

---

# WORLD PR REPORT 2013

---

Produced by the Holmes Report and  
the International Communications  
Consultancy Organisation



---

# WORLD PR REPORT

2013

---

## СОДЕРЖАНИЕ

- 2 Глобальный обзор
- 3 Тенденции
- 10 Вызовы и возможности
- 21 Рост глобального рынка: по категориям услуг/индустриям

---

Produced by the Holmes Report and ICCO.

### The Holmes Report

Paul A. Holmes — CEO  
Arun Sudhaman — Partner & Managing Editor  
Greg Drury — Partner & President, US Operations  
Aarti Shah — Senior Editor

### ICCO

David Gallagher — President  
Francis Ingham — Executive Director  
Anastasia Demidova — General Manager

Report Design —  
[christhdesignerlimited@gmail.com](mailto:christhdesignerlimited@gmail.com)

---

### The Holmes Report

The Holmes Group is dedicated to proving and improving the value of public relations, by providing insight, knowledge and recognition to public relations professionals. The Holmes Group was founded in 2000 by Paul Holmes ([p.holmes@holmesreport.com](mailto:p.holmes@holmesreport.com)), Editor-in-Chief and CEO, who has more than two decades of experience writing about and evaluating the public relations business and consulting with both public relations firms and their clients. The Holmes Group delivers against its mission by providing the most sophisticated reporting and analysis on public relations trends and issues.

[www.holmesreport.com](http://www.holmesreport.com)

---

### ICCO

The International Communications Consultancy Organisation (ICCO) is the voice of public relations consultancies around the world. The ICCO membership comprises national trade associations in 28 countries across the globe in Europe, Africa, Asia, the Americas and Australia. Collectively, these associations represent over 1,700 PR firms.

[www.iccopr.com](http://www.iccopr.com)



WORLD REPORT 2013

**«Агентствам стоит убедить клиентов в том, что они [агентства] обладают необходимой экспертизой, в противном случае отрасль по ряду дисциплин может потерять свою долю на рынке...»**

Прогнозы мирового рынка в области связей с общественностью практически столь же оптимистичны, что 12 месяцев назад. Такие показатели, как значимость корпоративной социальной ответственности, соблюдение баланса интересов акционеров с интересами прочих задействованных сторон, а также приоритет трат на PR по сравнению с другими маркетинговыми дисциплинами, лишь незначительно уменьшились по сравнению с предыдущим годом.

В ходе исследования был проведен опрос более 400 PR-агентств по всему миру, включая членов ICCO в 28 странах. Исследование началось с ранжирования 250 крупнейших компаний в мировой таблице и определения объема мирового рынка, рост которого в 2012 г. составил 8%. Вторая часть проекта, World PR Report, посвящена исследованию глобальных тенденций индустрии. Здесь отмечается увеличивающийся разрыв между агентствами Западной Европы, оптимистичный настрой которых в отношении развития рынка серьезно падает уже второй год подряд, и представителями других развитых рынков.

В целом по рынку, уровень оптимизма упал с 7,7 (при шкале от 1 до 10) в прошлом году до 7,5 – в нынешнем. При этом в Западной Европе отмечается падение уровня до 6,7, в то время как в прошлом он составил 7,15, а годом ранее – 7,6. Эти показатели резко контрастируют с данными, например, Соединенных Штатов, где уровень оптимистических ожиданий развития рынка незначительно, но увеличился – с 8,06 до 8,08; Великобритании, где показатель уверенно вырос с 6,7 до 7,3; или Латинской Америки – где отмечается самый высокий показатель в 8,17.

Также наблюдались значительные отличия и по ряду других показателей. Например, на вопрос: «Согласны ли вы, что руководители корпоративного сектора более ответственно относятся к вопросу репутации компании?», Северная Америка дала утвердительный ответ (с показателем 8,19 из 10), то же самое в Австралии (8,54) и Латинской Америке (8,17). Для Западной Европы и Азии эта тенденция не всегда справедлива, что соответствует показателям 7,2 и 7,1. Ситуация на развивающихся рынках вызывает еще большее беспокойство: Восточная Европа – показатель 6,6, Африка – 6,2 и Ближний Восток – 6,1.

«В целом, для компаний-консультантов в Западной Европе ситуация во многом схожа, скорее, с положением развивающихся рынков, чем с другими развитыми рынками, например, Великобритании и Соединенных Штатов», – отмечает Пол Холмс, главный редактор The Holmes Report.

Когда главам PR-агентств задавали вопрос, сколь серьезно компании относятся к корпоративной социальной ответственности, также отмечался значительный разрыв между Северной Америкой и Западной Европой, с показателями 7,36 и 6,46 соответственно. А на вопрос: «Выделяют ли маркетологи на вашем рынке больше средств на PR, чем на другие маркетинговые дисциплины?», агентства в Западной Европе отмечали значительно меньше причин для оптимизма (показатель 5,36), чем в Северной Америке (6,25).

Исследование показывает, что одна из причин текущей ситуации на англосаксонских рынках может быть связана с более успешной работой в направлении приобретения новых источников дохода. На вопрос, обращаются ли клиенты в агентства за digital-коммуникациями и имиджевой рекламе и другими нетрадиционными решениями, Северная Америка (7,57), Великобритания (7,55) и Австралия (7,45) единодушно отметили эту тенденцию, по сравнению с Западной Европой (6,1), Азией (5,8), Ближним Востоком и Африкой (6,33), при этом наивысшее значение данного показателя отмечалось в Латинской Америке (7,92).

«Не совсем ясным из опроса осталось то, насколько эффективно развивают свои возможности рынки Западной Европы и Азии в отношении Digital Communications, чтобы удовлетворить потребности клиентов, или клиенты просто не обращаются в PR-агентства за этими услугами, – отмечает г-н Холмс. – В любом случае, агентствам стоит убедить клиентов в том, что они обладают необходимой экспертизой, в противном случае отрасль по ряду дисциплин может потерять свою долю на рынке».

Пожалуй, единственной областью, где североамериканские агентства менее оптимистичны, чем их коллеги в других регионах, так это кадровый вопрос. Руководителям агентств в Северной Америке (показатель 6,22) намного сложнее найти квалифицированный и образованный персонал, чем в Великобритании (5,93), Западной Европе (6,52), но самой серьезной проблемой этот вопрос остается для Азии (5,05).

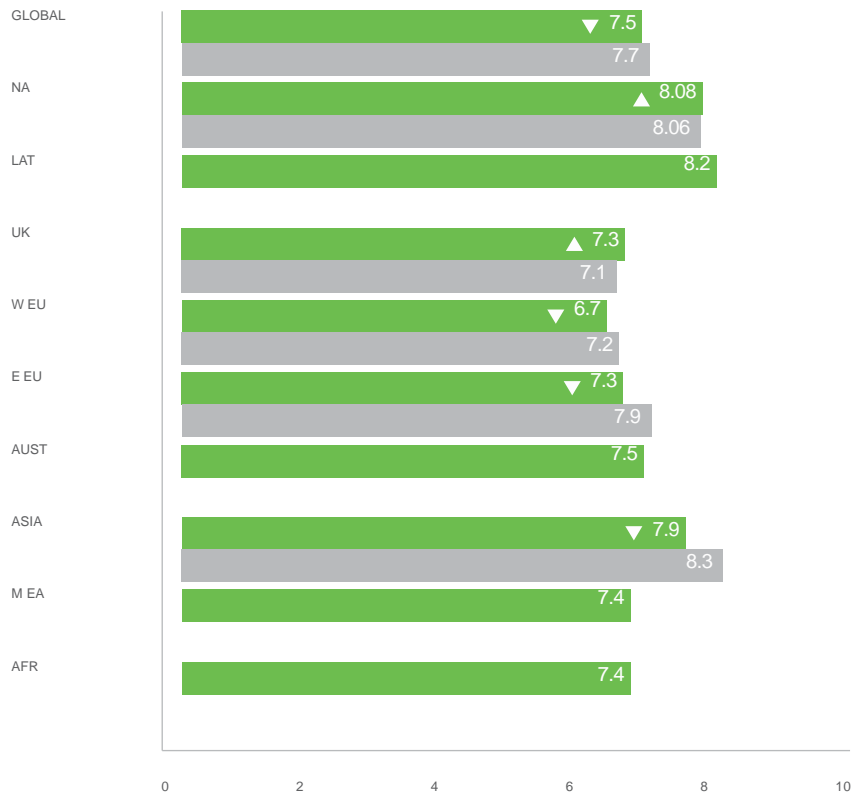
# Глобальный обзор Тенденции

■ 2013  
■ 2012

NA: СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА  
 LAT: ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА  
 UK: СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО  
 W EU: ЗАПАДНАЯ ЕВРОПА  
 E EU: ВОСТОЧНАЯ ЕВРОПА  
 AUST: АВСТРАЛИЯ  
 ASIA: АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКИЙ р-н  
 M EA: БЛИЖНИЙ ВОСТОК  
 AFR: АФРИКА

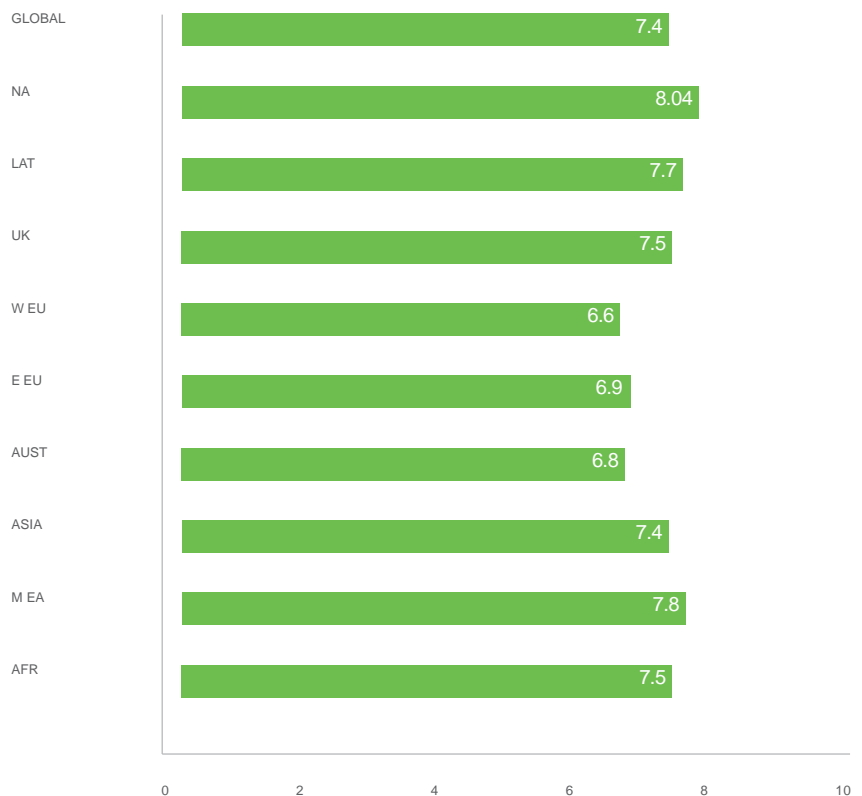
## ОПТИМИЗМ:

«Я с оптимизмом смотрю на рост PR-рынка в моей стране»



