

Глобальный барометр UFI

Барометр

 **ufi** The Global Association of the Exhibition Industry

23 Издание

Отчет, основанный на результатах анкетирования, Июль 2019 г.



Глобально



Южная Африка



Великобритания



Центральная и Южная Америка



Мексика



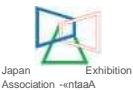
Индонезия



Австралия



Индия



Япония



Макао



Россия



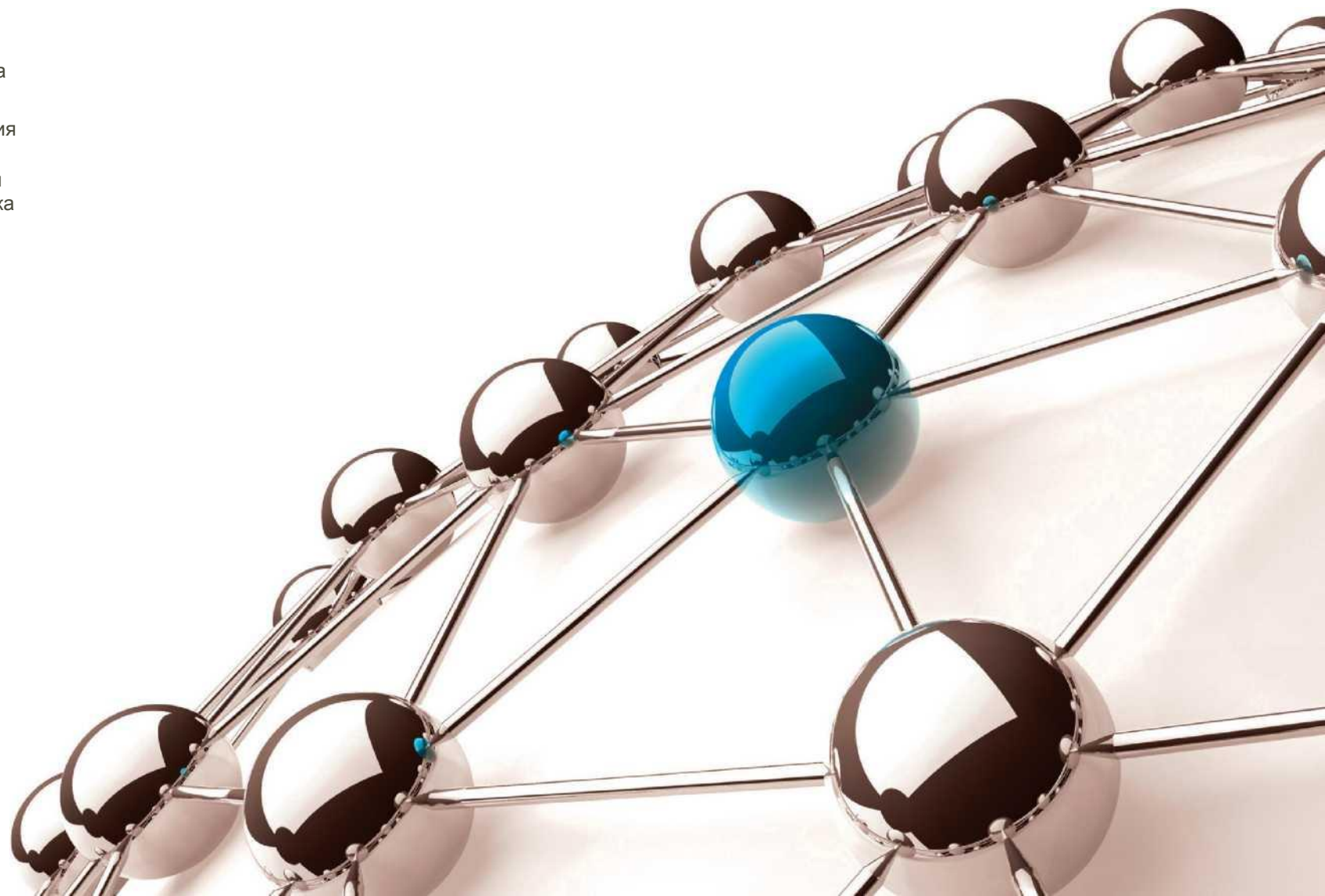
США



Тайланд



Бразилия



Глобальный

Отчет



Анализ Глобальной выставочной индустрии и Глобальные сопоставления.

Глобальный Барометр – Отчет о развитии Выставочной индустрии, выходящий два раза в год.

Мировая карта Площадок – Отчет о трендах Площадок и глобальном развитии.

Исследование вклада в экономику

– Отчет о вкладе выставок в Глобальном и региональном масштабах.

Региональные

Отчеты

Регулярные обзоры рынка в регионах, где расположены отделения UFI.

Euro Fair Statistics – Ежегодный список проверенной информации по Европе, по странам.

The Trade Fair Industry in Asia – Ежегодный анализ развития рынков в АТР, по странам.

The Exhibition Industry in MEA – Обзор выставочного рынка Среднего востока и Африки.

Тематические

Отчеты



Исследования, посвященные проблемам и развитию выставочной индустрии.

Global Visitor Insights & Global Exhibitor Insights – Данные исследований обратной связи от экспонентов.

Best Practices Compendiums – Лучшие практики, истории успеха развития в отрасли.

Global Digitisation Index – Глобальный индекс цифровизации – обзор развития цифровизации в индустрии.

Партнер исследований UFI: F R E E M A N



Исследования вы можете
найти здесь:

www.ufi.org/research

Вступление

23й «Глобальный барометр выставочной индустрии» базируется на Глобальном исследовании, результаты которого подведены в Июле 2019 г. Он представляет актуальную информацию о развитии и состоянии Глобальной выставочной индустрии, а также отдельно 20 стран и регионов.

Барометр UFI выходит дважды в год, начиная с 2009 года. С тех пор все больше ассоциаций присоединяются к этому исследованию, и объем анализируемых данных постоянно растет.

Кроме РСВЯ - Российского союза выставок и ярмарок, присоединившегося в 2019 году, это такие ассоциации как AAXO (Ассоциация выставочных организаторов Африки) и EXSA (Ассоциация выставок и ивентов Южная Африка) в Южной Африке, АЕО (Ассоциация организаторов мероприятий) Великобритании, AFIDA (Международная ассоциация выставок/ярмарок Америки), представляющая Центральную и Южную Америку, AMPROFEC (Мексиканская ассоциация профессионалов Выставок, ярмарок и конгрессов) в Мексике, ЕЕАА (Ассоциация выставок и ивентов Австралии и Азии) в Австралии, IЕСА (Ассоциация выставочных компаний Индонезии) в Индонезии, IEIA (Индийская ассоциация выставочной индустрии) в Индии, JEXA (выставочная ассоциация Японии), MFTA (Выставочная ассоциация Макао) в Макао, SISO (Сообщество независимых организаторов мероприятий) в США, ТЕА (Тайская выставочная ассоциация) в Тайланде и UBRAFE (Бразильский союз выставочной индустрии) в Бразилии.

