

ICCO World Report 2012

По данным Международного валютного фонда, несмотря на кризис в ряде европейских стран, а также дефицит федерального бюджета экономики США и трагедию на японской АЭС «Фукусима-1», рост мировой экономики в 2011 г. составил **3,8%**.

Для компаний в сфере маркетинговых коммуникаций 2011 г. стал рекордным годом, т.к. рост доходов компаний достиг **6–11%**.

Эксперты выделяют следующие факторы, которые повлияли и продолжают оказывать влияние на рост рынка PR-услуг во всем мире:

1. Одновременное существование двух тенденций: централизация компаний на глобальном уровне и концентрирование на отдельно взятом локальном рынке приводит к большей необходимости в последовательных коммуникациях со стейкхолдерами и, соответственно, к спросу на PR-услуги.
2. В связи с усложнением организационных структур компаний все большее внимание уделяется коммуникации стратегических и структурных изменений, что приводит к спросу на внутренние коммуникации.
3. Стремление обезопасить свои позиции на рынке, а также накопление денежных средств заставляет компании еще больше, чем раньше, инвестировать в свои бренды, что положительно сказывается на рынке маркетинговых коммуникаций в целом.

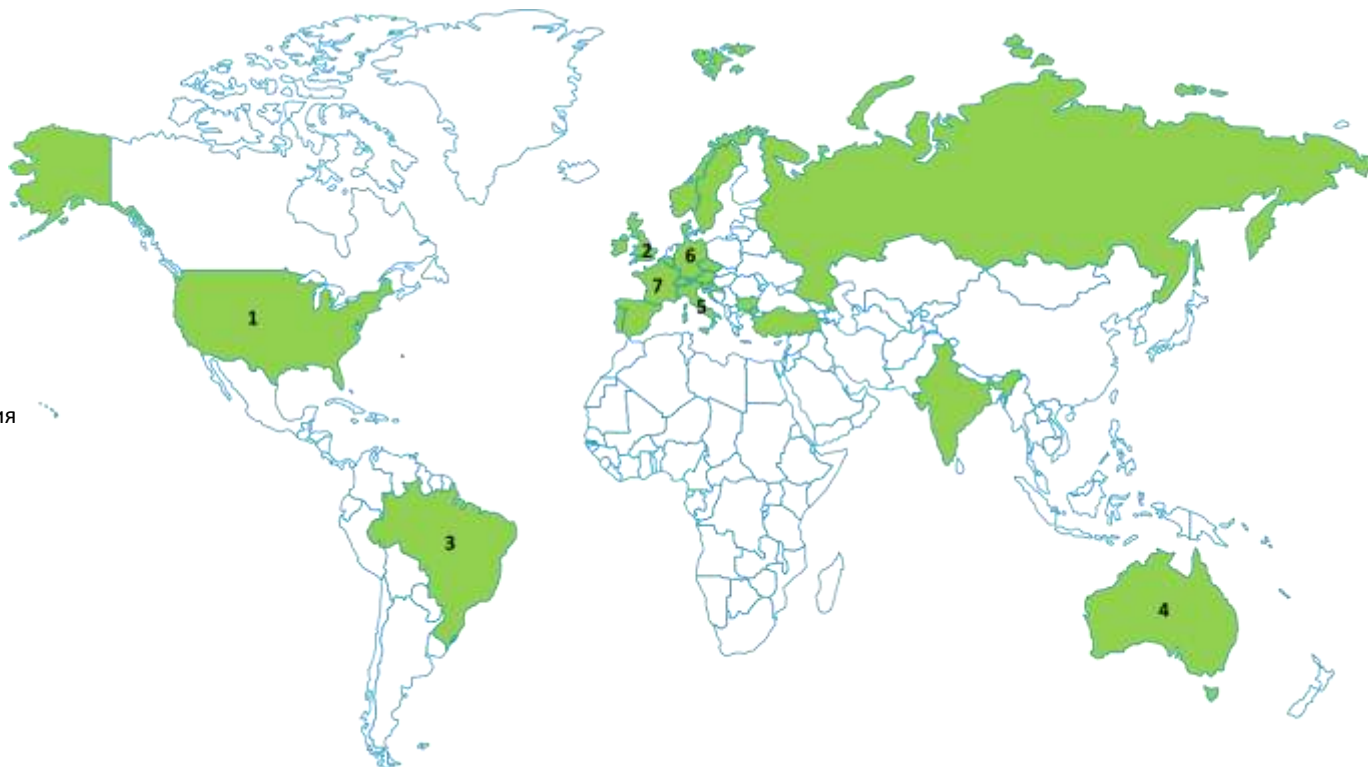


ICCO

INTERNATIONAL
COMMUNICATIONS
CONSULTANCY
ORGANISATION

Страны – участники исследования

Австралия
Австрия
Бельгия
Болгария
Бразилия
Великобритания
Германия
Дания
Индия
Ирландия
Испания
Италия
Норвегия
Португалия
Россия
Словения
США
Турция
Франция
Хорватия
Чехия
Швейцария
Швеция