## ДОХОД:

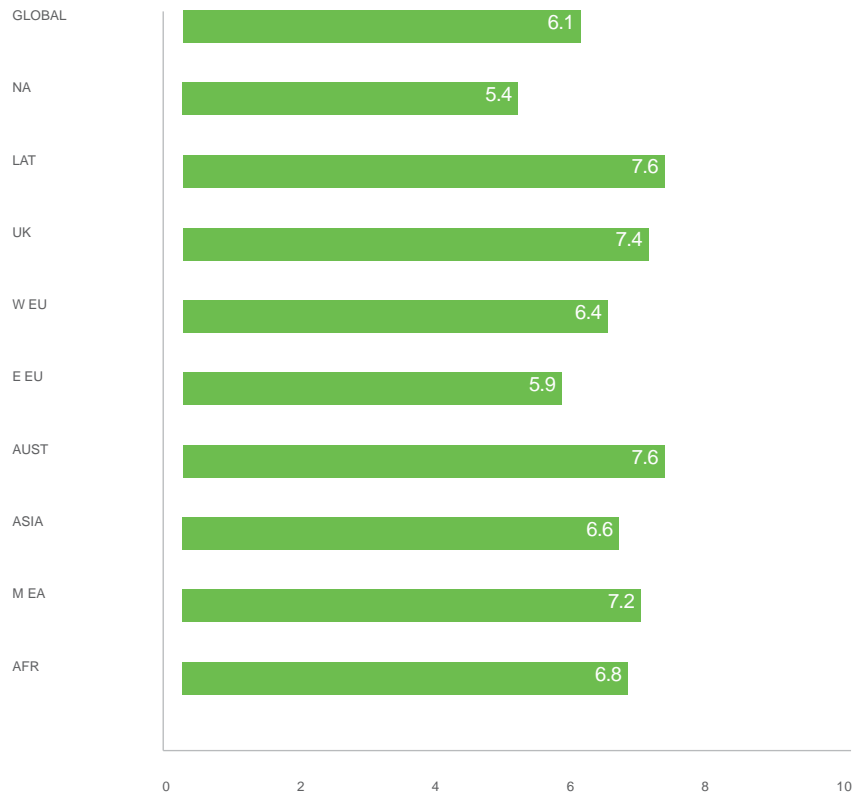
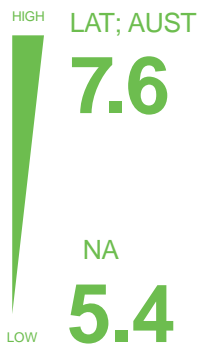
«Я ожидаю рост дохода компании»



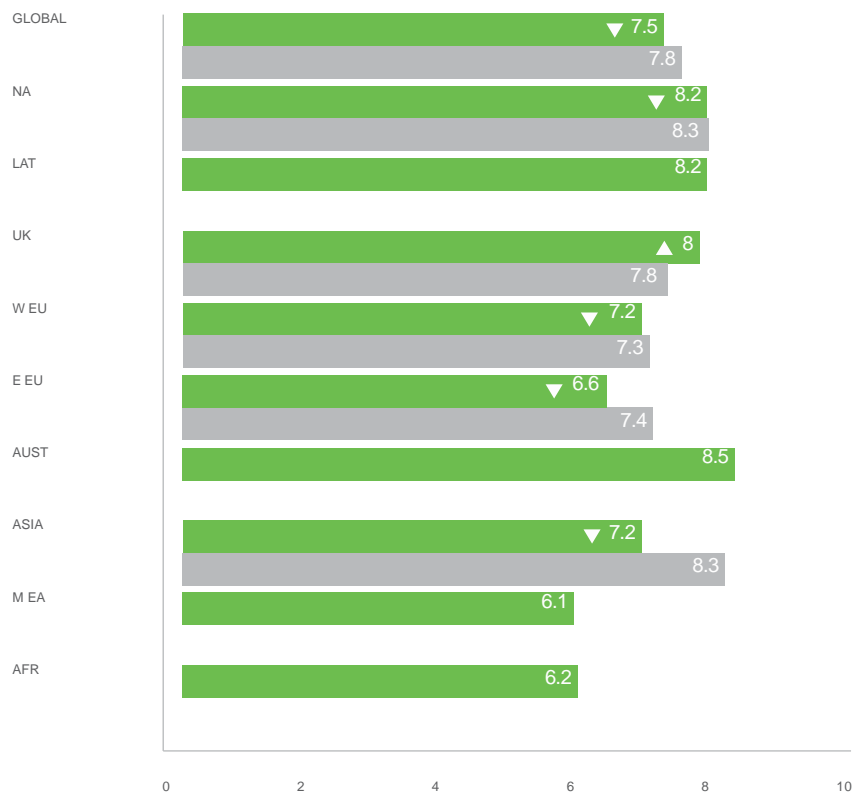
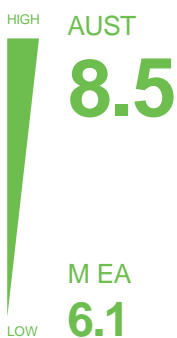
# Глобальный обзор Тенденции

■ 2013  
■ 2012  
 NA: СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА  
 LAT: ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА  
 UK: СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО  
 W EU: ЗАПАДНАЯ ЕВРОПА  
 E EU: ВОСТОЧНАЯ ЕВРОПА  
 AUST: АВСТРАЛИЯ  
 ASIA: АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКИЙ р-н  
 M EA: БЛИЖНИЙ ВОСТОК  
 AFR: АФРИКА

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС:**  
Доля дохода от международного бизнеса возрастает



**КОРПОРАТИВНАЯ РЕПУТАЦИЯ:**  
Руководители компаний более серьезно относятся к корпоративной репутации



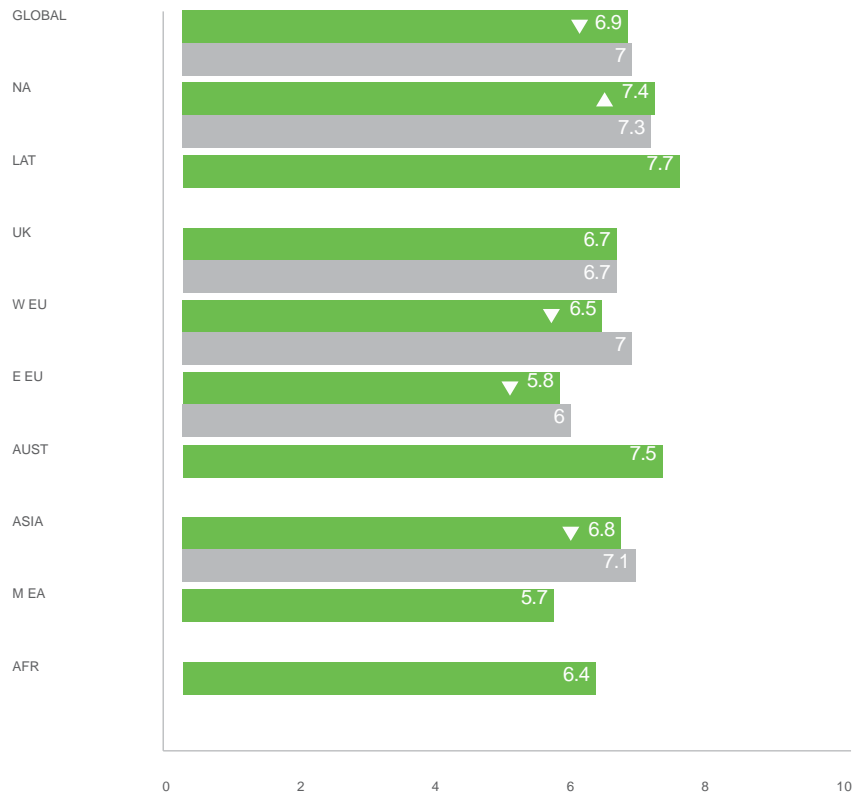
# Глобальный обзор Тенденции

■ 2013  
■ 2012

NA: СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА  
 LAT: ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА  
 UK: СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО  
 W EU: ЗАПАДНАЯ ЕВРОПА  
 E EU: ВОСТОЧНАЯ ЕВРОПА  
 AUST: АВСТРАЛИЯ  
 ASIA: АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКИЙ р-н  
 M EA: БЛИЖНИЙ ВОСТОК  
 AFR: АФРИКА

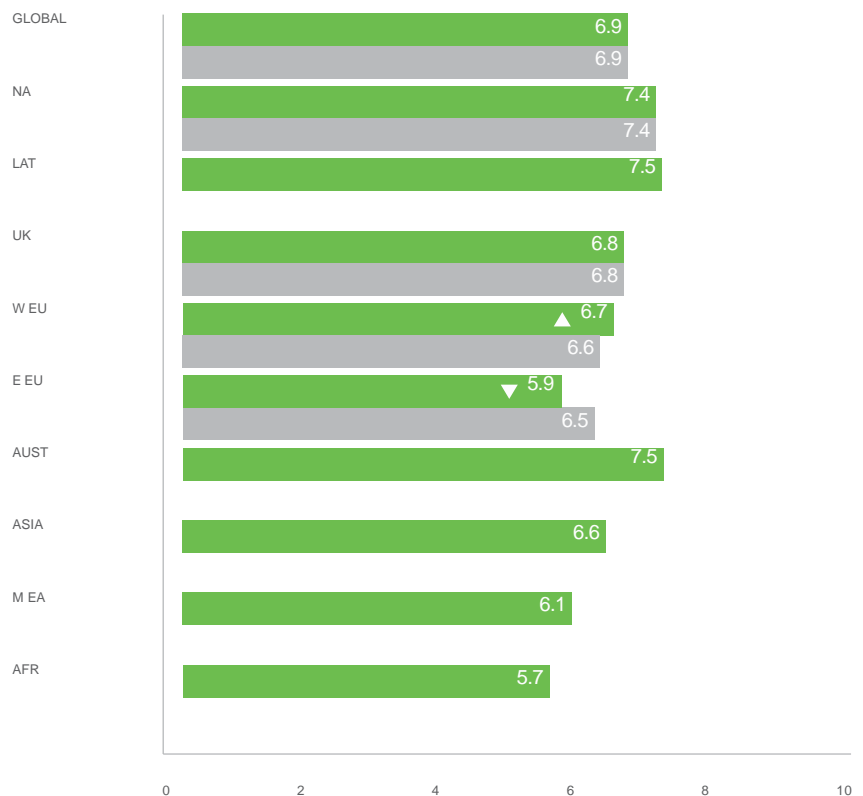
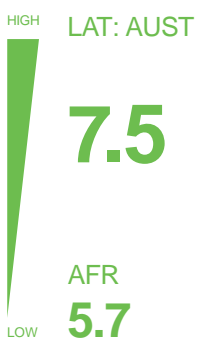
## СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ:

На нашем рынке компании уделяют большое внимание корпоративной социальной ответственности



## ИНТЕРЕСЫ АКЦИОНЕРОВ:

Компании понимают необходимость баланса интересов акционеров с интересами прочих задействованных сторон

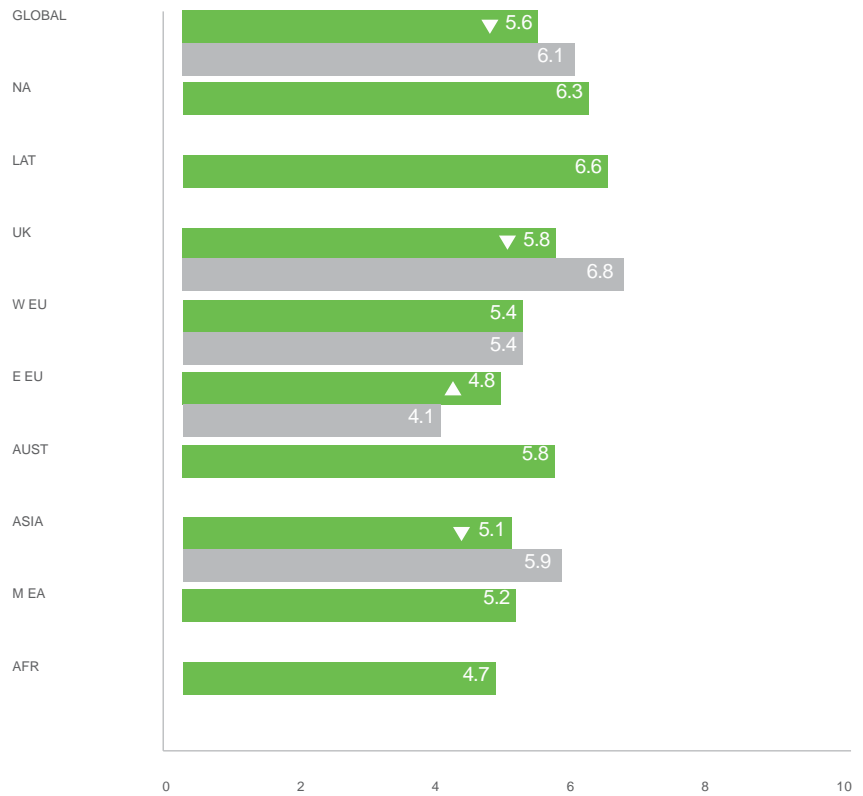
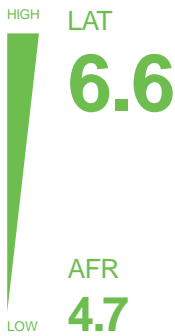