Вопросы относительно исследования вы можете задать Кристиану Дрюару, Менеджеру по исследованиям UFI, chris@ufi.org.

Полное исследование доступно онлайн на английском языке:

www.ufi.org/research.

23-й барометр изучил динамику ожиданий участников по валовому обороту на обе половины 2019 года и первую половину 2020 года по сравнению с их оборотом за тот же период предыдущего года.

На следующем графике представлен процент компаний по регионам, заявляющих об увеличении оборота. Он объединяет эти результаты с результатами предыдущих опросов с 2008 года и не учитывает ответы «не знаю» или «не применимо».

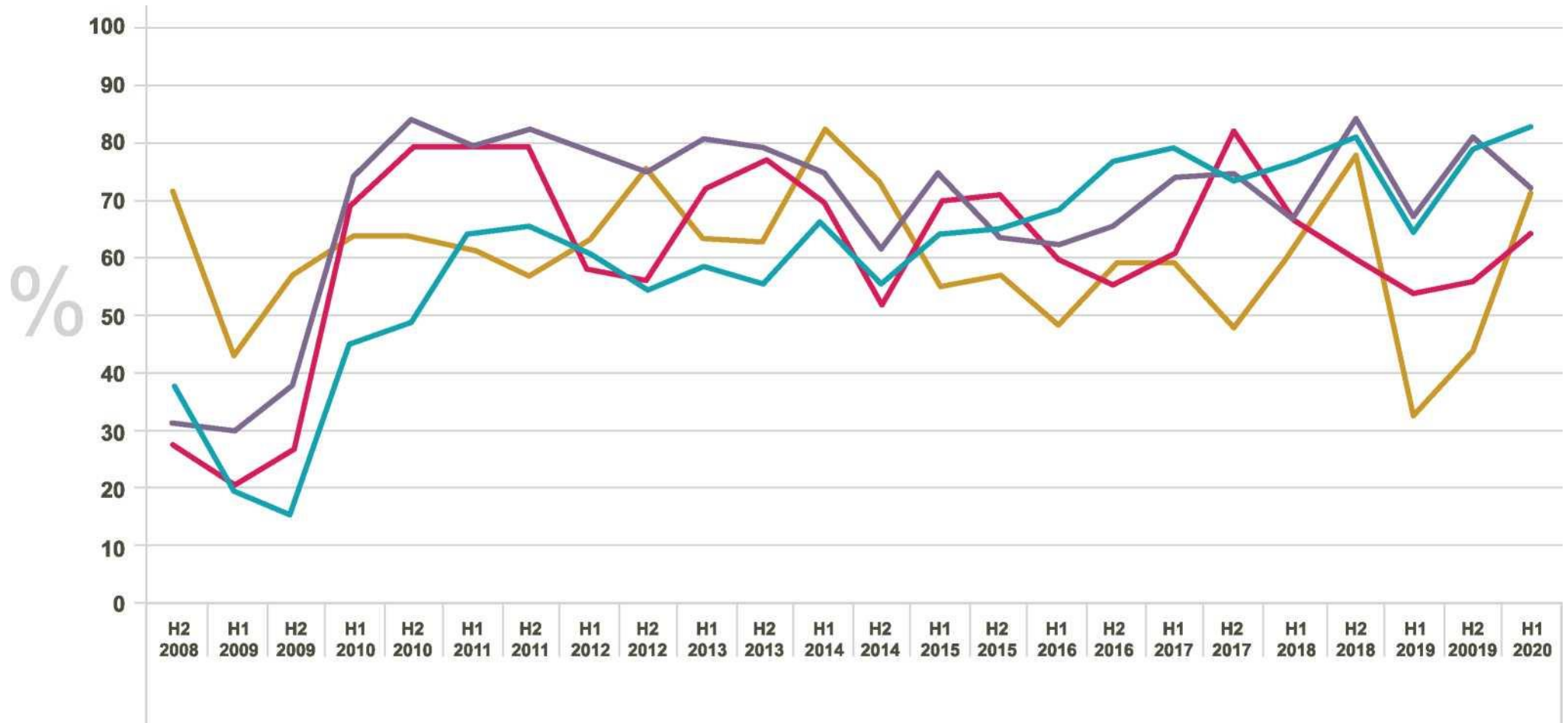
В то время как большинство компаний во всех регионах - за исключением Ближнего Востока / Африки - ожидают увеличения валового оборота в обоих полугодиях 2019 года и первой половине 2020 года, первая половина 2019 года выглядит слабее по сравнению с последними годами. При этом текущие прогнозы на вторую половину 2019 года и первую половину 2020 года показывают возврат к прочным показателям.

Диаграммы, включенные во вторую часть отчета («Подробные результаты отдельных стран или регионов»), детализируют эти региональные результаты, добавляя процент компаний, заявивших об уменьшении своего оборота, и процент тех компаний, которые выбрали ответ «не знаю». Эти диаграммы обеспечивают лучшее понимание различных ситуаций:

- В восьми из опрошенных стран и регионов большинство компаний отмечают увеличение оборота во все три рассматриваемых периода. Это Австралия, Бразилия, Италия, Япония, Южная Африка, Тайланд, Великобритания и США.
- На второе полугодие 2019 г. и первую половину 2020 г. такая ситуация характерна также для Германии, Индии, Индонезии, Макао и России.
- В Аргентине, Китае, на Ближнем Востоке и в Мексике значительное количество компаний показывают замедление оборота.

% компаний, отмечающих рост оборота по сравнению с прогнозами на тот же период в предыдущем году (не учитывая возможный эффект от мероприятий, проходящих не ежегодно)
 H1=1-е полугодие, H2=2-е полугодие

Северная и Южная Америки Европа Ближний Восток – Африка ATP



В 23^м Глобальном Барометре поднимался вопрос развития операционной прибыли 2018 и 2019 гг. по сравнению в предыдущими годами.

Диаграмма, представленная на следующей странице, отображает результаты нынешнего и предыдущих исследований, начиная с 2009 года.

Она демонстрирует результаты по компаниям, заявляющим о росте более чем на 10% и по тем, кто демонстрирует стабильные показатели (между -10% и +10%).

Результаты показывают, что:

- В каждом из четырех регионов 80% компаний отметили хороший уровень работы в 2018 г. и около 40-50% из них отмечают рост более чем на 10% по сравнению с 2017 годом.