Рост доходов

Страна	Рост доходов в 2011 vs 2010	Прогнозы на 2012
Австралия	+21%	Up 11%
Австрия	+4%	Up 3%
Бельгия	+8%	Stable
Болгария	(N/A)	(N/A)
Бразилия	+20%	Up 25%
Великобритания	+10%	Up 10%
Германия	+10%	Up
Дания	+5...10%	Up 15%
Индия	+15...20%	Up
Ирландия	Stable	Stable
Испания	(N/A)	Down 10%
Италия	+1%	Stable
Норвегия	+5...10%	Up 10%
Португалия	-20%	Down 10%
Россия	+23%	Up 17%
Словения	-20%	Stable
США	+5...10%	Up 10-15%
Турция	+10%	Down 10%
Франция	5,5%	Up
Хорватия	+2%	Up 5-10%
Чехия	+5...10%	Up 5-10%
Швейцария	-3%	Up 5-10%
Швеция	+10%	Up 5-10%

Рост доходов

1. Великобритания и США

Для двух крупнейших и наиболее развитых рынков в области связей с общественностью – Великобритания и США – рост в 2011 г. составил:

в Великобритании 10%;

в США 5–10%.

В Великобритании в 2011 г. наибольшая активность отмечалась со стороны потребительского рынка, на который приходится треть всех доходов PR-агентств.

В США – подобная ситуация, наибольшим спросом пользуются цифровые, корпоративные и кризисные коммуникации.

2. Страны БРИК (кроме Китая)

В среднем рост PR в странах БРИК составил 20%.

С 2008 г. в Бразилии наблюдается стабильный рост:

Год	2008	2009	2010	2011
Ежегодный рост	+20%	+20%	+23%	+20%

В 2011 г. основным заказчиком PR-услуг в Бразилии было государство, а наибольшим спросом пользовались цифровые коммуникации и медиатренинги.

Ситуация в России за последние четыре года следующая:

Год	2008	2009	2010	2011
Ежегодный рост	+33%	-15%	+17%	+23%

Среди наиболее востребованных PR-услуг в России: отношения с государственными органами, кризисные коммуникации, цифровые коммуникации.

PR-услуги



	Страны, где PR-услуги будут пользоваться наибольшим спросом	Страны, где PR-услуги будут пользоваться наименьшим спросом
Корпоративные коммуникации	Великобритания, Словения, США, Хорватия, Швеция	Бельгия, Испания
Кризисные коммуникации	Австрия, Бельгия, Великобритания, Испания, Португалия, Франция, Чехия, Швейцария, США	-
Цифровые коммуникации	Австрия, Бельгия, Бразилия, Испания, Италия, Португалия, Россия, Словения, США, Франция, Хорватия, Чехия, Швейцария	Дания
Финансовые коммуникации	Великобритания, Испания, Россия	Италия, Швейцария
Внутренние коммуникации	Испания, Бразилия,	Россия, США, Швеция
Взаимодействия со СМИ	Дания, Швеция	Бразилия, Германия, Россия
Медиа тренинги	---	---
Отношения с государственными органами	Бельгия, Бразилия, Болгария, Дания, Индия, Ирландия, Испания, Норвегия, Португалия, Хорватия, Чехия, Швеция	Австрия, США
Репутационный менеджмент	---	Швейцария
Стратегические коммуникации	Дания, Швейцария	---

На протяжении четырех последних лет среди самых востребованных услуг: цифровые коммуникации, отношения с государственными органами и кризисные коммуникации.