# Глобальный обзор Тенденции

■ 2013  
■ 2012  
 NA: СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА  
 LAT: ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА  
 UK: СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО  
 W EU: ЗАПАДНАЯ ЕВРОПА  
 E EU: ВОСТОЧНАЯ ЕВРОПА  
 AUST: АВСТРАЛИЯ  
 ASIA: АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКИЙ р-н  
 M EA: БЛИЖНИЙ ВОСТОК  
 AFR: АФРИКА

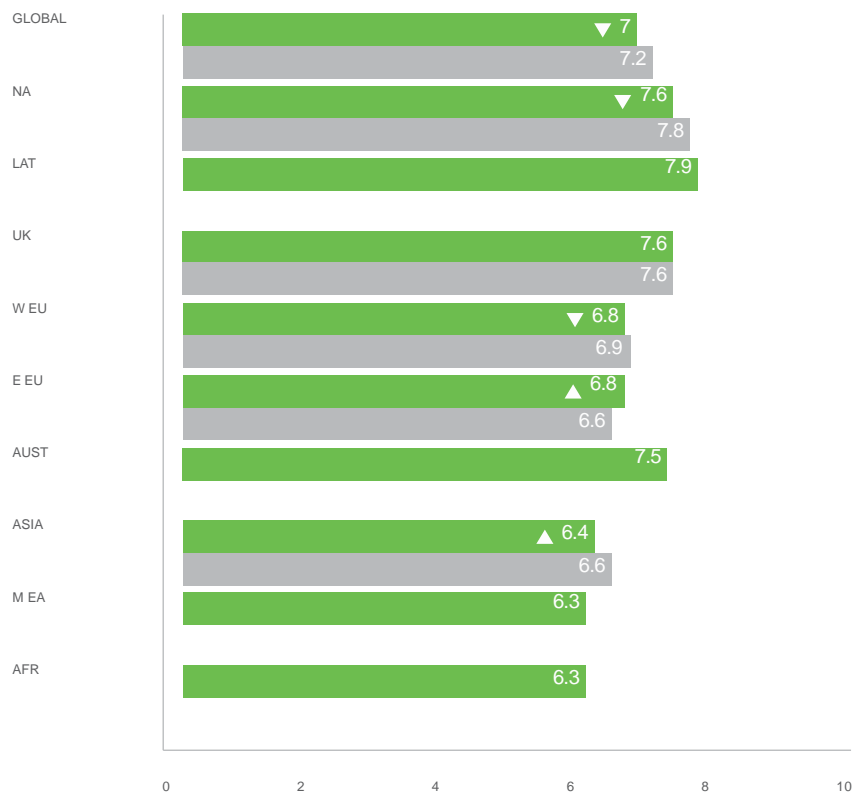
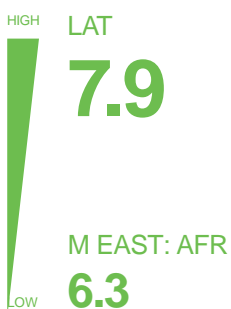
## РАСПРЕДЕЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ БЮДЖЕТОВ:

Специалисты по маркетингу в компаниях выделяют большие бюджеты на PR, чем на другие маркетинговые дисциплины



## НЕТРАДИЦИОННЫЕ УСЛУГИ:

Клиенты обращаются в PR-агентства за нетрадиционными для PR-агентства услугами: имиджевая реклама, online communications и др.



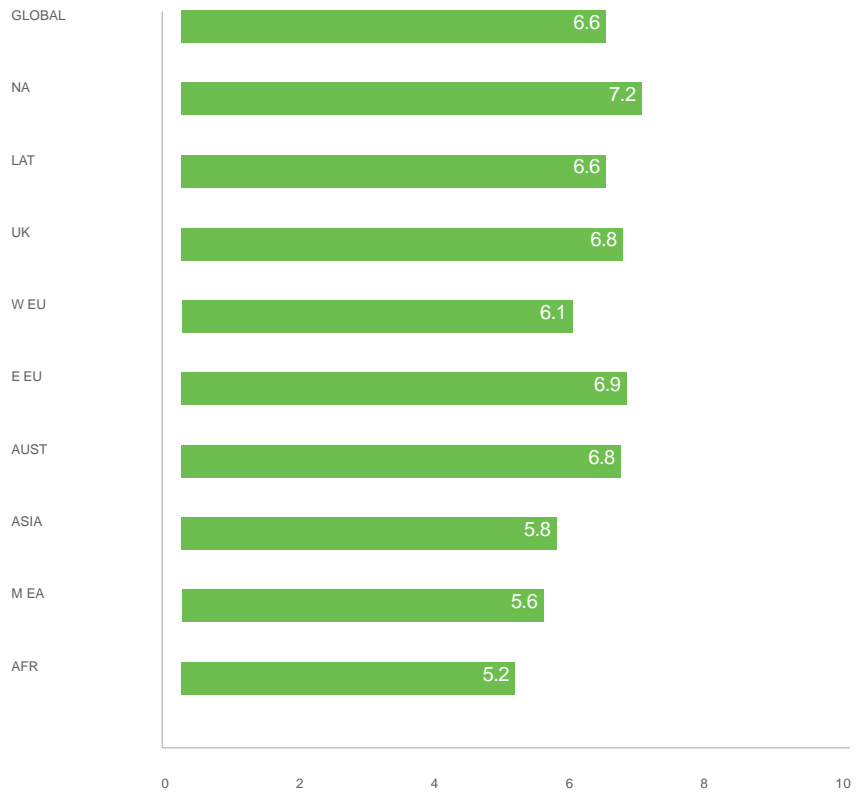
# Глобальный обзор Тенденции

■ 2013  
■ 2012

NA: СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА  
 LAT: ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА  
 UK: СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО  
 W EU: ЗАПАДНАЯ ЕВРОПА  
 E EU: ВОСТОЧНАЯ ЕВРОПА  
 AUST: АВСТРАЛИЯ  
 ASIA: АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКИЙ р-н  
 M EA: БЛИЖНИЙ ВОСТОК  
 AFR: АФРИКА

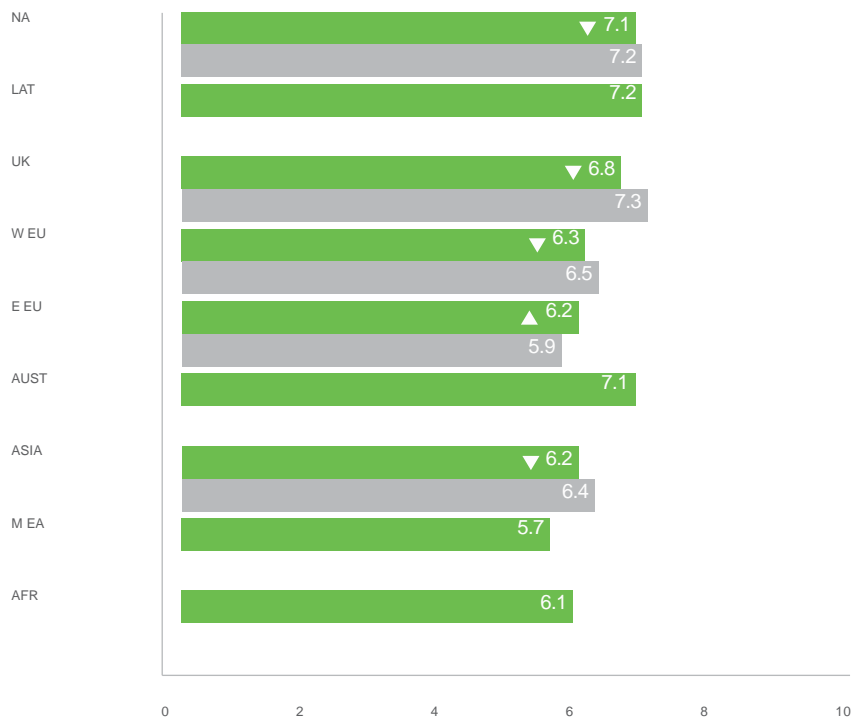
## DIGITAL:

PR-агентства на нашем рынке успешно предлагают клиентам digital-услуги



## СМИ и PR-СПЕЦИАЛИСТЫ:

СМИ на нашем рынке с уважением относятся к работе PR-специалистов



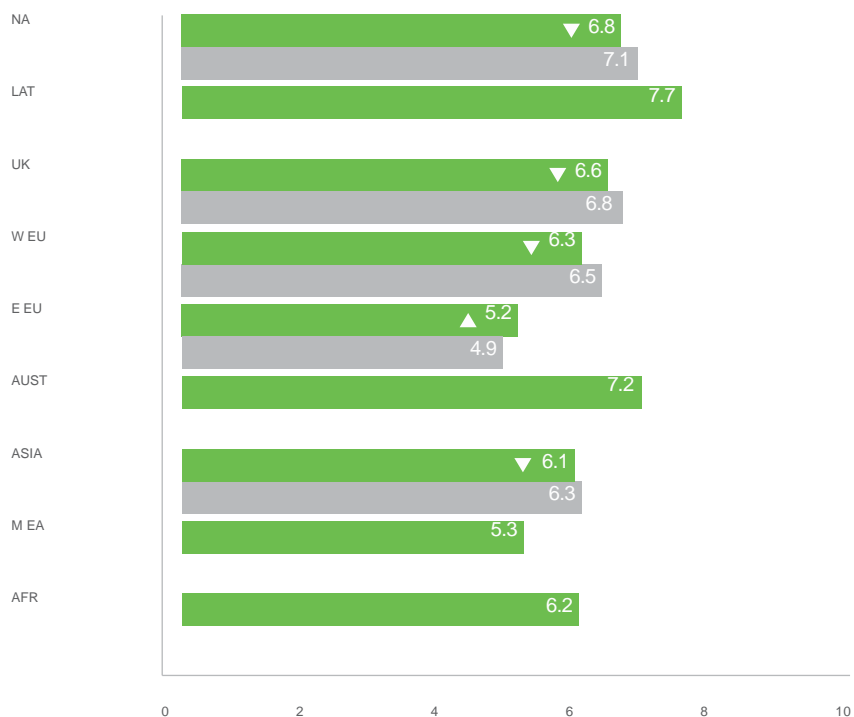


# Глобальный обзор Тенденции

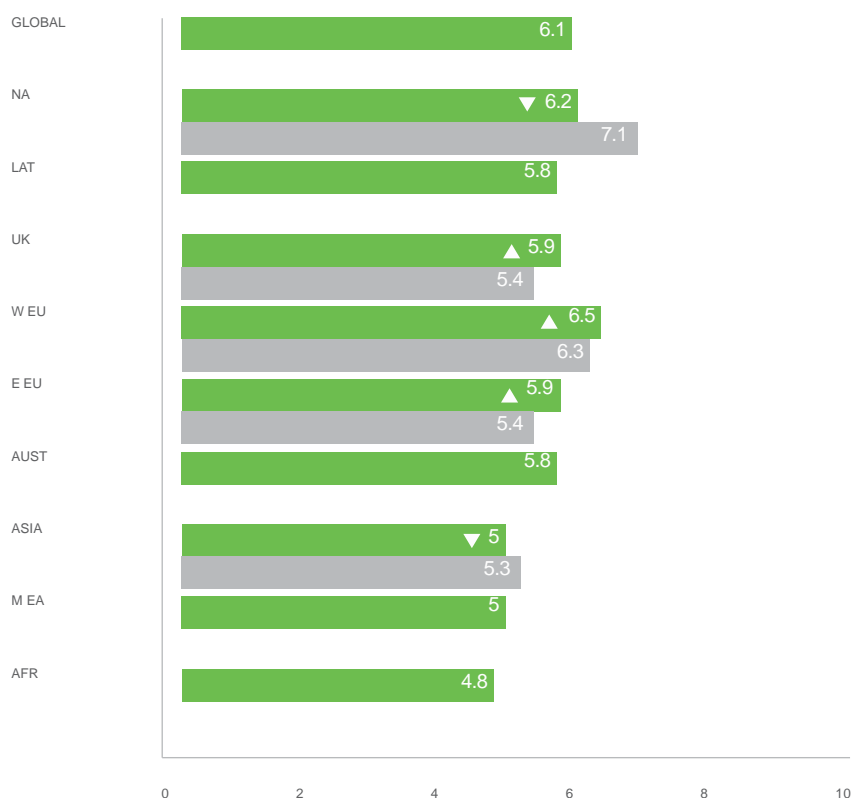
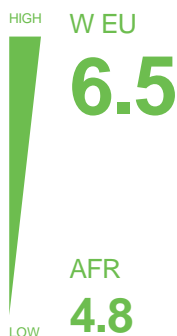
■ 2013  
■ 2012