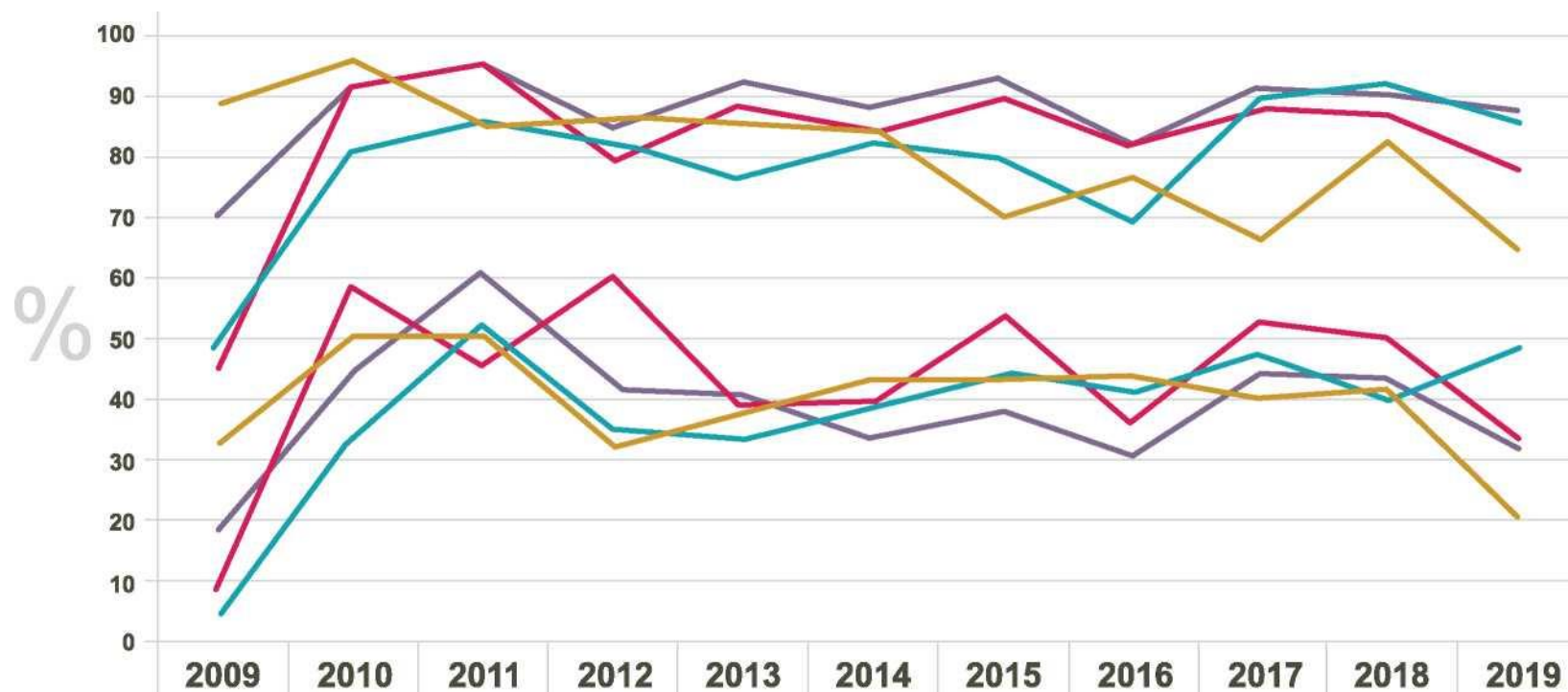
Наибольшее количество компаний, заявляющих о таком увеличении в 2018 году, находятся в Великобритании (71%), Мексике (64%), Германии (62%), США (60%), Бразилии и Италии (50%). Самые низкие показатели - в Японии (27%), России (18%) и Макао (13%).

- В 2019 году только в Европе доля компаний, ожидающих увеличения операционной прибыли более чем на 10%, в среднем выше. Во всех других регионах доля компаний, прогнозирующих это, уменьшилась в 2019 году в сравнении с 2018.

Наибольшая доля компаний, заявляющих о таком увеличении в 2019 году, наблюдается в России (71%), Великобритании (55%), Индии (53%) и США (45%). Самые низкие показатели - в Таиланде (20%), Аргентине (14%) и на Ближнем Востоке (9%).

Операционная прибыль по сравнению с предыдущим годом

Северная и Южная Америки Европа Ближний Восток – Африка ATP



% компаний, отмечающих:

- стабильную прибыль (между -10% и +10%)

- или ее повышение более чем на 10%

% компаний, отмечающих:

- прибыль или повышение более чем на 10%

Участникам исследования было предложено обозначить три важнейших фактора из семи предложенных, оказывающих наибольшее влияние на состояние их организаций в наступающем году. При этом можно было отметить несколько вариантов.

Также, как и в предыдущих исследованиях, большинство ответов относится к следующим факторам:

- “Состояние экономики на внутреннем рынке” (24% в текущем исследовании, снижение на 1% по сравнению с предыдущим исследованием (6 мес. ранее));
- “Конкуренция в отрасли” (19% в текущем исследовании, без изменений);
- “Глобальное экономическое развитие” (19% в текущем исследовании, снижение на 1% по сравнению с предыдущим исследованием (6 мес. ранее));
- “Внутренние проблемы” (16% в текущем исследовании, до 1% по сравнению с предыдущим исследованием (6 мес. ранее), где “Человеческие ресурсы” были отмечены как важнейший аспект.

“Влияние цифровизации” (“Удовлетворение потребностей клиентов в области цифровизации”, “Новые цифровые продукты” или “Внутренние процессы”), “Конкуренция с другими маркетинговыми инструментами” (“Интернет”, “Соцсети”, “Виртуальные выставки” или “Другие”) и “Законодательство/ Взаимодействие с органами власти” (“Устойчивое развитие”, “Безопасность и охрана труда” и “Другие”) остались на прежнем уровне по сравнению с предыдущим исследованием.

