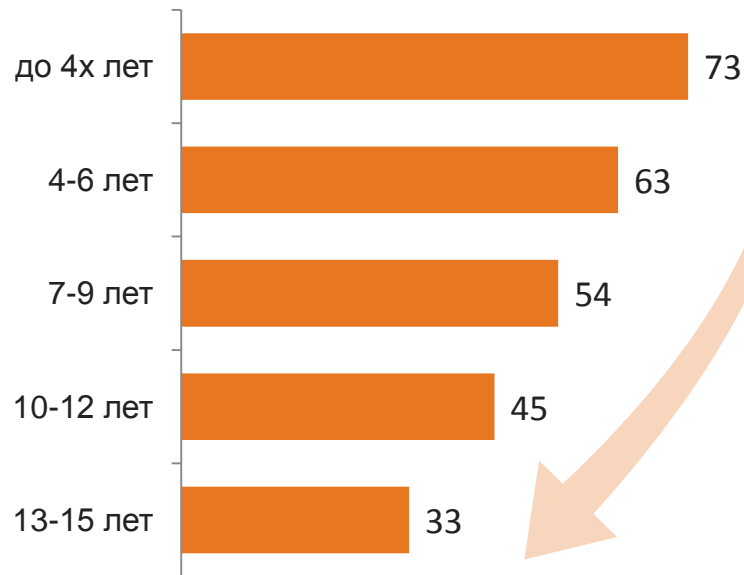


База: все население России

Источник: Федеральная служба государственной статистики

Покупки лицензионных товаров среди родителей

Покупали лицензионные товары детям за 6 мес., %



Источник: Новое Поколение, BabyIndex 2017, родители с детьми

Драйверы и барьеры рынка

РЫНОК ЛИЦЕНЗИОННЫХ ТОВАРОВ

ЧИСЛЕННОСТЬ ДЕТЕЙ И ПОКУПАТЕЛЬСКАЯ СПОСОБНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ



ДОЛЯ ТРАТ НА ЛИЦЕНЗИОННЫЕ ТОВАРЫ В БЮДЖЕТЕ СЕМЬИ

- ↓ Снижение рождаемости, стагнация численности детского населения
- ↓ Стагнация реальных доходов
 - Стагнация реальных доходов населения в среднесрочном периоде
- ↓ Бережливое, «пессимистичное» покупательское поведение
- ▬ Стабилизация рубля
 - Стабилизация курса и инфляции, стабилизация цен на импорт

- ↑ Влияние детей, дети стимулируют покупки лицензионных товаров
- ▬ Родители теряют желание платить больше за лицензионные товары
- ↑ Развитие предложения, разнообразия франшиз и категорий их представленности
- ↑ Развитие специализированной розницы

Причины не покупки лицензионных товаров



Источник: Новое Поколение 2017, родители с детьми

РЫНОК ЛИЦЕНЗИОННЫХ ТОВАРОВ

УГРОЗЫ

- Бережливые, «пессимистичные» покупатели-родители не готовы переплачивать за лицензионные товары. Рациональность бережливого покупателя противоречит эмоциональному, импульсивному характеру лицензионного рынка
- Эффект новизны прошел и покупатели стали требовательнее к качеству и дизайну лицензионных товаров
- Спад рынка игрушек, «разочарование» в игрушках, требование полезности, обучающих возможностей
- Размывание лояльности, рост терпимости к контрафакту

ВОЗМОЖНОСТИ

- Дети – инициатор покупок, поддерживать любовь к персонажам, не разочаровывать зрителей
- Родители готовы платить за образование и развитие ребенка, акцент на edutainment
- Захват сравнительно более свободного сегмента подростков
- Использование специализированной розницы