NA: СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА  
 LAT: ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА  
 UK: СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО  
 W EU: ЗАПАДНАЯ ЕВРОПА  
 E EU: ВОСТОЧНАЯ ЕВРОПА  
 AUST: АВСТРАЛИЯ  
 ASIA: АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКИЙ р-н  
 M EA: БЛИЖНИЙ ВОСТОК  
 AFR: АФРИКА

**ДОБРОСОВЕСТНОСТЬ  
И БЕСПРИСТРАСТНОСТЬ:**  
СМИ работают на нашем рынке  
добросовестно и беспристрастно



**КАДРЫ:**  
На нашем рынке много  
профессиональных и образованных  
специалистов



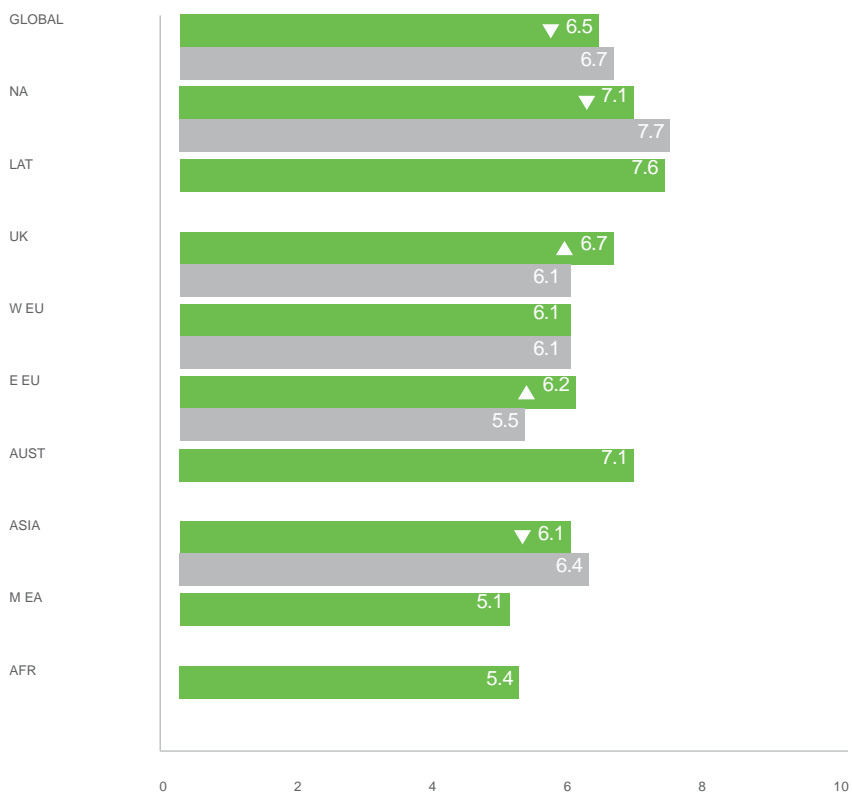
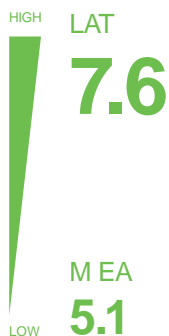
# Глобальный обзор Тенденции

■ 2013  
■ 2012

NA: СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА  
 LAT: ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА  
 UK: СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО  
 W EU: ЗАПАДНАЯ ЕВРОПА  
 E EU: ВОСТОЧНАЯ ЕВРОПА  
 AUST: АВСТРАЛИЯ  
 ASIA: АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКИЙ р-н  
 M EA: БЛИЖНИЙ ВОСТОК  
 AFR: АФРИКА

## ЛИДЕРСТВО:

Отрасль связи с общественностью обладает сильными позициями на нашем рынке



---

## Вызовы и возможности глобального рынка

---

НАИБОЛЬШИЙ РОСТ  
НАИМЕНЬШИЙ РОСТ

---

### РОСТ:

В какой из указанных категорий услуг планируется наибольший рост бизнеса в 2013 г.?

ВЕДЕНИЕ СООБЩЕСТВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

62.9 %

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

24.8%

КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ ТОП-МЕНЕДЖМЕНТА КОМПАНИИ

34.5%

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

17.1%

DIGITAL BUILD и PRODUCTION

34.2%

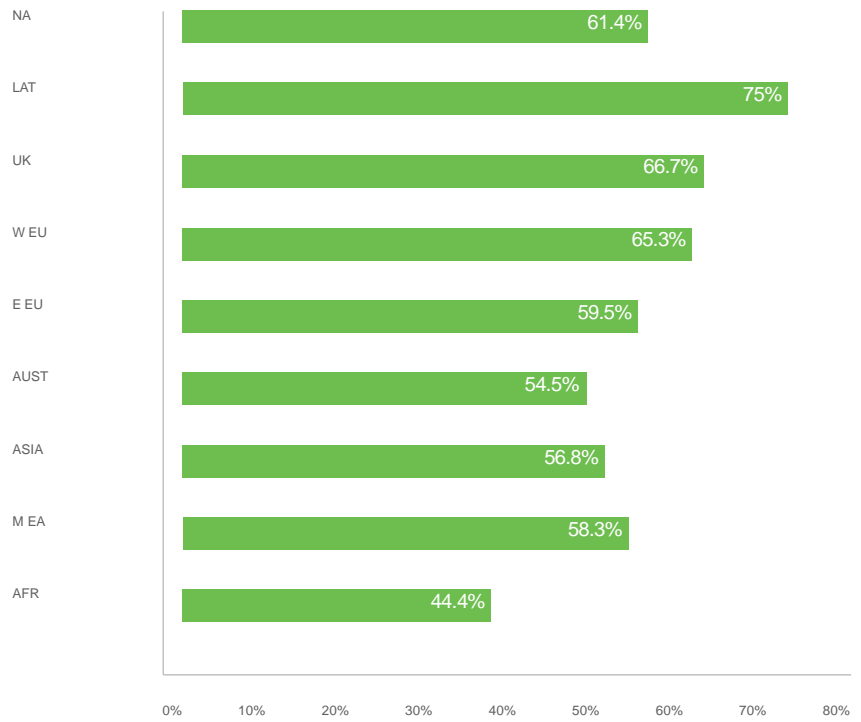
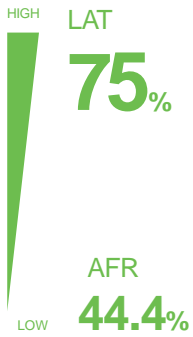
ИССЛЕДОВАНИЯ

14.5%

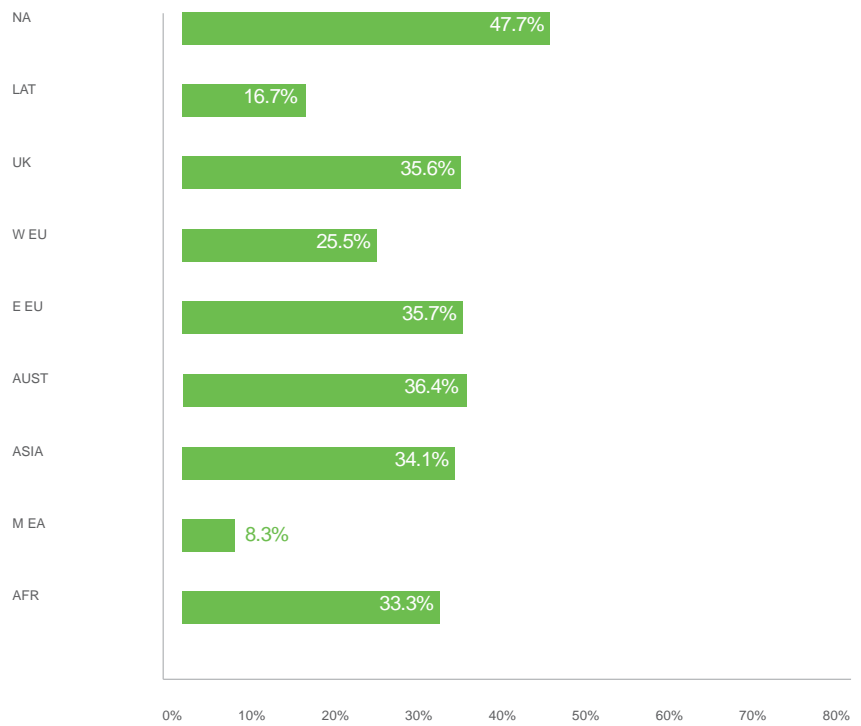
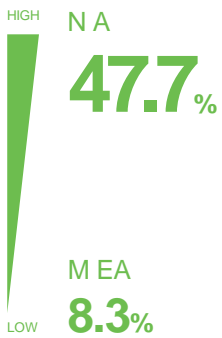
# Вызовы и возможности глобального рынка

NA: СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА  
LAT: ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА  
UK: СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО  
W EU: ЗАПАДНАЯ ЕВРОПА  
E EU: ВОСТОЧНАЯ ЕВРОПА  
AUST: АВСТРАЛИЯ  
ASIA: АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКИЙ р-н  
M EA: БЛИЖНИЙ ВОСТОК  
AFR: АФРИКА

## ВЕДЕНИЕ СООБЩЕСТВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ



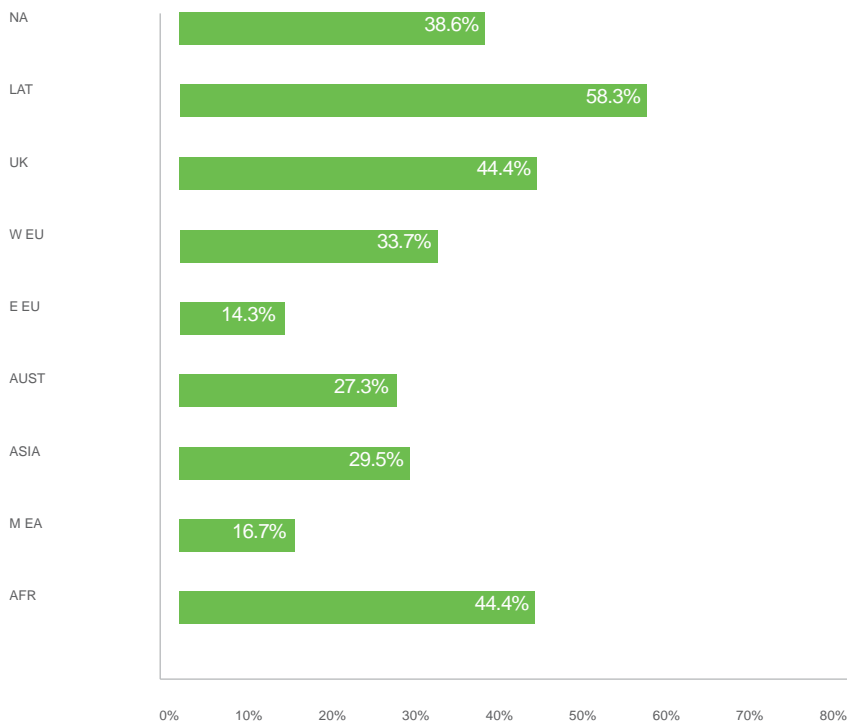
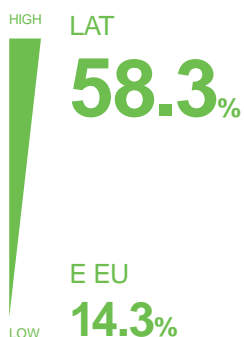
## DIGITAL BUILD И PRODUCTION



