

Исследование регионального фестиваля

АКАР

АССОЦИАЦИЯ
КОММУНИКАЦИОННЫХ
АГЕНТСТВ РОССИИ

Основные выводы

Большинство респондентов принимало участие в фестивалях. Более половины респондентов принимало участие в топ-5 наиболее известных фестивалей. Федеральные агентства считаются более сильными конкурентами.

- 60% респондентов отметили, что имели опыт участия в фестивалях или премиях
- Менее трети респондентов отметили, что у них не было подходящих кейсов для участия в фестивалях
- Менее 10% респондентов отмечали, что в конкурсах, нацеленных на начинающих специалистов.
- В 5 наиболее популярных фестивалях участвовало более трети опрошенных.
- Половина респондентов участвовала в региональных фестивалях.
- Более 65% компаний отметили, что считают федеральные агентства более сильными конкурентами, нежели региональные.
- Более 70% компаний не участвовали в федеральных фестивалях и премиях поскольку считали свои кейсы слабее, чем у других участников.

Основные выводы

Более 60% респондентов готовы приехать на конкурс в Екатеринбурге. Среди опрошенных более 85% организаций представляют рекламные агентства и более половины компаний имеют в штате 20 и более сотрудников.

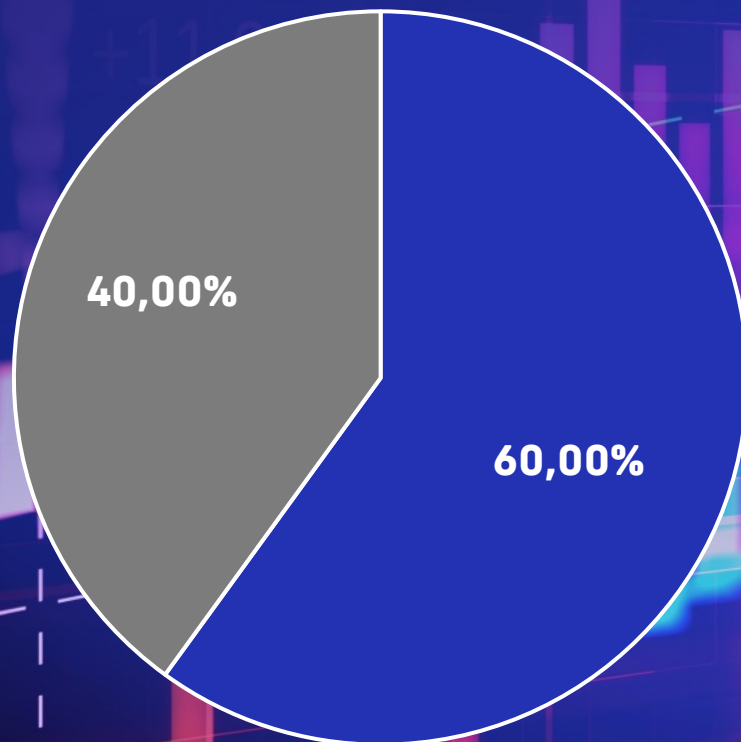
- Менее 35% респондентов отметили, что современной конкурсной и фестивальной ситуации нужны нововведения.
- Респонденты считают, что снижение стоимости участия в фестивалях улучшило бы конкурсную ситуацию.
- Стоимость подачи заявок и критерии предъявляемые к кейсам более 50% компаний считают важными факторами при принятии решения о подаче заявки на фестиваль.
- Более 80% респондентов отметило, что денежное вознаграждения слабо влияет или не влияет на принятие ими решения об участии в фестивале.
- В категории creative более 65% респондентов имеют кейсы с видео.
- Более 60% респондентов готовы приехать в Екатеринбург для участия в фестивале.
- Более 85% респондентов представляют рекламные агентства.
- 57% компаний имеют в штате более 20 сотрудников.

Участие в фестивалях

60% респондентов отметили, что имели опыт участия в фестивалях или премиях

Q1

Участвует/участвовала ли Ваша компания в
индустриальных фестивалях и премиях?



