

# **Динамика объема рынка PR-услуг в России в 2009 году**

Ассоциация компаний-консультантов в области связей с  
общественностью (АКОС)

Принято на заседании АКОС 6 ноября 2009 года

# **Динамика бюджетов: сравнение рынков рекламы, маркетинга и PR**

# Отчет Ассоциации коммуникационных агентств России

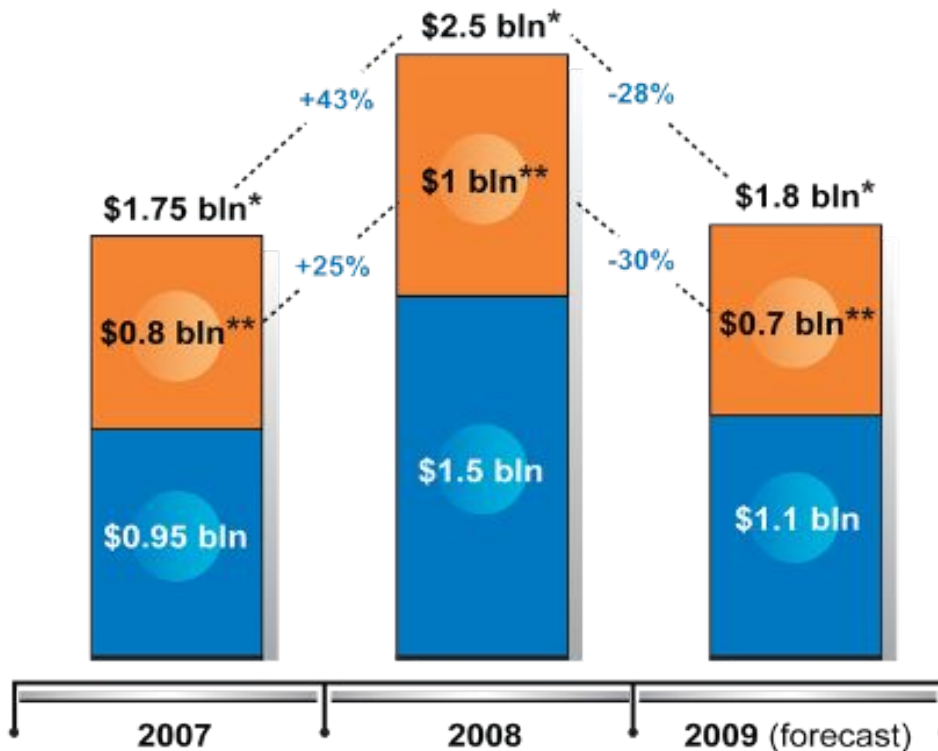
- По результатам января-сентября 2009 года суммарный объем рекламы в средствах ее распространения, включая НДС, составил свыше 130 млрд.руб., что примерно на **30%** меньше, чем в аналогичный период прошлого года.

сегменты	Январь-Сентябрь, млрд. руб.		Прирост, %
	2008 год	2009 год	
Телевидение	93.5-94.5	73.5-74.5	-21%
Радио	9.8-9.9*	6.4-6.5	-35%
Печатные СМИ	40.2-40.4	22.6-22.8	-44%
<i>в т.ч. газеты</i>	<i>10.3-10.4</i>	<i>6.4-6.5</i>	<i>-37%</i>
<i>журналы</i>	<i>18.7-18.8</i>	<i>11.-11.2</i>	<i>-41%</i>
<i>рекламные издания</i>	<i>11.1-11.2</i>	<i>4.9-5.0</i>	<i>-55%</i>
Наружная реклама	33.8 - 34.0	19.6-19.8	-42%
Интернет*	5.1-5.2*	5.2-5.3	+3%
New media	3.2*	2.5	-22%
<b>ИТОГО</b>	<b>186.0-187.0*</b>	<b>130.0-131.0</b>	<b>-30%</b>

# Отчет Российской ассоциации маркетинговых услуг

- Комитет маркетинговых услуг АКАР совместно с РАМУ подвел итоги первых девяти месяцев 2009 года. По данным экспертов, падение рынка в целом составило **30%** по сравнению с прошлым годом.
- Из всех сегментов индустрии маркетинговых услуг больше всего пострадал event-маркетинг, чьи бюджеты сократились до **70%** (однако, некоторые игроки отметили любопытный факт - сегмент event остался у них на уровне 2008 г.).
- Также сократились затраты на POSM и ДМ-мероприятия - не более, чем на **30%-40%**.