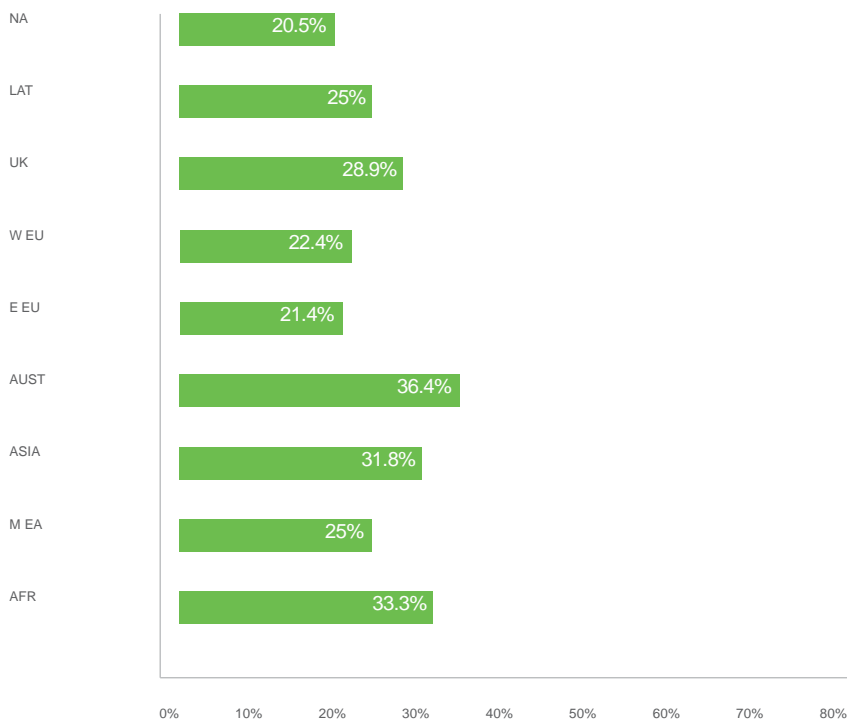
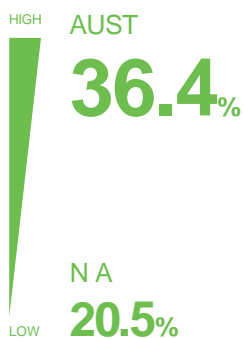
## Вызовы и возможности глобального рынка

NA: СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА  
LAT: ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА  
UK: СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО  
W EU: ЗАПАДНАЯ ЕВРОПА  
E EU: ВОСТОЧНАЯ ЕВРОПА  
AUST: АВСТРАЛИЯ  
ASIA: АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКИЙ р-н  
M EA: БЛИЖНИЙ ВОСТОК  
AFR: АФРИКА

### СОЗДАНИЕ МУЛЬТИМЕДИЙНОГО КОНТЕНТА



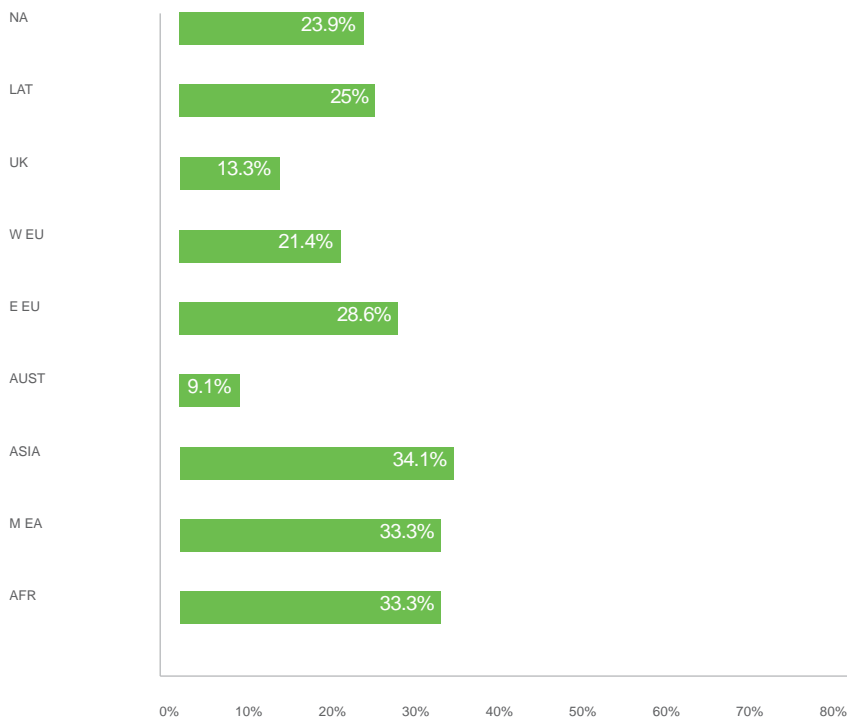
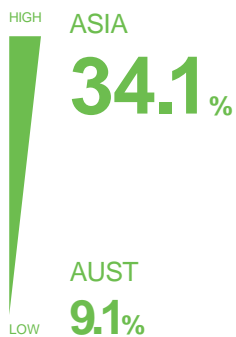
### СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ



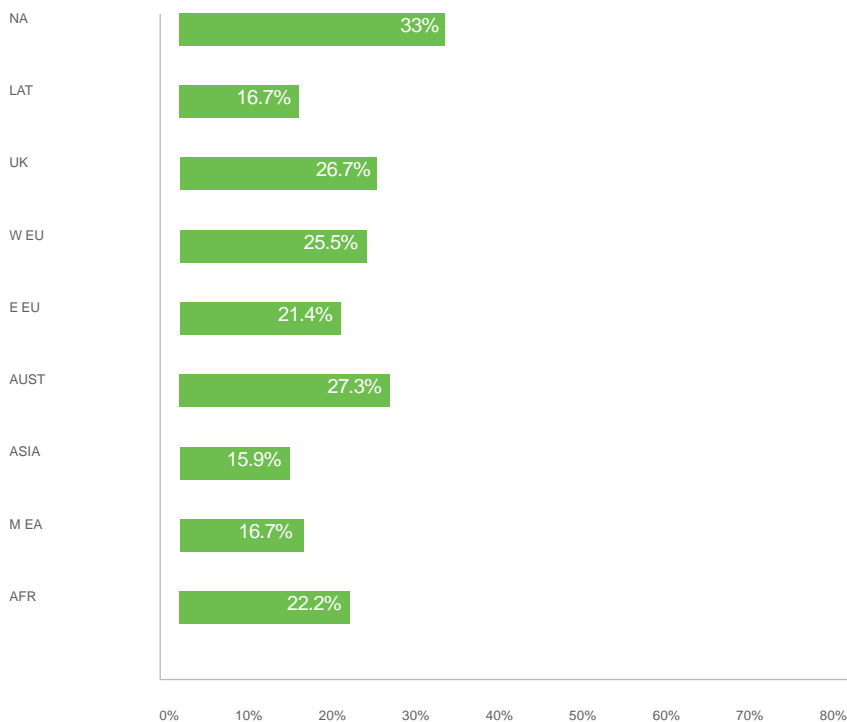
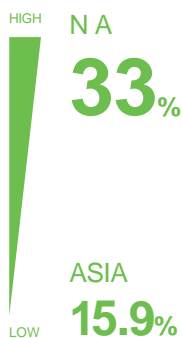
# Вызовы и возможности глобального рынка

NA: СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА  
LAT: ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА  
UK: СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО  
W EU: ЗАПАДНАЯ ЕВРОПА  
E EU: ВОСТОЧНАЯ ЕВРОПА  
AUST: АВСТРАЛИЯ  
ASIA: АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКИЙ р-н  
M EA: БЛИЖНИЙ ВОСТОК  
AFR: АФРИКА

## ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ



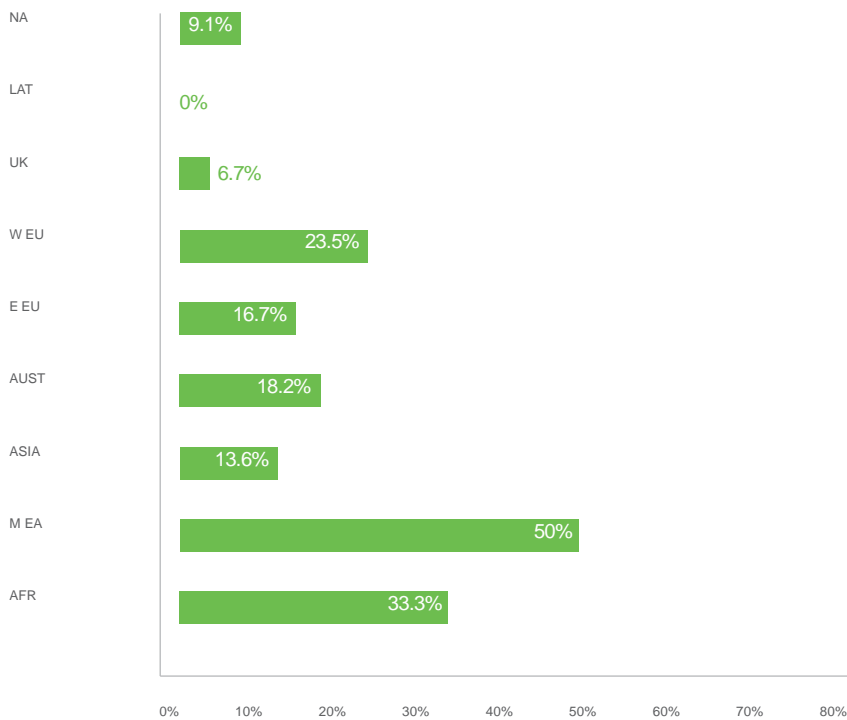
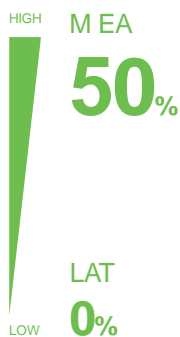
## КРЕАТИВНОСТЬ



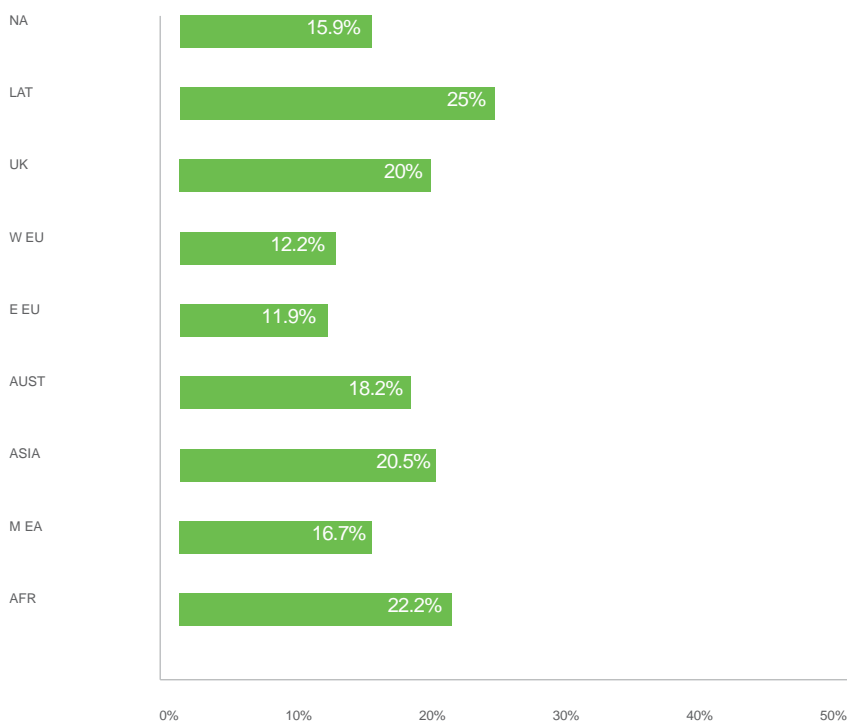
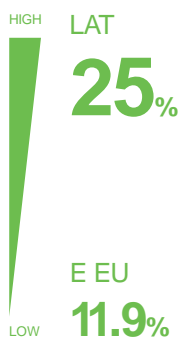
# Вызовы и возможности глобального рынка

NA: СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА  
LAT: ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА  
UK: СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО  
W EU: ЗАПАДНАЯ ЕВРОПА  
E EU: ВОСТОЧНАЯ ЕВРОПА  
AUST: АВСТРАЛИЯ  
ASIA: АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКИЙ р-н  
M EA: БЛИЖНИЙ ВОСТОК  
AFR: АФРИКА