■ Да ■ Нет

Причины неучастия

Q2

Укажите причины, по которым Вы ранее не принимали участие в индустриальных фестивалях и премиях

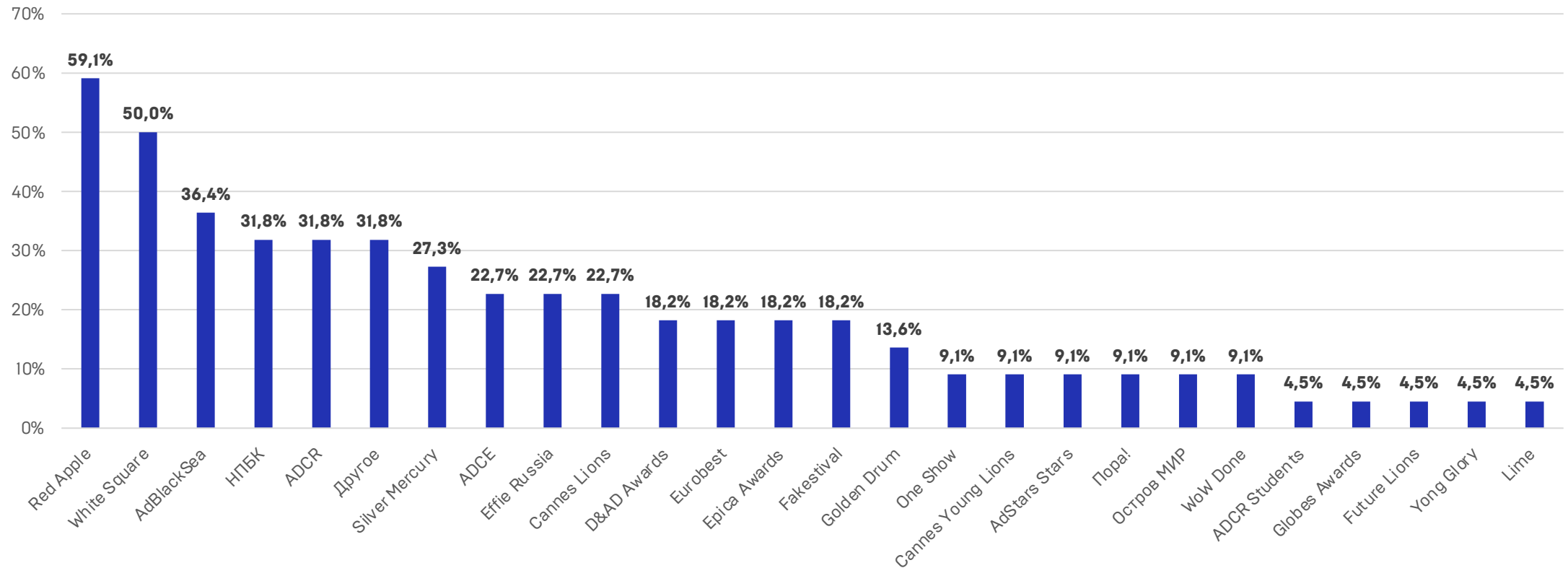


- Более 60% респондентов отметили, что не видят целесообразности участвовать в фестивалях.
- Менее трети респондентов отметили, что у них не было подходящих кейсов для участия в фестивалях.
- Более 50% компаний отметили, что были сосредоточены исключительно на работе с клиентами.

Оформление графиков длинный заголовок Оформление графиков длинный заголовок Оформление 28 размер

Q3

Укажите в каких фестивалях и премиях Вы участвовали.



Оформление графиков длинный заголовок Оформление графиков длинный заголовок Оформление 28 размер

Q3

Подобные графики оформляем след. образом: Красим, меняем шрифт, центруем. Масштабируем, если таблица слишком большая или маленькая. Текст истории - черный, если больше 2-3 строчек нужно уменьшать размер ее шрифта

- Более 50% респондентов участвовало в фестивалях Red Apple и/или White Square.
- Менее 10% респондентов отмечали, что в конкурсах, нацеленных на начинающих специалистов.
- Более трети компаний участвовали в других конкурсах, помимо отмеченных в списке.
- В 5 наиболее популярных фестивалях участвовало более трети опрошенных.