Наиболее популярные персонажи



Акцент на edutainment

Ориентация на обучение, развитие
+ лицензирование



Акцент на качество, дизайн, бренд

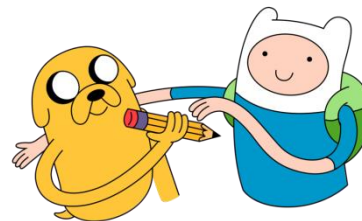
Качество, дизайн
+ лицензирование



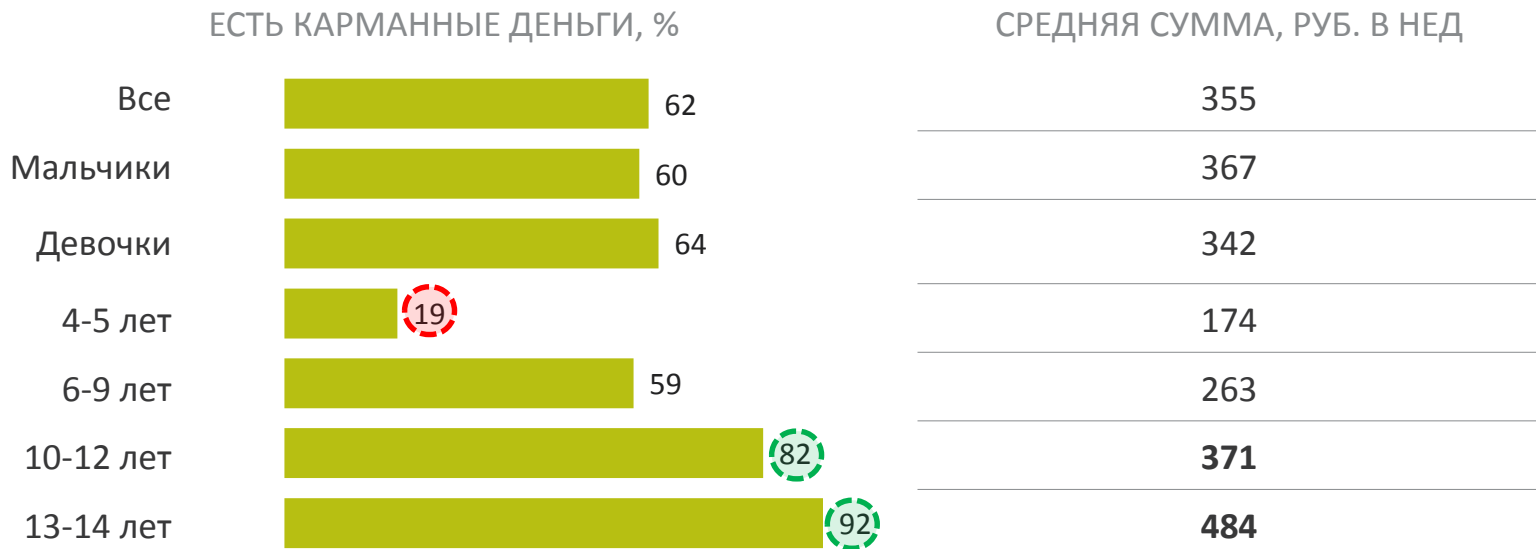
Доверие бренду
+ лицензирование



Акцент на подростков (от 10 до ∞)



Карманные деньги детей



Источник: Новое Поколение 2017

Акцент на специализированную розницу



Факторы успешности лицензионного персонажа

Целевая аудитория

- Соответствие потребностям, настроениям целевой аудитории
- Острота конкуренции, сила других персонажей
- Соответствие культурным кодам

Медийная поддержка

- Рекламная кампания, промоушн
- Успех фильма, мультфильма
- Мультимедийность: кино, ТВ, Интернет, игры
- Долгосрочность

Лицензионная франшиза

- Уровень дистрибуции, представленность на полках
- Количество и качество лицензионных товаров

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



Юлия Быченко

Руководитель направления исследований детских рынков

✉ Yulia.Bychenko@ipsos.com

☎ +7 495 981 56 46 (ext. 2641)