## РАБОТА СО СМИ



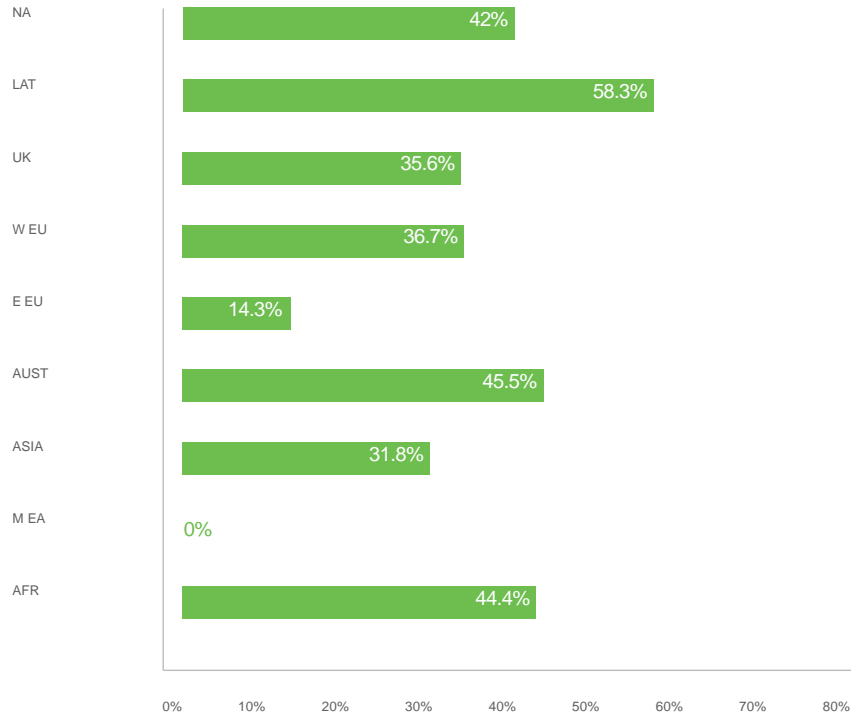
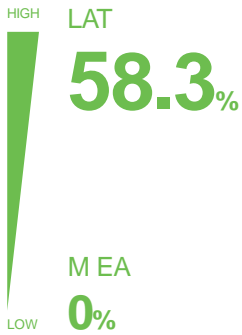
## ИССЛЕДОВАНИЯ



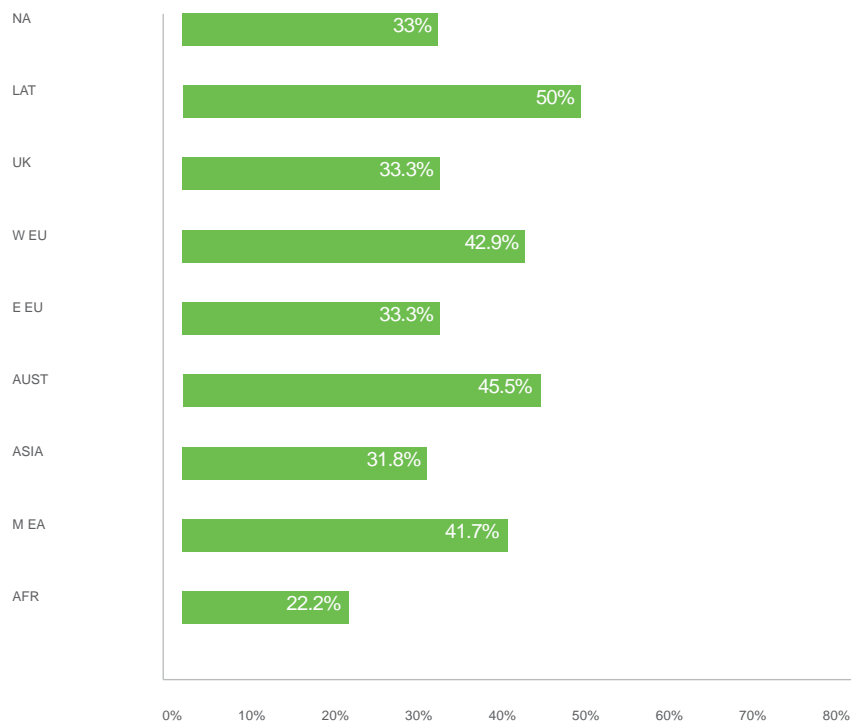
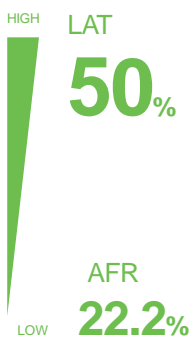
# Вызовы и возможности глобального рынка

NA: СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА  
LAT: ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА  
UK: СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО  
W EU: ЗАПАДНАЯ ЕВРОПА  
E EU: ВОСТОЧНАЯ ЕВРОПА  
AUST: АВСТРАЛИЯ  
ASIA: АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКИЙ р-н  
M EA: БЛИЖНИЙ ВОСТОК  
AFR: АФРИКА

## ОЦЕНКА И АНАЛИТИКА



## КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ ТОП-МЕНЕДЖМЕНТА КОМПАНИИ

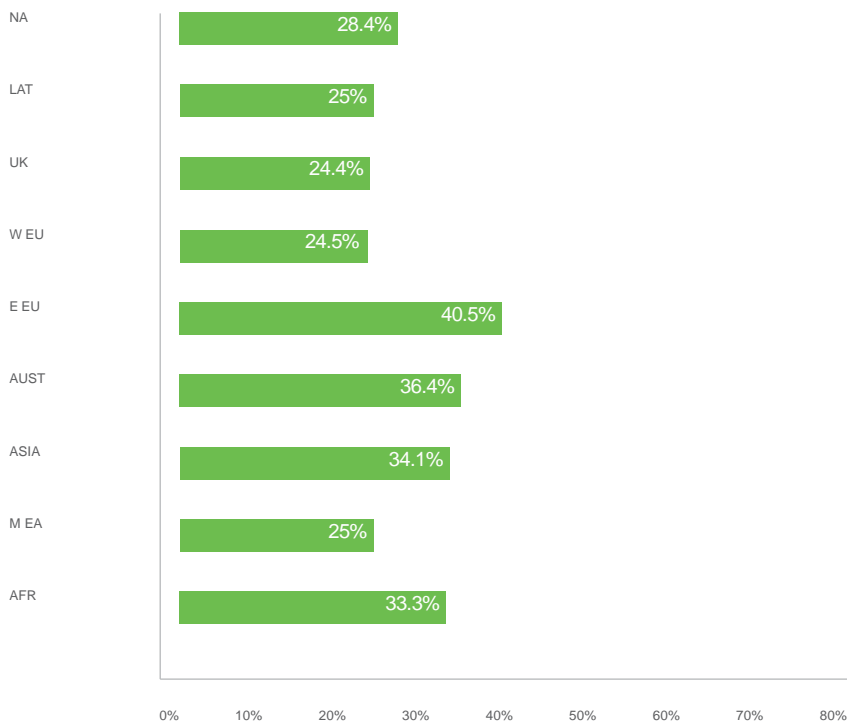
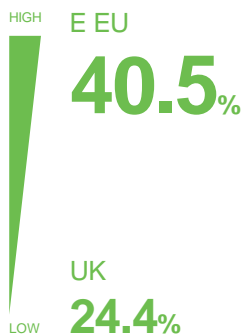




## Вызовы и возможности глобального рынка

NA: СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА  
 LAT: ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА  
 UK: СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО  
 W EU: ЗАПАДНАЯ ЕВРОПА  
 E EU: ВОСТОЧНАЯ ЕВРОПА  
 AUST: АВСТРАЛИЯ  
 ASIA: АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКИЙ р-н  
 M EA: БЛИЖНИЙ ВОСТОК  
 AFR: АФРИКА

### УПРАВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА



### ВЫЗОВЫ ГЛОБАЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ:

Назовите ключевые проблемы, с которыми сталкивается отрасль на местном рынке?

### ЭКОНОМИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

37.3%

### КАДРОВЫЙ ВОПРОС

37.1%

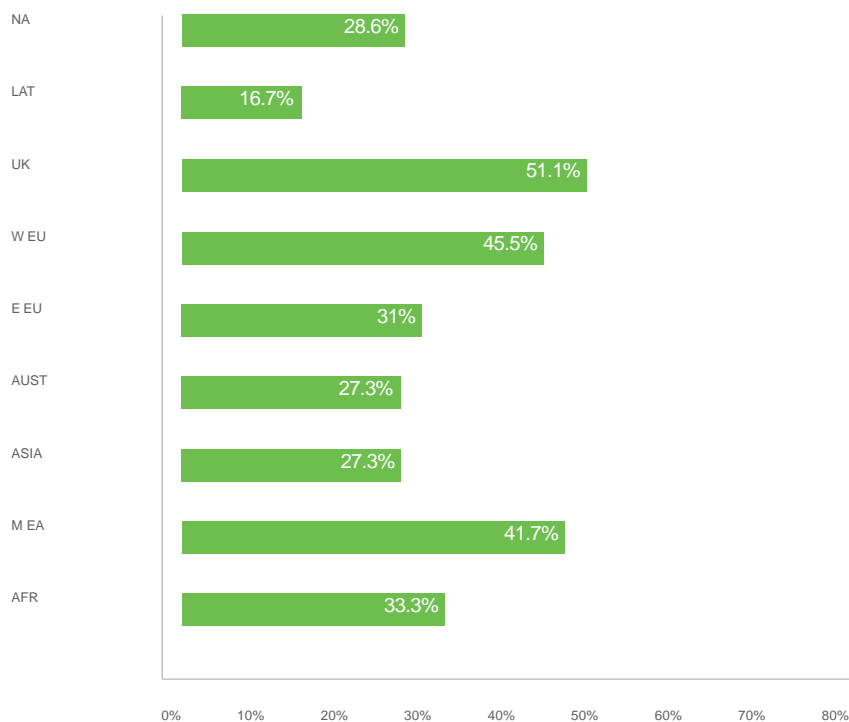
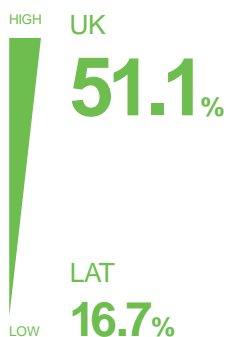
### DIGITAL и НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

25.2%

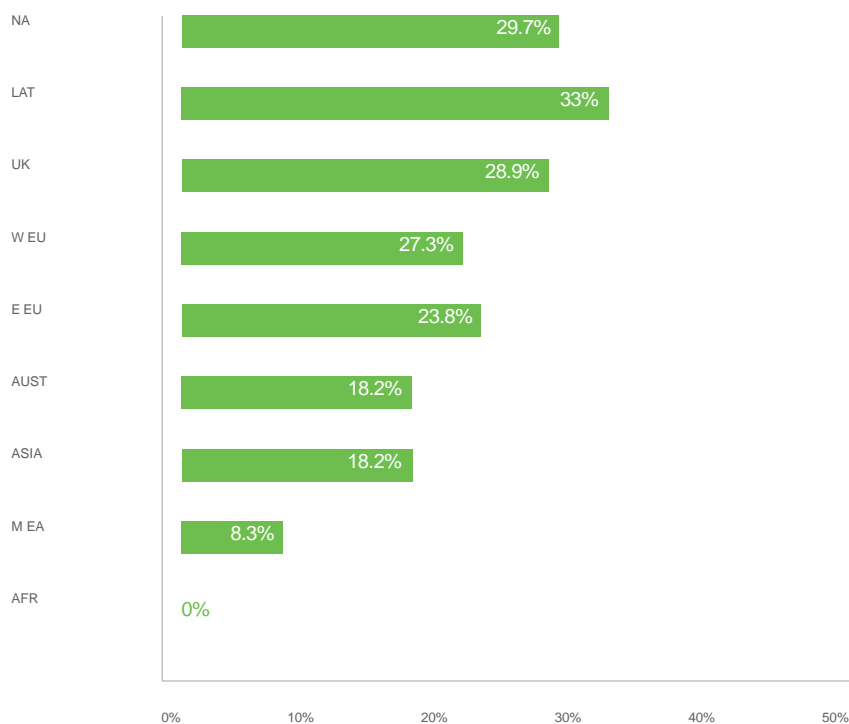
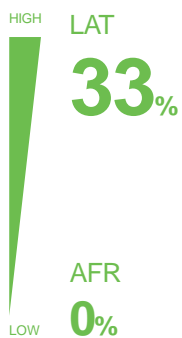
# Вызовы глобальной индустрии