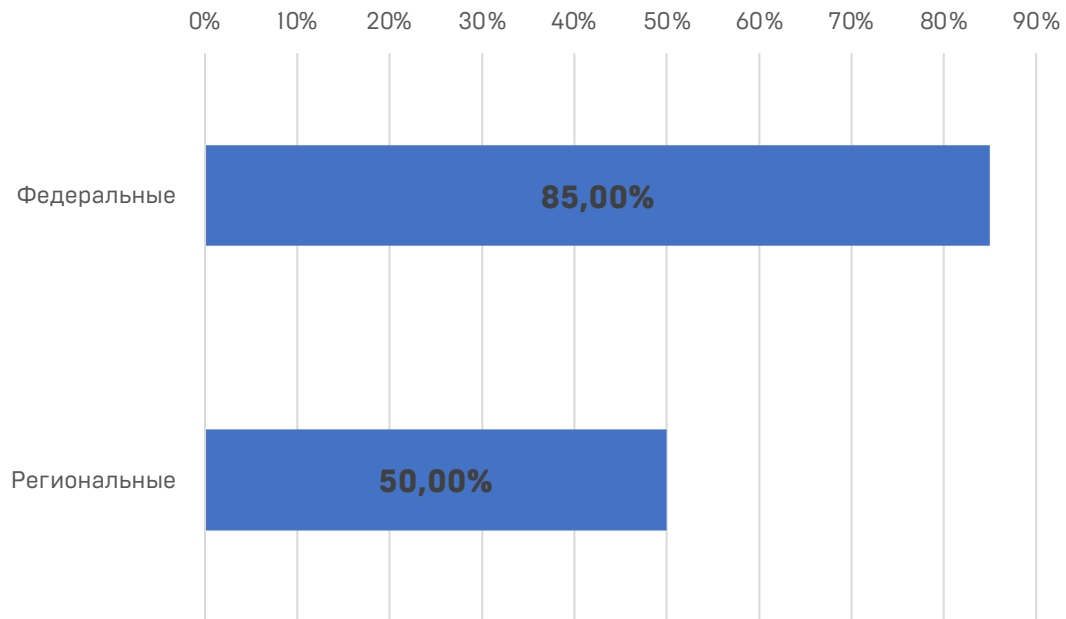
Другое:

- ВЕМА! Серебряный Лучник, Событие года, Event-Прорыв
- G8, Среда, Dieline
- Red Jolbors
- Tagline Awards
- Идея, Среда, Wow awards
- Среда, PHNX AdForum Tribute
- конкурс ЗНАК

Оформление инфографики

Q4

Какие это были фестивали и премии?



- Респонденты чаще (85%) отмечали что участвуют в федеральных фестивалях.
- Половина респондентов участвовала в региональных фестивалях.

Графики легко перекрашиваются во вкладке «формат». По умолчанию используем основной синий. Не забываем менять шрифт в графиках на Brutal Type. Цифры лучше делать белым цветом и выделять жирным

Оформление инфографики

Q5

Почему не принимали участие в федеральных фестивалях и премиях?



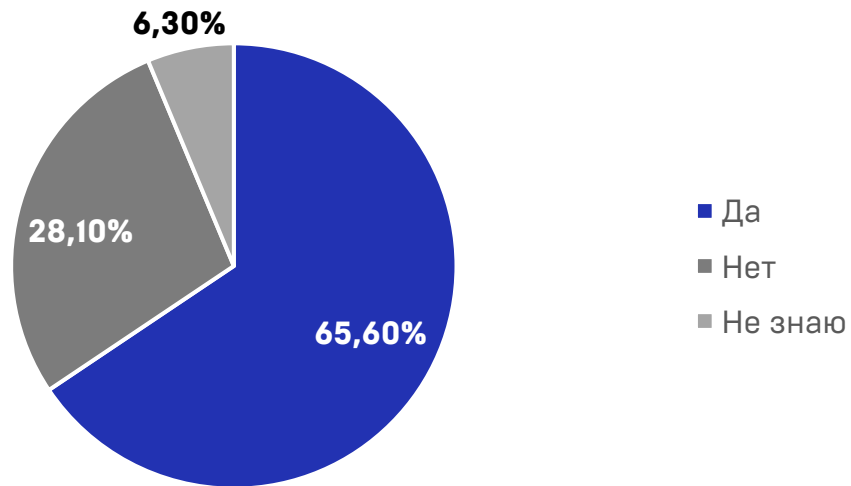
- Более 70% компаний не участвовали в федеральных фестивалях и премиях поскольку считали свои кейсы слабее, чем у других участников.
- Менее 15% компаний отметили, что имеют недостаточно квалификации для участия в федеральных фестивалях.
- Менее 15% респондентов считают, что жюри федеральных фестивалей не воспринимают региональных участников.