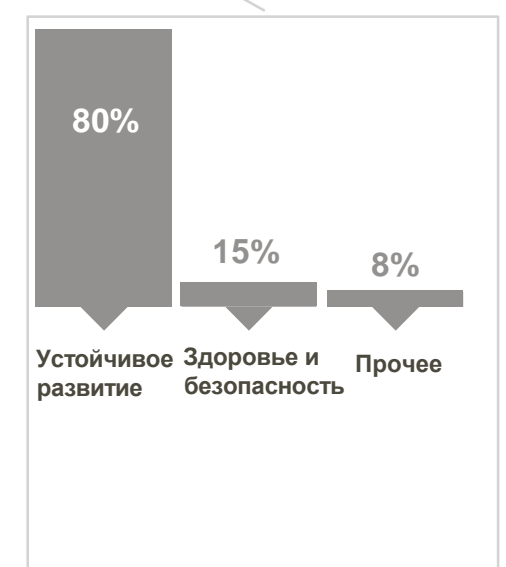
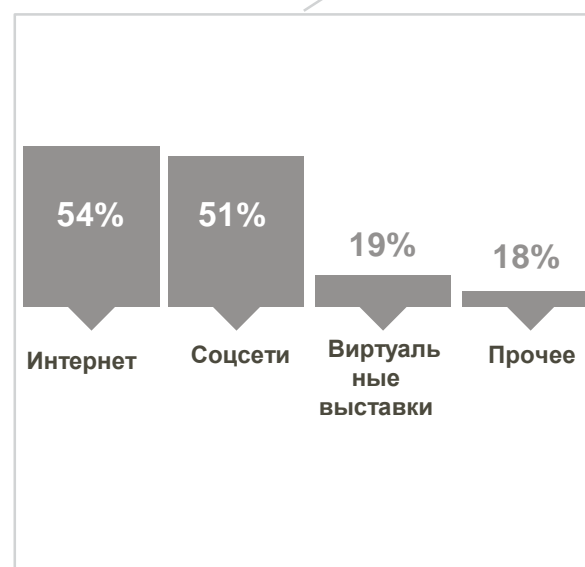
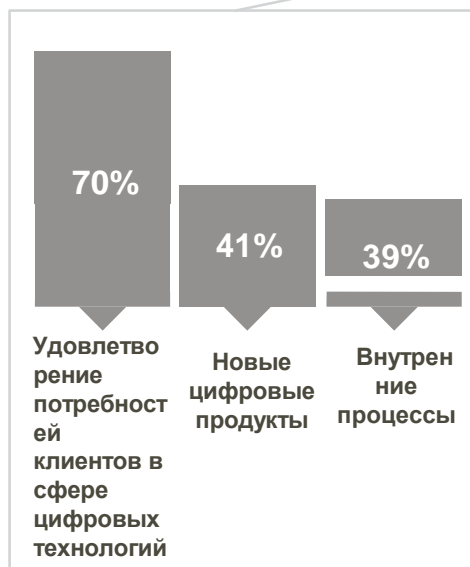
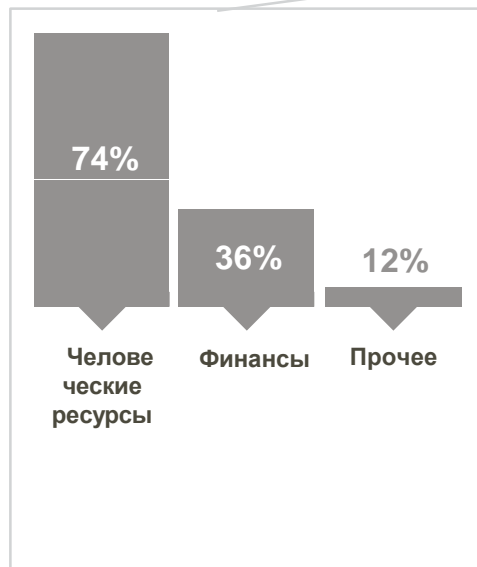
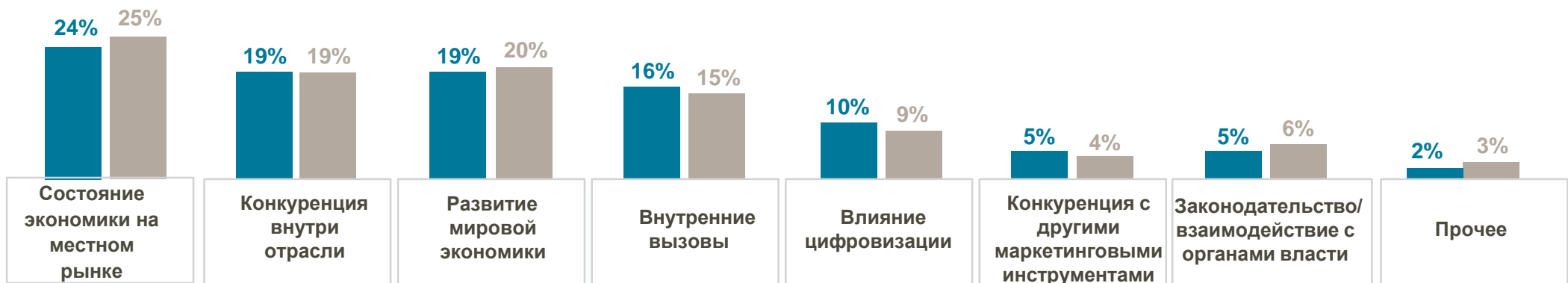
Следующий слайд демонстрирует обобщенные результаты в мировом масштабе. Далее приводятся подробная информация по регионам и видам деятельности (для трех основных категорий: организаторы, выставочные центры, сервис-провайдеры). Результаты выявили некоторые отличия:

- “Развитие мировой экономики” в Северной и Южной Америке менее значимо, чем во всех других регионах мира.
- “Конкуренция внутри индустрии” менее важна для площадок, чем для организаторов и сервис-провайдеров.

Важнейшие факторы: Глобальные результаты

Результаты текущего исследования -
Июнь 2019

Результаты предыдущего исследования -
Декабрь 2018

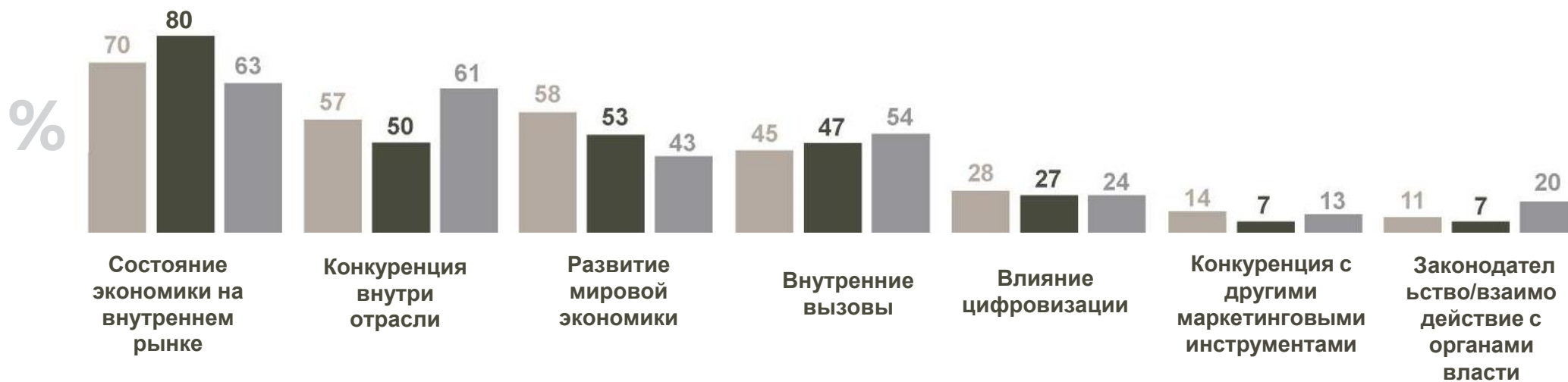


Важнейшие факторы: детализация по регионам и видам активностей относительно Топ-5 факторов

Северная и Южная Америки Европа Ближний Восток – Африка АТР



Организатор Площадка Сервис-провайдер



В связи с ускорением процесса цифровизации в компаниях по всему миру, Глобальный барометр уделил особое внимание цифровой активности в выставочной индустрии. Результаты показывают, что большинство компаний отреагировали на ускорение процесса цифровизации в выставочной индустрии. Тем не менее, прогресс ограниченный.

«Индекс цифровизации» в направлении «полной оцифровки» составляет 27 в целом по миру. Китай, Германия, Индия, Индонезия, Италия, Мексика, Великобритания и США считаются наиболее продвинутыми в процессе цифровой трансформации выставочными рынками.