# Оценка объема рынка PR: начало 2009 года



- В начале 2009 года эксперты прогнозировали **30%** сокращение рынка PR и 28% сокращение рынка PR-услуг в России

Объем рынка PR – совокупные бюджеты компаний на PR в России, включая реализацию кампаний как с использованием PR агентств, так и силами PR служб/пресс-служб корпораций. В этом показателе включены все расходы на PR, в том числе на работу PR специалистов и расходы третьих лиц.

Объем рынка PR услуг – рынок услуг, оказываемых агентствами, включая гонорары агентств и накладные расходы третьих сторон.

# **Оценка реальных результатов рынка PR за январь-сентябрь 2009 года**

# Исследование АКОО

Первая часть:

- Опрос членов АКОО

Вторая часть:

- Анкетирование участников BPRW 2009
  
- Всего около 100 экспертов

## Средние результаты

Виды PR	Средневзвешенное, % за январь-сентябрь 2009
PR маркетинга B2C	-24
PR маркетинга B2B	-30
Корпоративные коммуникации	-22
Финансовые коммуникации	-35
Внешние связи	-21
Кризисные коммуникации	-17
Внутренние коммуникации	-20



## Итого

- В общем динамика рынка показала сокращение бюджетов на **24%** по сравнению с прошлым годом, что лучше прогноза на **4%**
- Наименее заметно сокращение бюджетов на PR (**17%**) в сфере кризисных коммуникаций и в сфере внутренних коммуникаций (**20%**)
- Эксперты АКООС также отмечают, что PR-бюджеты фармацевтических и IT-компаний на протяжении 2009 года остались стабильными или даже растут.
- Во многих случаях позитивная динамика наблюдается и в сфере Governmental Relations (GR).

# Сравнение динамики рынков коммуникационных услуг

Виды коммуникационных услуг	Динамика рынка за январь-сентябрь 2009 года
Реклама	-30%
Маркетинг	-30%
PR	-24%

# Причины меньшего падения рынка PR

- Некоторое перераспределение маркетинговых бюджетов в пользу PR в категории PR B2C
- Рост роли кризисных коммуникаций и внешних связей
- Усиление корпоративных коммуникаций, в том числе CSR
- Продолжающееся развитие digital PR

## Прогноз на октябрь-декабрь 2009

- По оценкам экспертов АКООС и на основе наблюдающейся активности компаний, в период октябрь-декабрь 2009 года ожидается продолжение роста рынка, который стал заметен в сентябре.
- Ожидается, что в результате годовое сокращение бюджетов будет не столь сильным, как планировалось на 2009 год, и составит суммарно **20%**
- Скорректированный прогноз объема российского PR-рынка в 2009 году: **\$2 млрд.**

## ОБ АКООС

- АКООС – первая российская профессиональная ассоциация компаний-консультантов, работающих в сфере Public Relations, созданная 16 марта 1999 года.
- АКООС – российская организация Международной ассоциации консультантов в области связей с общественностью, созданной в 1986 году и состоящей из 29 национальных организаций.
- Среди основных задач АКООС:
  - развитие высокопрофессиональной прозрачной и эффективной индустрии PR услуг в России,
  - формирование стандартов PR-индустрии в России
  - установление высоких этических стандартов,
  - развитие PR образования,
  - представление общественных интересов PR индустрии.



# Члены АКос



## Ассоциированные члены



**Дополнительная информация –  
на сайте АКОС [www.akospr.ru](http://www.akospr.ru)**