Графики легко перекрашиваются во вкладке «формат». По умолчанию используем основной синий. Не забываем менять шрифт в графиках на Brutal Type. Цифры лучше делать белым цветом и выделять жирным

Оформление инфографики

Q6

Считаете ли вы, что федеральные агентства более сильные конкуренты, чем региональные?



- Более 65% компаний отметили, что считают федеральные агентства более сильными конкурентами, нежели региональные.

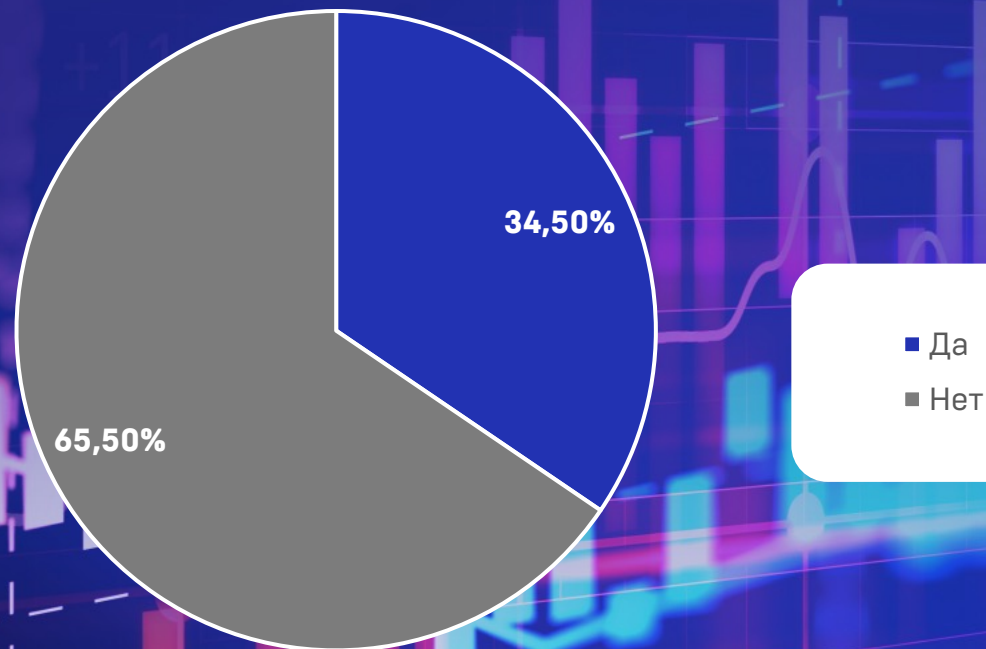
Графики легко перекрашиваются во вкладке «формат». По умолчанию используем основной синий. Не забываем менять шрифт в графиках на Brutal Type. Цифры лучше делать белым цветом и выделять жирным

Можно использовать этот слайд для круговых графиков с большим кол-вом информации

Менее 35% респондентов отметили, что современной конкурсной и фестивальной ситуации нужны нововведения.

Q7

Как Вы считаете, требуются ли нововведения в текущую фестивальную и конкурсную ситуацию в рекламной индустрии?



Оформление графиков длинный заголовок Оформление графиков длинный заголовок Оформление 28 размер

Q8

Как Вы считаете, какие нововведения могут улучшить фестивальную и конкурсную ситуацию в рекламной индустрии?

Другое:

- Надо подумать, я пока не знаком с индустрией близко
 - Равное участие для всех, минимальная стоимость участия или бесплатное участие.
 - Нужно больше участия регионов. На таких фестивалях как правило награждают одних и тех же известных игроков рынка.
 - Требуется обсуждения не в формате опроса
 - Выделение отдельных номинаций, соответствующих разному уровню участников, выделения специальных категорий по специфике деятельности клиентов (отраслевое деление)
 - Не специалист в организации подобных мероприятий, чтобы давать советы
 - Упрощение конкурсной документации, продвижение фестивалей
-
- Респонденты выделяют упрощение процедуры подачи документов на фестивали в качестве улучшения фестивальной ситуации.
 - Респонденты считают, что снижение стоимости участия в фестивалях улучшило бы конкурсную ситуацию.

Оформление графиков длинный заголовок Оформление графиков длинный заголовок Оформление 28 размер

Q9

Укажите, насколько представленные ниже факторы влияют на процесс принятия решения о подаче заявки на участие в рекламном фестивале / премии?