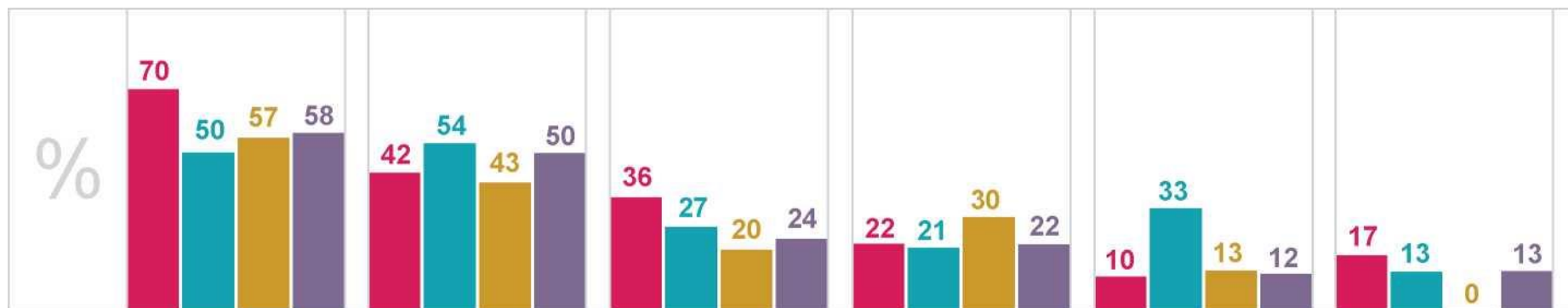
- **58% участников опроса сообщили, что они добавили цифровые услуги / продукты (такие как приложения, цифровая реклама, цифровая реклама) в существующие выставки. Это получило широкое распространение в Бразилии (71%), Китае (72%), Италии (64%), Мексике (75%), Великобритании (73%) и США (62%).**
- **Компании в выставочной индустрии также оцифровывают свою деятельность: в целом по миру 48% заявили, что они изменили внутренние рабочие процессы так, чтобы они стали более цифровыми. Наиболее развитыми выставочными рынками здесь являются Австралия (55%), Китай (56%), Индия (55%), Южная Африка (53%) и Великобритания (91%).**
- **28% компаний, участвовавших в опросе, сообщили, что они разработали стратегию цифровой трансформации для всей компании, лидеры здесь - Италия (55%), Мексика (50%), Великобритания (45%) и США (46%)**
- **18 % ввели специальные должности (например, директор по цифровым технологиям) в высшем руководстве – больше всего в Германии (50%), Индонезии (30%), Мексике (33%) и России (54%)**
- **Наконец, 13% участников опроса заявили, что они запустили цифровые продукты, не имеющие прямого отношения к существующим выставкам. Эта тенденция особенно заметна в Индии (30%), Индонезии (30%), Великобритании (36%) и США (31%).**

На следующих страницах показаны глобальные результаты, за которыми следуют подробные результаты.



Цифровизация: детализация по регионам и видам активностей

Americas Europe Middle East - Africa Asia - Pacific



Добавили цифровые услуги / продукты к уже существующим выставкам (приложения, цифровая реклама, электронные табло)

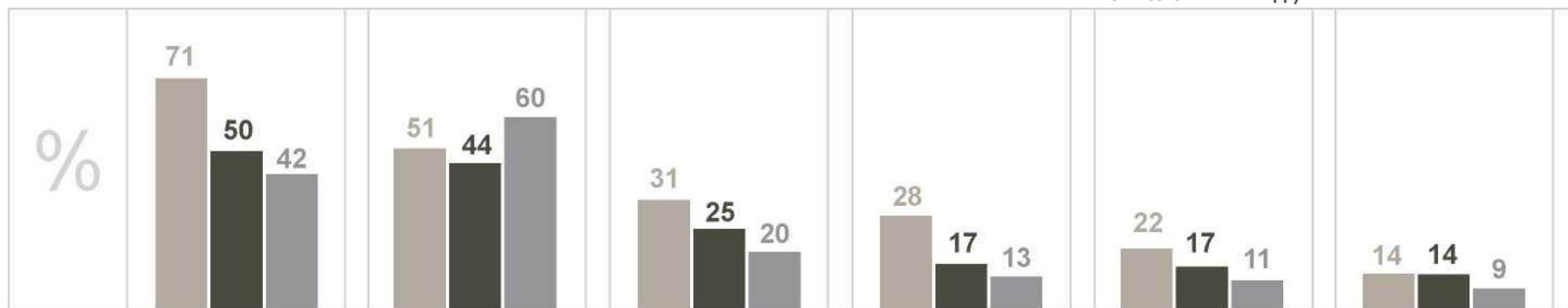
Изменили внутренние рабочие процессы в компании на цифровые процессы

Разработали цифровую / трансформационную стратегию для всей компании

Разработали стратегию цифровой трансформации для отдельных выставок / продуктов

Ввели специальные должности в высшем руководстве (например, директор по цифровым технологиям и т.д.)

Запустили цифровые продукты, не связанные напрямую с существующими выставками



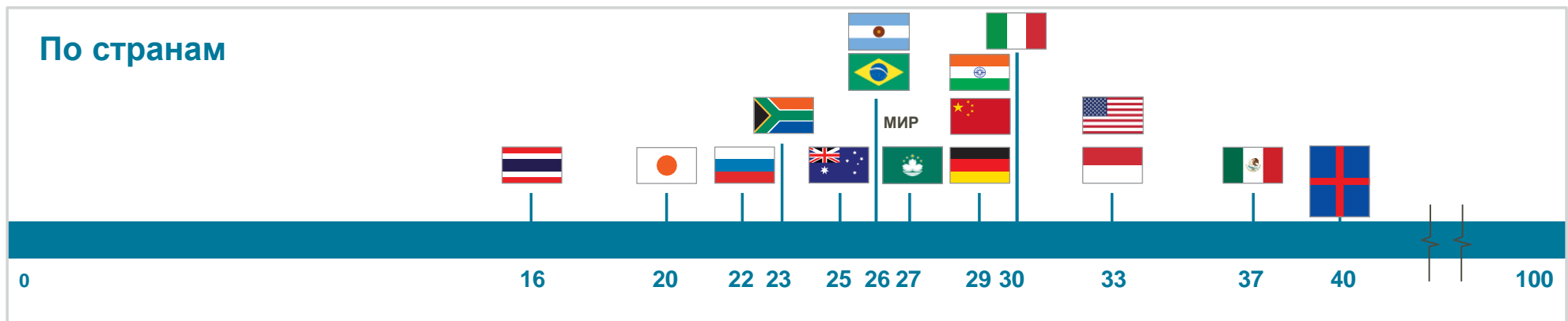
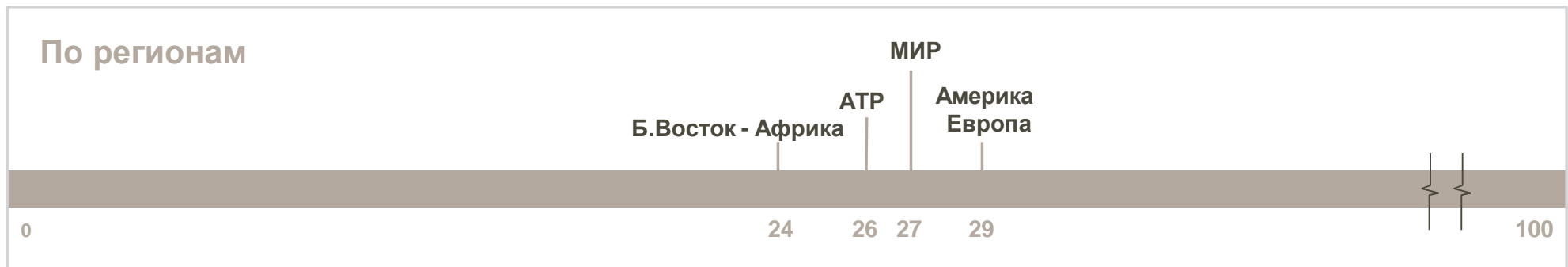
Организатор