NA: СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА  
LAT: ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА  
UK: СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО  
W EU: ЗАПАДНАЯ ЕВРОПА  
E EU: ВОСТОЧНАЯ ЕВРОПА  
AUST: АВСТРАЛИЯ  
ASIA: АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКИЙ р-н  
M EA: БЛИЖНИЙ ВОСТОК  
AFR: АФРИКА

## ЭКОНОМИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ



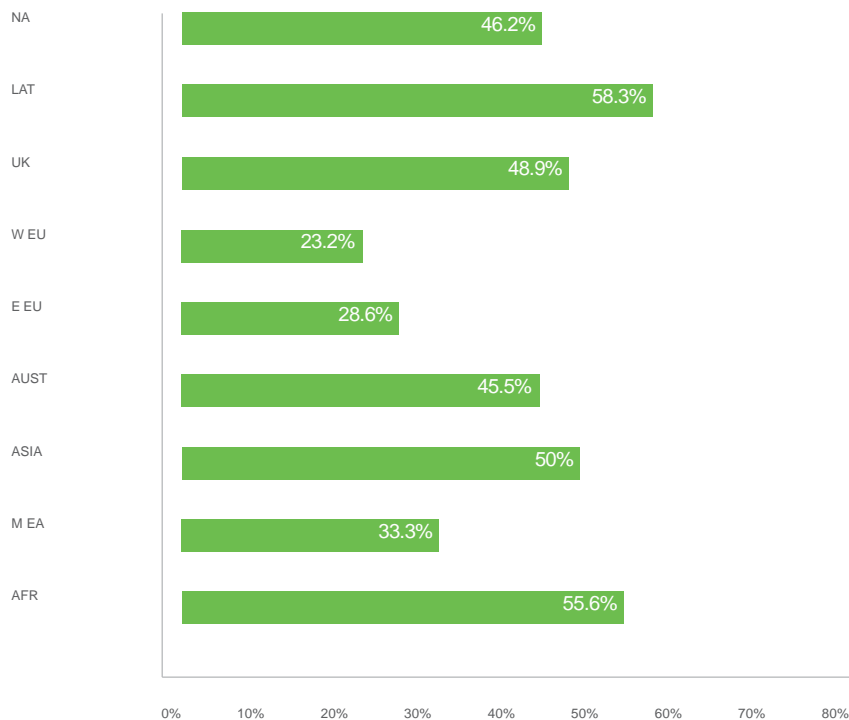
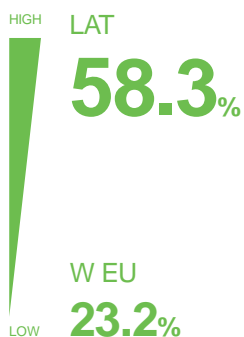
## DIGITAL И НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ



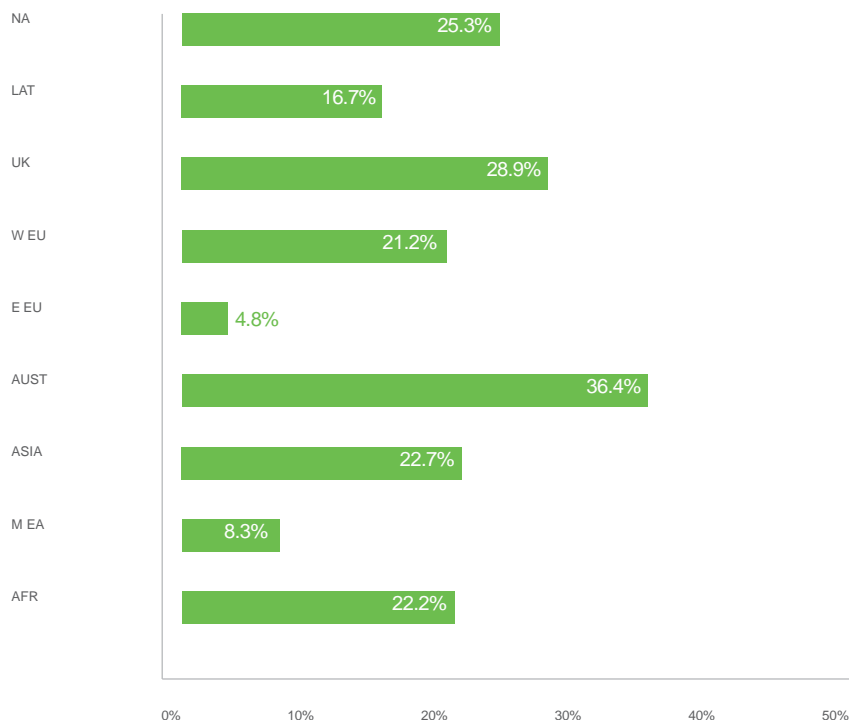
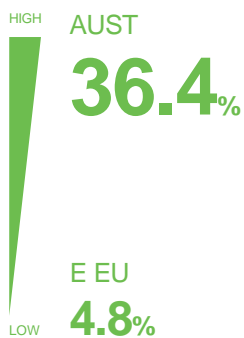
# Вызовы глобальной индустрии

NA: СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА  
 LAT: ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА  
 UK: СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО  
 W EU: ЗАПАДНАЯ ЕВРОПА  
 E EU: ВОСТОЧНАЯ ЕВРОПА  
 AUST: АВСТРАЛИЯ  
 ASIA: АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКИЙ р-н  
 M EA: БЛИЖНИЙ ВОСТОК  
 AFR: АФРИКА

## КАДРОВЫЙ ВОПРОС



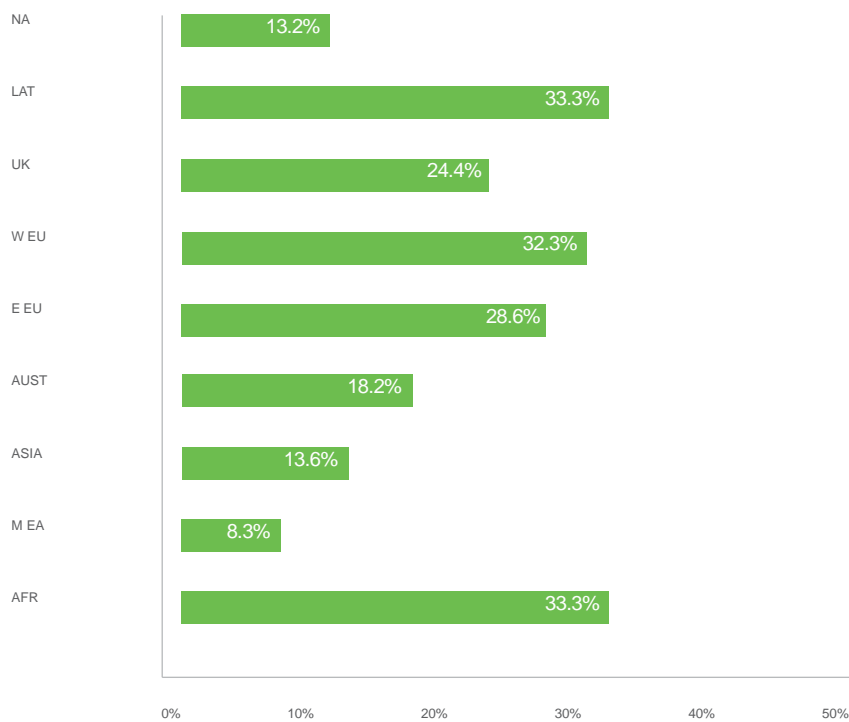
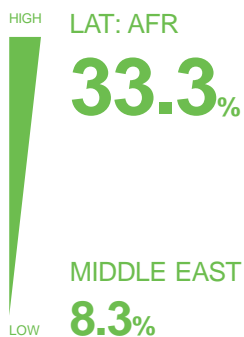
## КОНКУРЕНЦИЯ С ДРУГИМИ МАРКЕТИНГОВЫМИ ДИСЦИПЛИНАМИ



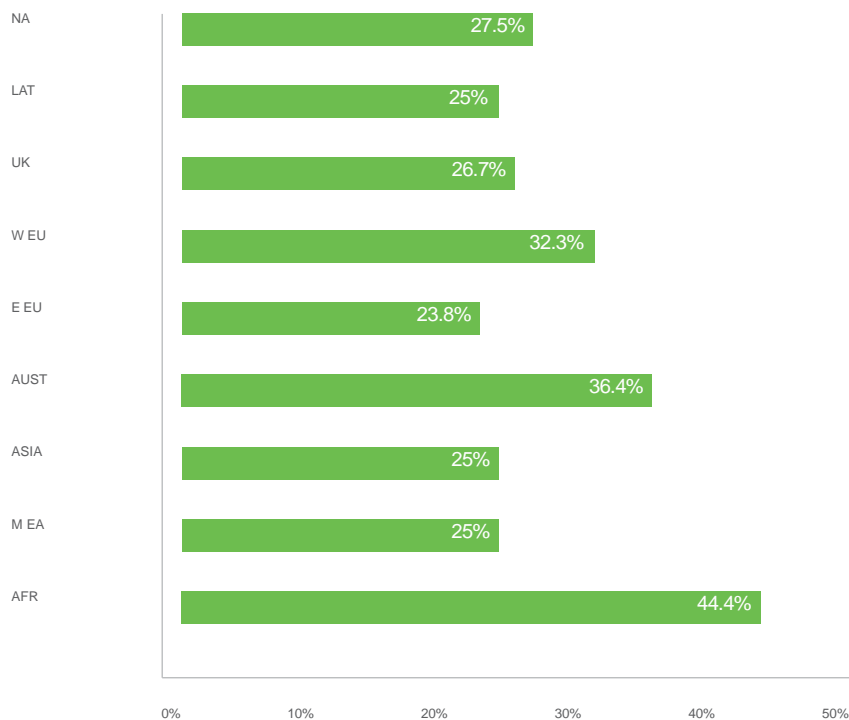
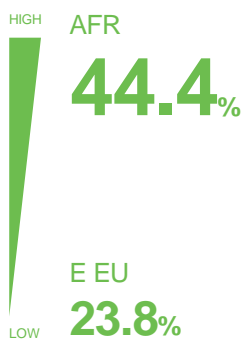
## Вызовы глобальной индустрии

NA: СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА  
 LAT: ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА  
 UK: СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО  
 W EU: ЗАПАДНАЯ ЕВРОПА  
 E EU: ВОСТОЧНАЯ ЕВРОПА  
 AUST: АВСТРАЛИЯ  
 ASIA: АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКИЙ р-н  
 M EA: БЛИЖНИЙ ВОСТОК  
 AFR: АФРИКА

**ФИНАНСОВОЕ ДАВЛЕНИЕ:**  
 необходимость выполнить  
 запланированный показатель по  
 прибыльности



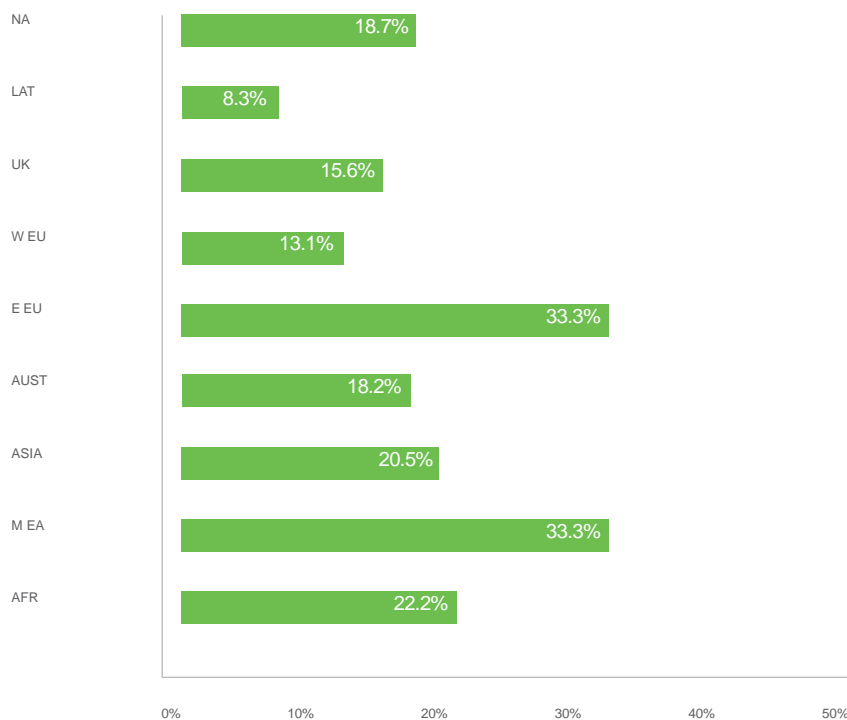
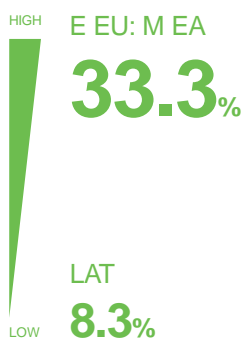
**НЕЖЕЛАНИЕ СО  
 СТОРОНЫ КЛИЕНТОВ  
 ИНВЕСТИРОВАТЬ  
 СРЕДСТВА**