	Сильно влияет	Слабо влияет	Не влияет
Стоимость подачи заявки	69.2%	26.9%	3.8%
Критерии, предъявляемые к кейсам	61.5%	30.8%	7.7%
Регламент фестиваля / премии	23.1%	53.8%	23.1%
Список номинаций / подноминаций	50.0%	42.3%	7.7%
Конкурентная среда	46.2%	23.1%	30.8%
Организаторы фестиваля	46.2%	26.9%	26.9%
Жюри фестиваля	42.3%	42.3%	15.4%
Степень освещения фестиваля в СМИ	42.3%	34.6%	23.1%
Результаты прошедших фестивалей	30.8%	42.3%	26.9%
Тематика / повестка фестиваля	44.0%	32.0%	24.0%
Достойный приз	23.1%	42.3%	34.6%
Преференции при подаче заявок на другие фестивали	26.9%	50.0%	23.1%
Денежное вознаграждение	15.4%	34.6%	50.0%

Оформление графиков длинный заголовок Оформление графиков длинный заголовок Оформление 28 размер

Q3

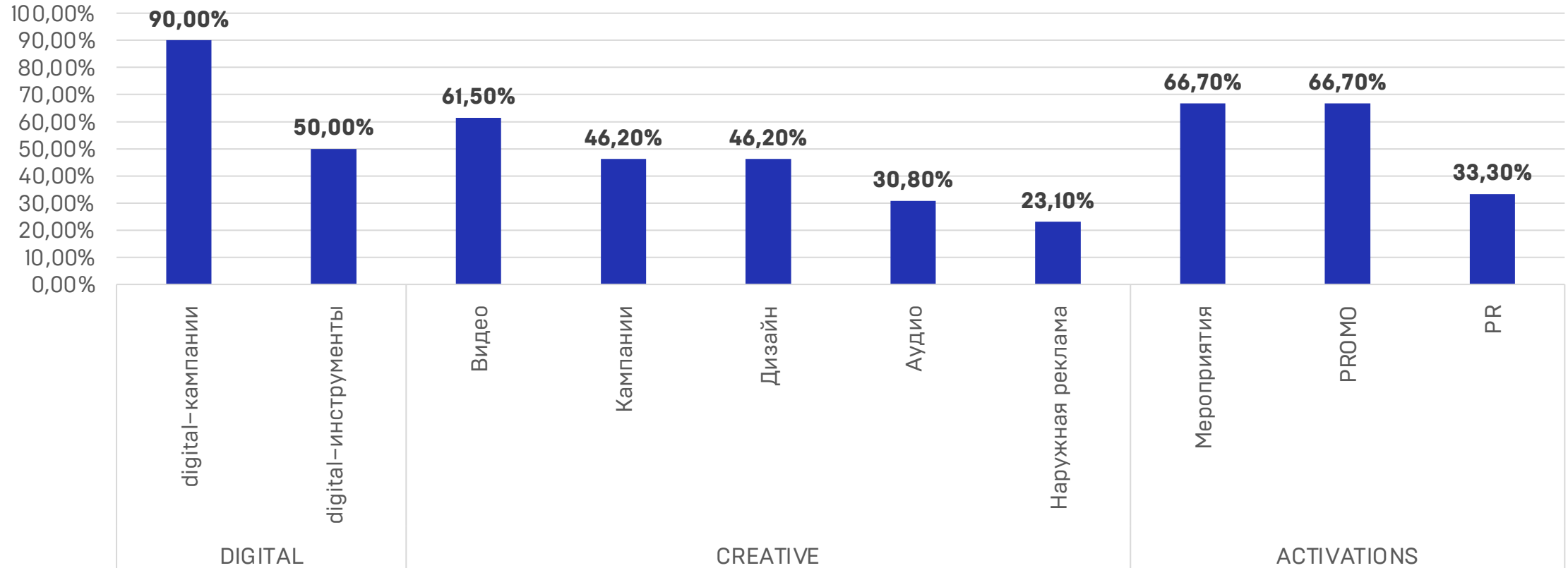
Укажите, насколько представленные ниже факторы влияют на процесс принятия решения о подаче заявки на участие в рекламном фестивале / премии?

- Стоимость подачи заявок и критерии предъявляемые к кейсам более 50% компаний считают важными факторами при принятии решения о подаче заявки на фестиваль.
- Более 80% респондентов отметило, что денежное вознаграждения слабо влияет или не влияет на принятие ими решения об участии в фестивале.
- Регламент фестиваля слабо влияет на принятие решения об участии в фестивале (отметили более 50% респондентов).