Площадка

Сервис-провайдер

Индекс внедрения цифровизации

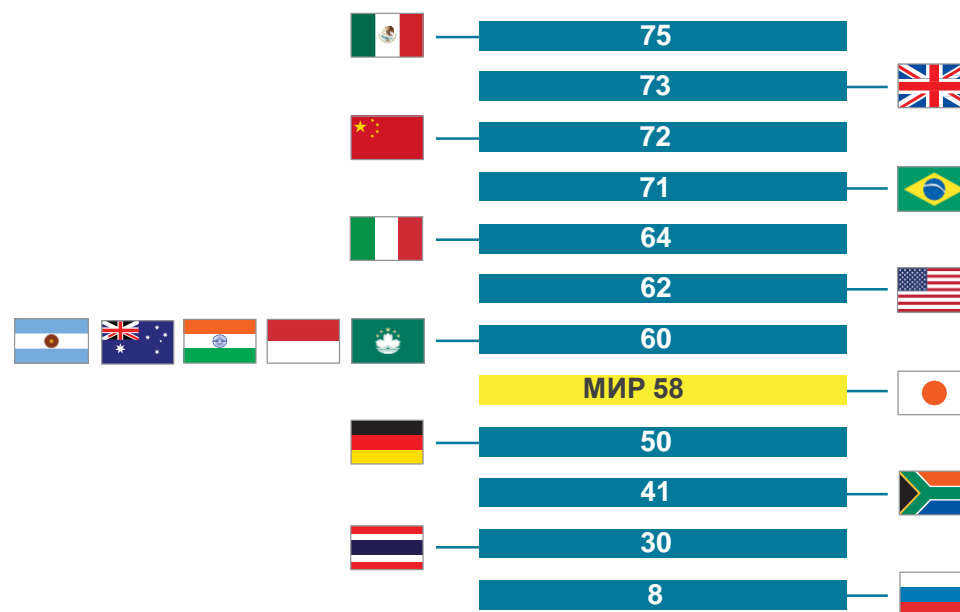
Обобщая состояние всех активностей по цифровизации, этот индекс показывает, насколько далеко различные рынки выставочной индустрии по всему миру в настоящее время продвинулись по направлению к полной цифровизации.



Движение по пути цифровизации

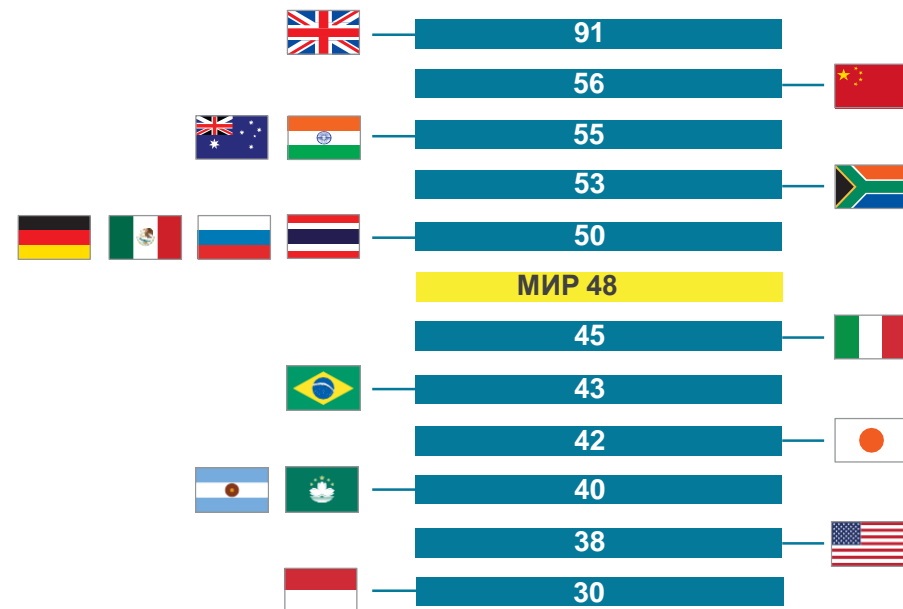
Чтобы узнать, как глобальная выставочная индустрия реагирует на ускоряющийся процесс цифровизации, мы попросили участников «Глобального выставочного барометра» отметить, какие из мероприятий по цифровизации они проводили.

“Да, мы добавили цифровые услуги / продукты к уже существующим выставкам (приложения, цифровая реклама, электронные табло)”



Чтобы узнать, как глобальная выставочная индустрия реагирует на ускоряющийся процесс цифровизации, мы попросили участников «Глобального выставочного барометра» отметить, какие из мероприятий по цифровизации они проводили.

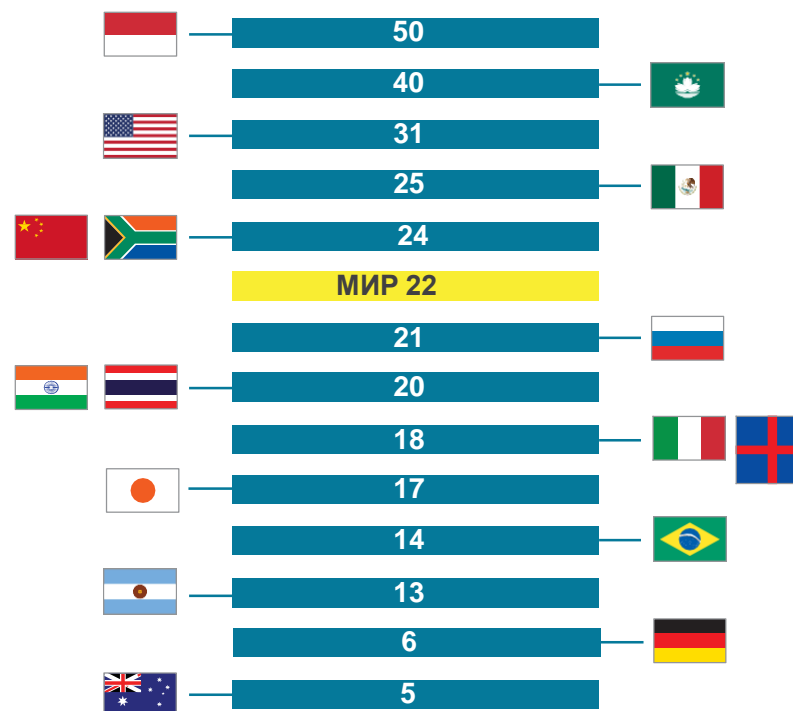
“Да, мы изменили внутренние рабочие процессы в компании на цифровые процессы”