Индустрии

	Наиболее перспективные индустрии	Наименее перспективные индустрии
Австралия	Финансовый сектор , IT, Здоровый образ жизни	Строительство
Австрия	Здравоохранение	Государственный сектор
Бельгия	Энергетика, Здравоохранение, Государственный сектор	Автомобилестроение, Строительство, Туризм
Болгария	Банковский сектор, Государственный сектор, Спорт	Добывающая промышленность, Недвижимость
Бразилия	Потребительские товары, Здравоохранение	Некоммерческие проекты
Великобритания	Энергетика, Государственный сектор, Туризм	Автомобилестроение, Потребительские товары, Фармацевтика, Недвижимость
Германия	Потребительские товары, Энергетика, Финансовый сектор, Здравоохранение, Тяжелая промышленность	Недвижимость
Дания	Банковский сектор, Энергетика, Финансовый сектор, Государственный сектор, IT	Строительство, фармацевтика, Недвижимость
Индия	Банковский сектор, Финансовый сектор	Потребительские товары
Ирландия	Энергетика, Окружающая среда, Финансовый сектор	---
Испания	Строительство, Потребительские товары, Энергетика, Здравоохранение, Недвижимость, Телекоммуникации	Легкая промышленность
Италия	Энергетика, IT, Фармацевтика	Потребительские товары, Государственный сектор
Норвегия	Энергетика и Энергоносители	Потребительские товары, Финансовый сектор
Португалия	Государственный сектор	Недвижимость
Россия	Энергетика, Здравоохранение, Потребительские товары	Автомобилестроение
Словения	Энергетика, Потребительские товары , Здравоохранение IT	Автомобилестроение, Недвижимость
США	Энергетика, Фармацевтика, Финансовый сектор, Телекоммуникации	Автомобилестроение, Легкая промышленность
Турция	Туризм	Строительство , Недвижимость
Франция	Энергетика, Потребительские товары, Фармацевтика	Автомобилестроение, Недвижимость
Хорватия	Строительство, Энергетика, Здравоохранение, Туризм	Культура, Образование, Недвижимость
Чехия	Строительство, Недвижимость, Здравоохранение	Легкая промышленность
Швейцария	B2B, Потребительские товары, Финансовый сектор	Государственный сектор
Швеция	Потребительские товары, Энергетика, Финансовый сектор	Недвижимость

На протяжении последних трех лет энергетика возглавляет топ секторов экономики, где PR пользуется наибольшим спросом.

Проблемы для отрасли

Согласно исследованию, среди ключевых проблем, которые стоят перед PR-агентствами во всем мире, респонденты выделяют следующие (в порядке важности и с привязкой к третьему пункту):

1. Кадровый вопрос
2. Ценообразование
3. Бюджеты клиентов
4. Рентабельность
5. Измерение эффективности

Прогнозы на 2012 г.

	"Down"	"Stable"	"Up"	+0...5%	+5...10%	+10...15%	+15...20%	+20...25%
	Испания, Португалия	Бельгия, Ирландия, Италия, Словения	Индия, Германия, Франция, Швейцария	Австрия	США, Хорватия, Чехия, Швеция	Великобри тания, Австралия, Норвегия	Дания, Россия	Бразилия

Доля на рынке стран – участников исследования

Страна	Ассоциация	Количество членов	Доля на рынке
Австралия	Registered Consultancies Group (RCG) of the Public Relations Institute of Australia	112	(N/A)
Австрия	PR Quality Austria	14	35%
Бельгия	Belgian Public Relations Consultants Association (BPRCA)	30	75%
Болгария	Bulgarian Association of PR Agencies (BAPRA)	17	60%
Бразилия	Brazilian Association of Communications Agencies (ABRACOM)	353	80%
Великобритания	Public Relations Consultants Association (PRCA)	300	60%
Германия	Association of Public Relations Agencies (GPRA)	30	45%
Дания	Public Relations Branchen	27	70%
Индия	Public Relations Consultants Association of India (PRCAI)	21	85%
Ирландия	Public Relations Consultants Association (PRCA Ireland)	28	75%
Испания	Association of Public Relations and Communications Consultancies (ADECEC)	19	50%
Италия	Assorel	45	30%
Норвегия	Norwegian Public Relations Consultants Association (NIR)	21	80%
Португалия	Portuguese Association of Communications and Public Relations Consultancies (APECOM)	26	65%
Россия	Russian Public Relations Consultancies Association (AKOS)	31	60%
Словения	Chamber of Public Relations (ZOJ)	13	50%
США	Council of Public Relations Firms (CPRF)	101	70%
Турция	Communications Consultancy Companies Association (IDA)	22	60%
Франция	SYNTEC Conseil en Relations Publiques	40	65%
Хорватия	Croatian Public Relations Agency Association (CPRAA)	9	60%
Чехия	Association of Public Relations Agencies (APRA)	18	70%
Швейцария	Association of PR Agencies in Switzerland (BPRA)	23	65%
Швеция	PRECIS Association of Public Relations Consultancies in Sweden (PRECIS)	32	80%

ICCO World Report 2012

Подробную информацию об исследовании можно найти в полной версии отчета ICCO за 2012 г.: <http://insights.iccopr.com>

или

на сайте АККОС: www.akospr.ru