Оформление графиков длинный заголовок Оформление графиков длинный заголовок Оформление 28 размер

Q10

Перечислите, пожалуйста, в каких категориях у вас есть кейсы за период 2020/2021 гг?



Оформление графиков длинный заголовок Оформление графиков длинный заголовок Оформление 28 размер

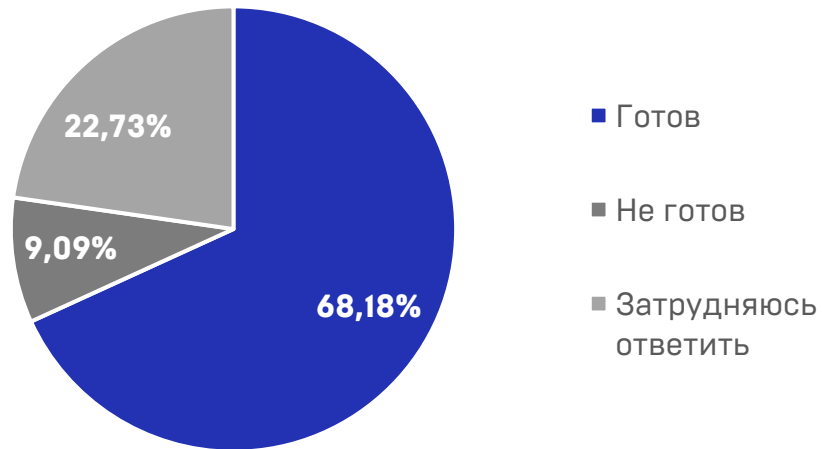
Q10

Перечислите, пожалуйста, в каких категориях у вас есть кейсы за период 2020/2021 гг?

- В категории creative более 65% респондентов имеют кейсы с видео.
- Более 90% компаний работающих с digital имеют опыт запуска digital-кампаний.
- Менее четверти респондентов работающих со сферой creative имеют кейсы наружной рекламы.
- Треть респондентов работающих в категории activations имеют PR-кейсы за 2020/2021 год.

Оформление инфографики

Q11 Готовы ли Вы приехать в Екатеринбург для участия в 2-х дневной программе фестиваля в рамках форума НРФ|Регионы 1-2 июля 2021 года?



- Более 60% респондентов готовы приехать в Екатеринбург для участия в фестивале.
- Менее четверти респондентов не готовы приехать в Екатеринбург для участия в фестивале.

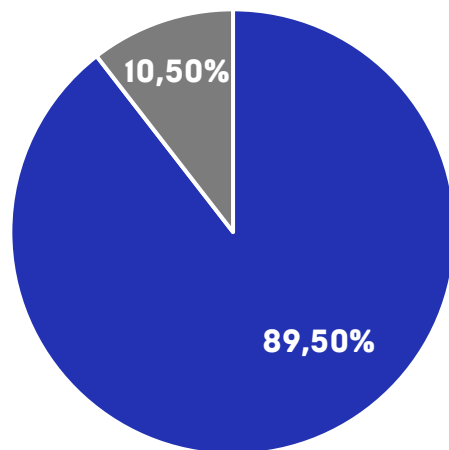
Не готов:

Не подготовились/ не собрали документы
Не видим целесообразности

Оформление инфографики

Q12

Вы представляете рекламное агентство или бизнес?



- Агентство
- Бизнес

- Более 85% респондентов представляют рекламные агентства.