Движение по пути цифровизации

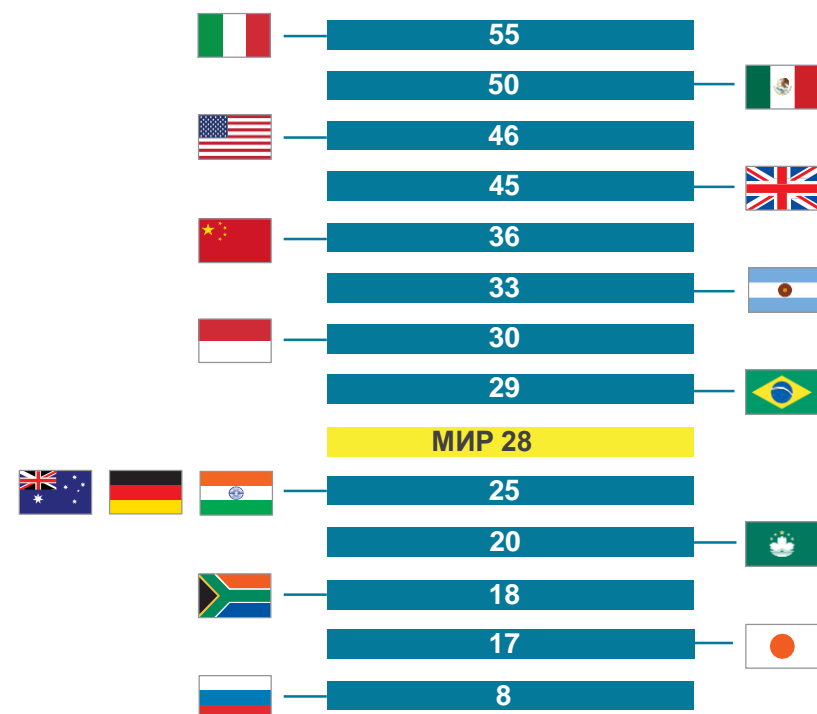
Чтобы узнать, как глобальная выставочная индустрия реагирует на ускоряющийся процесс цифровизации, мы попросили участников «Глобального выставочного барометра» отметить, какие из мероприятий по цифровизации они проводили.

” Да, мы разработали стратегию цифровой трансформации для отдельных выставок / продуктов ”



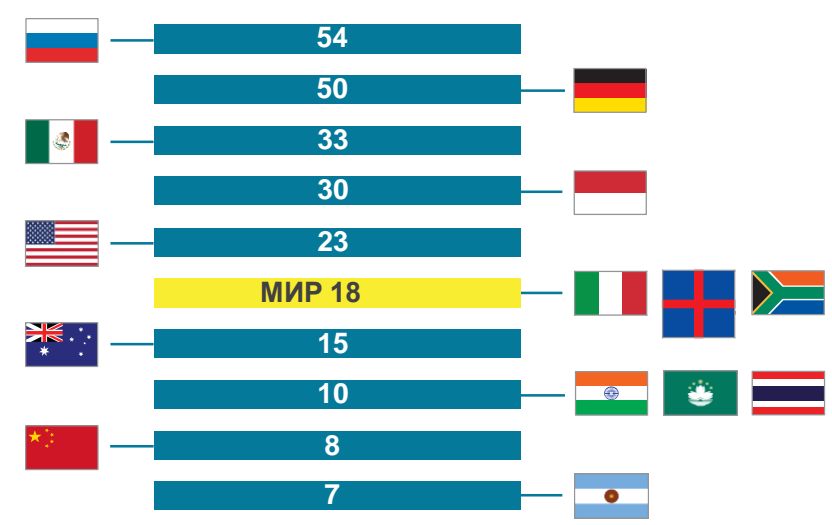
Чтобы узнать, как глобальная выставочная индустрия реагирует на ускоряющийся процесс цифровизации, мы попросили участников «Глобального выставочного барометра» отметить, какие из мероприятий по цифровизации они проводили.

“ Да, мы разработали цифровую / трансформационную стратегию для всей компании “



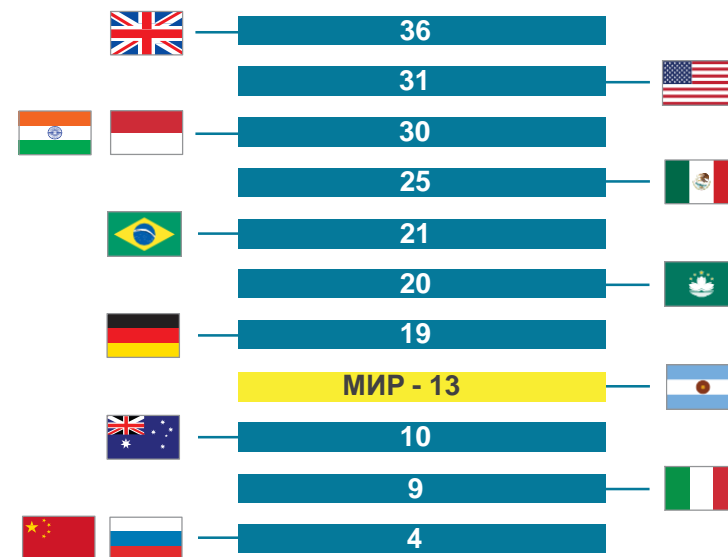
Чтобы узнать, как глобальная выставочная индустрия реагирует на ускоряющийся процесс цифровизации, мы попросили участников «Глобального выставочного барометра» отметить, какие из мероприятий по цифровизации они проводили.

“Да, мы ввели специальные должности в высшем руководстве (например, директор по цифровым технологиям и т.д.)”



Чтобы узнать, как глобальная выставочная индустрия реагирует на ускоряющийся процесс цифровизации, мы попросили участников «Глобального выставочного барометра» отметить, какие из мероприятий по цифровизации они проводили.

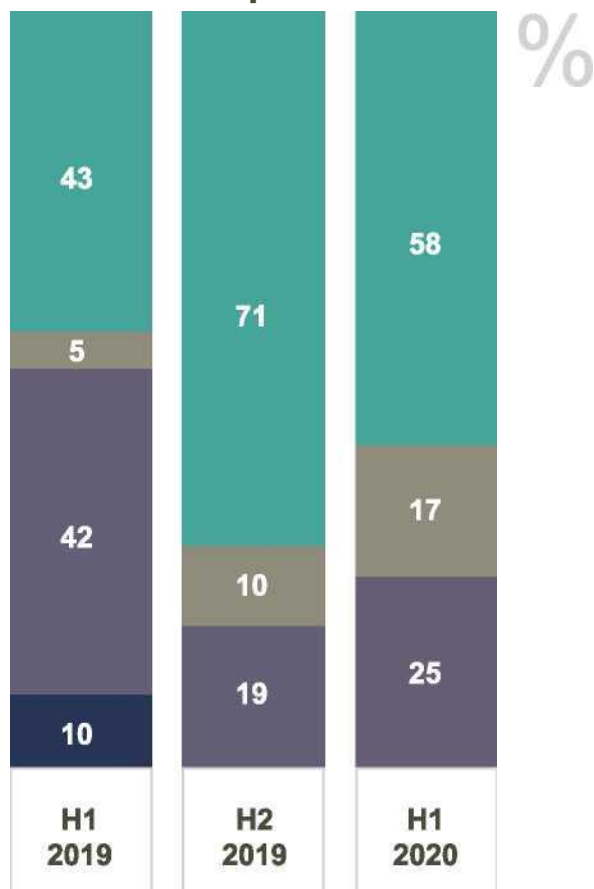
“Да, мы запустили цифровые продукты, не связанные напрямую с существующими выставками”



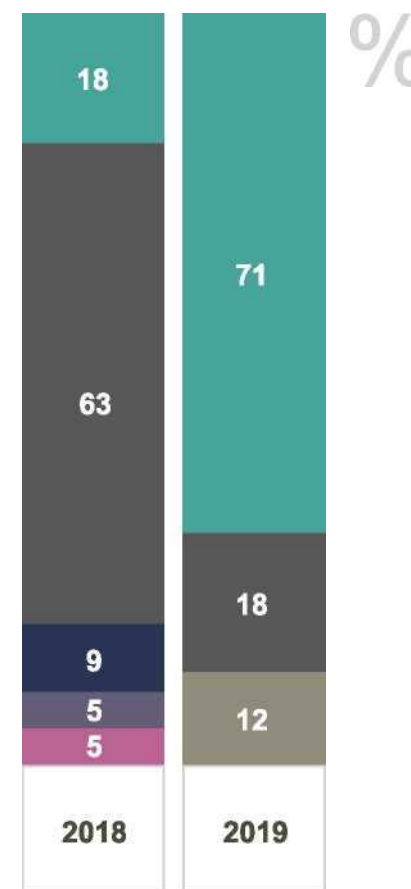


Финансовые ожидания Российских выставочных компаний по сравнению с предыдущими годами

Оборот



Операционная прибыль



H1 – первое полугодие
H2 – второе полугодие

Снижение: 10% или более

Снижение: менее 10%

Я не знаю

Рост

Убыток

Снижение: более чем на 50%

Снижение на 11-50%

Я не знаю

Стабильно (между -10% и +10%)

Рост: 10% и более



Важнейшие вызовы выставочной индустрии в России и Глобально

Россия Глобально



Цифровизация: внедрение в России и на Мировом рынке



Глобальный барометр измеряет пульс выставочной индустрии с 2008 года. В этом 23-м выпуске опроса, проведенном в июле 2019 года, приняло участие 322 компании из 57 стран. Приведены подробные результаты по 20 географическим регионам, включая 16 крупных стран и региональных рынков.

Результаты опроса показывают в целом позитивный прогноз в плане финансовых ожиданий, однако некоторые признаки замедления оборота отмечены в первом полугодии 2019 года, а также в части прибыли в 2019 году по сравнению с 2018 годом, что отражает замедление глобального экономического роста. А конкретно:

- В то время как большинство компаний во всех регионах - за исключением Ближнего Востока / Африки - ожидают **увеличения валового оборота** в обоих полугодиях 2019 года и первой половине 2020 года, первая половина 2019 года выглядит слабее по сравнению с последними годами. При этом текущие прогнозы на вторую половину 2019 года и первую половину 2020 года показывают возврат к крепким показателям. В восьми из опрошенных стран и регионов большинство компаний заявили об увеличении оборота во всех трёх периодах. Эти страны: Австралия, Бразилия, Италия, Япония, Южная Африка, Таиланд, Великобритания и США. Во второй половине 2019 года и первой половине 2020 года эта ситуация также распространяется на Индию, Индонезию, Германию, Макао и Россию.
- В части **операционной прибыли**, 80% компаний продолжили показывать хорошие результаты в 2018 году и 40-50% из них заявили о росте более чем на 10% в сравнении с 2017 годом. Наибольшая доля компаний, заявляющих о таком росте в 2018 году, наблюдается в Бразилии, Германии, Италии, Мексике, Великобритании и США. В 2019 году только в Европе доля компаний, ожидающих увеличения операционной прибыли более чем на 10%, в среднем становится выше.

Во всех других регионах доля компаний, прогнозирующих такой рост, уменьшается с 2018 по 2019 год. Наибольшая доля компаний, заявляющих о таком росте в 2018 году, наблюдается в России (71%), Великобритании (55%), Индии (53%) и США (45%).

Отвечая на вопрос о **наиболее важных проблемах для их бизнеса** в предстоящем году, компании по-прежнему обеспокоены следующими 4 темами: «Состояние экономики на внутреннем рынке» (24% в текущем обзоре, что на 1% ниже, чем 6 месяцев назад) «Конкуренция внутри отрасли» (19%, без изменений), «Развитие мировой экономики» (19%, снижение на 1%), «Внутренние проблемы» (16%, увеличение на 1%).

Наконец, результаты Глобального барометра показывают, что большинство компаний реагируют на ускорение процесса цифровизации в выставочной индустрии. «Индекс цифровизации» в направлении «полной оцифровки» составляет 27 во всем мире. Китай, Германия, Индия, Индонезия, Италия, Мексика, Великобритания и США считаются выставочными рынками, которые в настоящее время наиболее продвинуты в процессе цифровой трансформации.

БЛАГОДАРИМ ВСЕХ, КТО ПРИНЯЛ УЧАСТИЕ В ОПРОСЕ!

СЛЕДУЮЩЕЕ ИССЛЕДОВАНИЕ БУДЕТ ВЫПУЩЕНО В ИЮНЕ 2020 ГОДА – ПРИГЛАШАЕМ ВАС ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ В ОПРОСАХ!

Приложение: Количество ответов по странам. Всего 322 (57 стран/регионов)

Северная Америка	27	Европа	92	Ближний Восток	13
Канада	2	Бельгия	1	Иран	4
Мексика	12	Хорватия	1	Иордания	1
США	13	Чехия	1	Ливан	1
		Франция	3	Катар	1
		Грузия	1	Саудовская Аравия	2
Центральная и Южная Америка	50	Германия	16	ОАЭ	4
Аргентина	15	Греция	4		
Боливия	2	Венгрия	1		
Бразилия	14	Италия	11	АТР	123
Чили	3	Молдавия	1	Австралия	20
Колумбия	8	Нидерланды	1	Китай	25
Куба	1	Польша	2	Индия	20
Гондурас	1	Румыния	1	Индонезия	10
Панама	1	Россия	24	Япония	12
Перу	3	Словения	1	Макао	10
Уругвай	1	Испания	4	Малайзия	2
Венесуэла	1	Швеция	3	Новая Зеландия	1
		Турция	4	Пакистан	2
Африка	17	Украина	1	Филиппины	1
ЮАР	17	Великобритания	11	Сингапур	4
				Южная Корея	4
				Таиланд	10
				Вьетнам	2