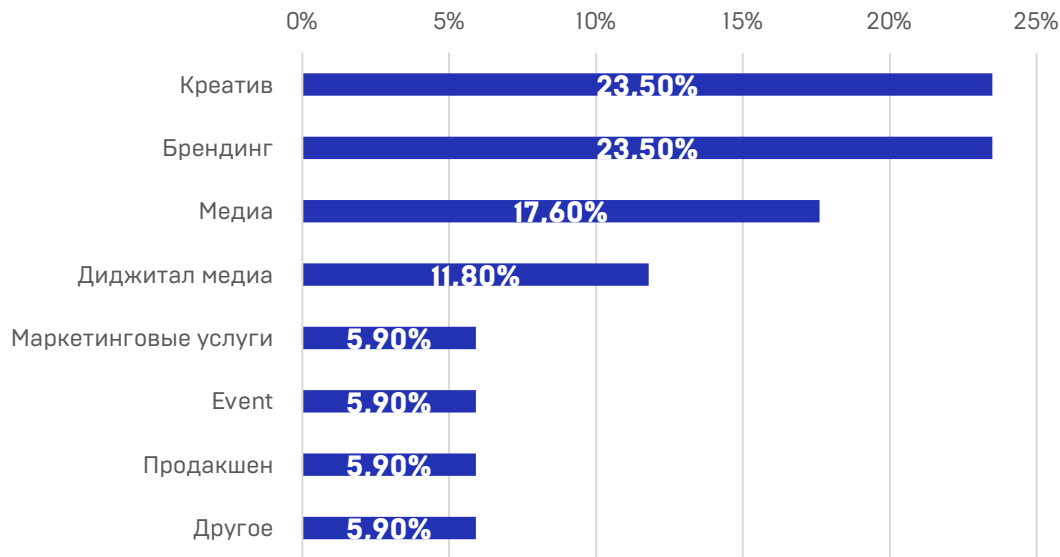
Бизнес:

Новости и СМИ
Финансы и страховая

Оформление инфографики

Q13

В какой сфере работает ваше агентство?



- Среди респондентов равное количество (23.5%) агентства из сферы креатива и бренддинга.
- Маркетинговые услуги, event и продакшен слабее всех представлены среди респондентов.

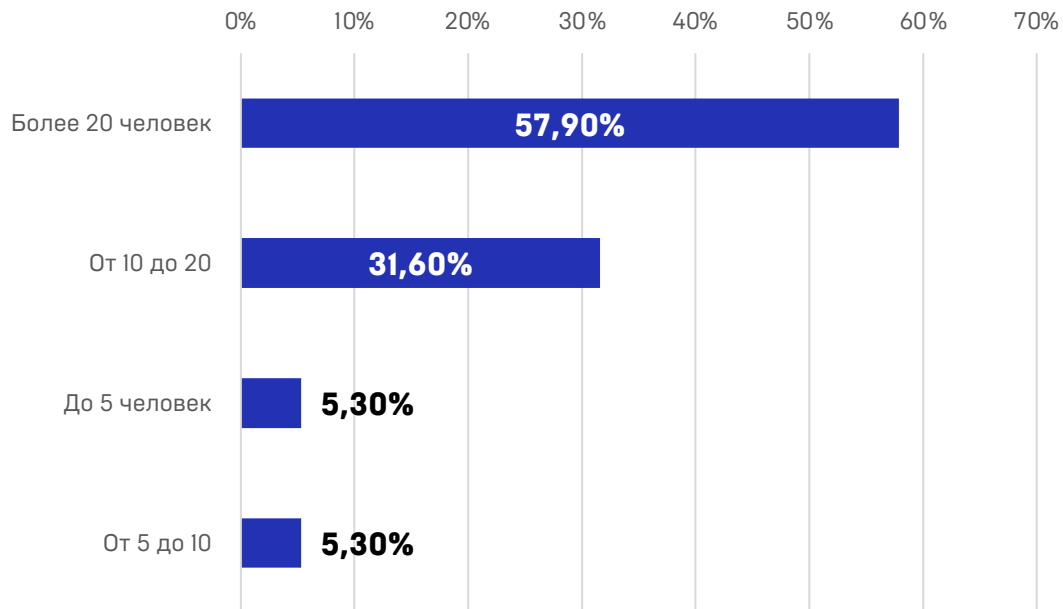
Другое:

Креативное и брендинговое агентство

Оформление инфографики

Q14

Какая численность штата в вашей компании?



- 57% компаний имеют в штате более 20 сотрудников.
- Менее 11% респондентов отметили что в их компании работает 10 и менее человек.
- Менее трети (31.6%) компаний имеют штат от 10 до 20 человек.

КОНТАКТЫ

AKARUSSIA.RU

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

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

**РУКОВОДИТЕЛЬ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО ЦЕНТРА
АКАР/IAВ RUSSIA/РАМУ**

Николай Васильев

nv@akarussia.ru

**МЕНЕДЖЕР ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО
ОТДЕЛА**

Илья Медведев

i.medvedev@akarussia.ru

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОТДЕЛА
КОММУНИКАЦИЙ**

Марина Чурсинова

pr@akarussia.ru