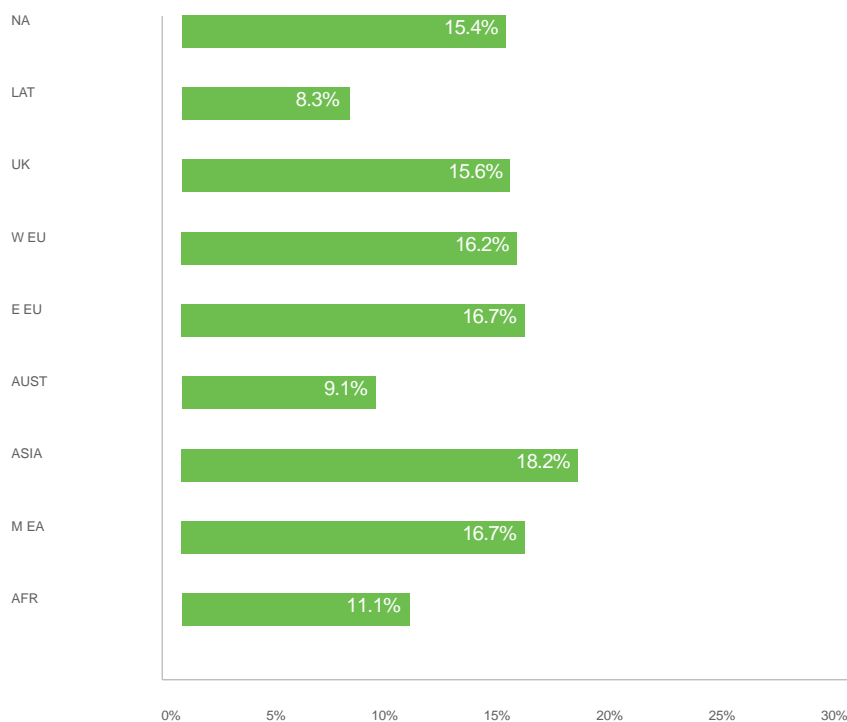
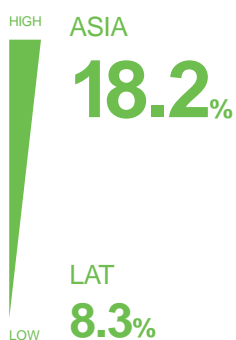
# Вызовы глобальной индустрии

NA: СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА  
 LAT: ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА  
 UK: СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО  
 W EU: ЗАПАДНАЯ ЕВРОПА  
 E EU: ВОСТОЧНАЯ ЕВРОПА  
 AUST: АВСТРАЛИЯ  
 ASIA: АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКИЙ р-н  
 M EA: БЛИЖНИЙ ВОСТОК  
 AFR: АФРИКА

## НЕПОНИМАНИЕ СО СТОРОНЫ КЛИЕНТОВ



## НЕСПОСОБНОСТЬ ИЗМЕРЯТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ PR-АКТИВНОСТИ



---

## Рост глобального рынка

NA: СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА  
LAT: ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА  
UK: СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО  
W EU: ЗАПАДНАЯ ЕВРОПА  
E EU: ВОСТОЧНАЯ ЕВРОПА  
AUST: АВСТРАЛИЯ  
ASIA: АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКИЙ р-н  
M EA: БЛИЖНИЙ ВОСТОК  
AFR: АФРИКА

---

РОСТ КАКИХ КАТЕГОРИЙ УСЛУГ  
НАБЛЮДАЛСЯ в 2012 г.?

DIGITAL и ONLINE COMMUNICATIONS

**75.3%**

КОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

**49.7%**

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

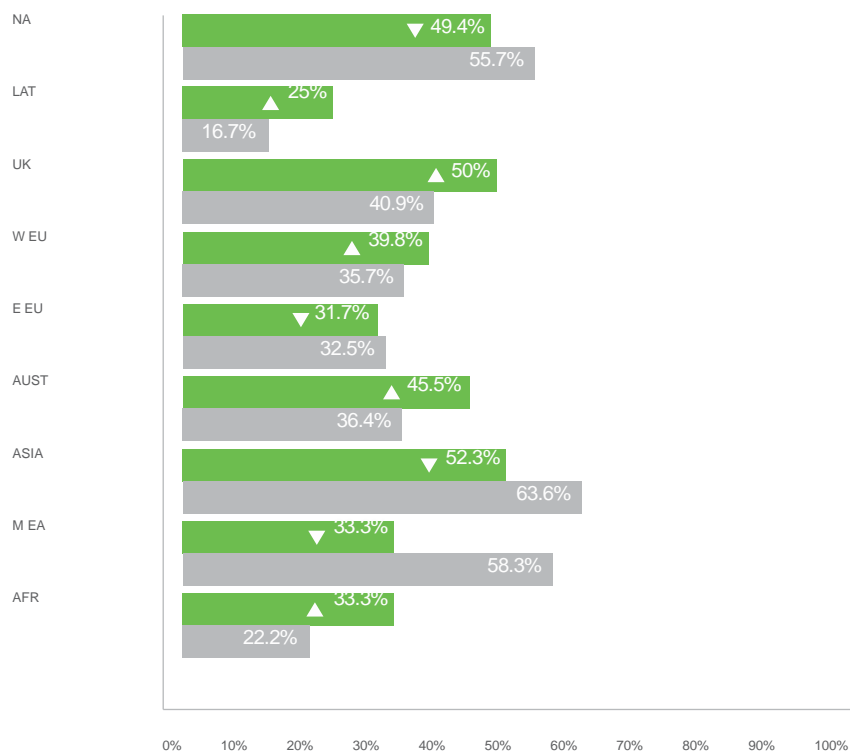
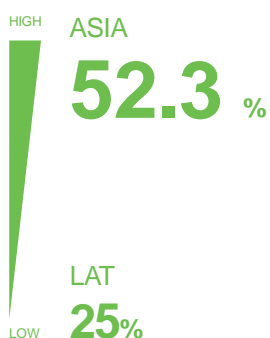
**46.4 %**

## Рост глобального рынка по категориям услуг

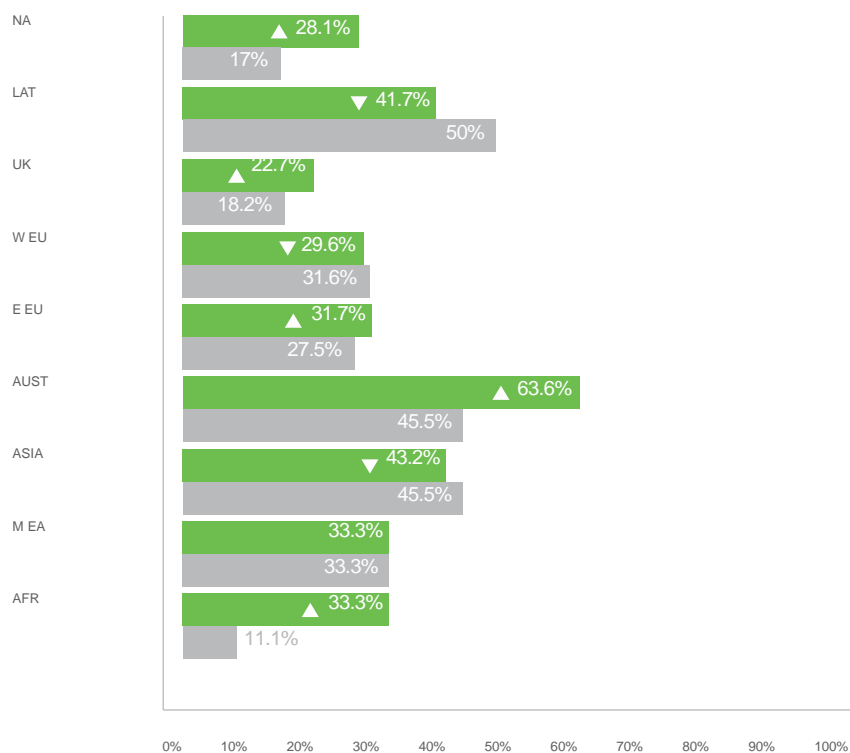
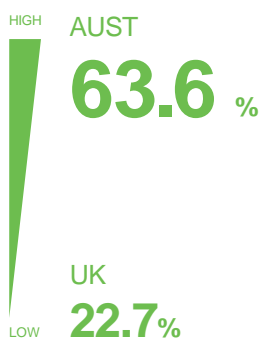
■ 2013  
■ 2012

NA: СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА  
 LAT: ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА  
 UK: СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО  
 W EU: ЗАПАДНАЯ ЕВРОПА  
 E EU: ВОСТОЧНАЯ ЕВРОПА  
 AUST: АВСТРАЛИЯ  
 ASIA: АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКИЙ р-н  
 M EA: БЛИЖНИЙ ВОСТОК  
 AFR: АФРИКА

### МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ



### СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

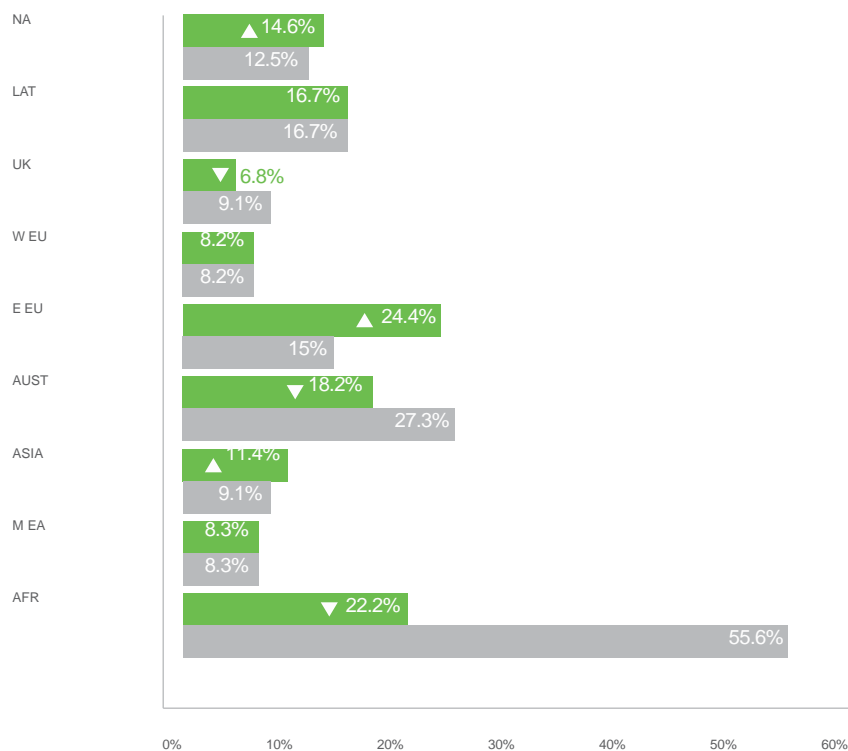
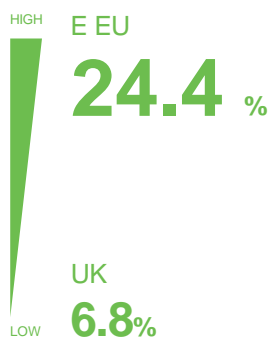


## Рост глобального рынка по категориям услуг

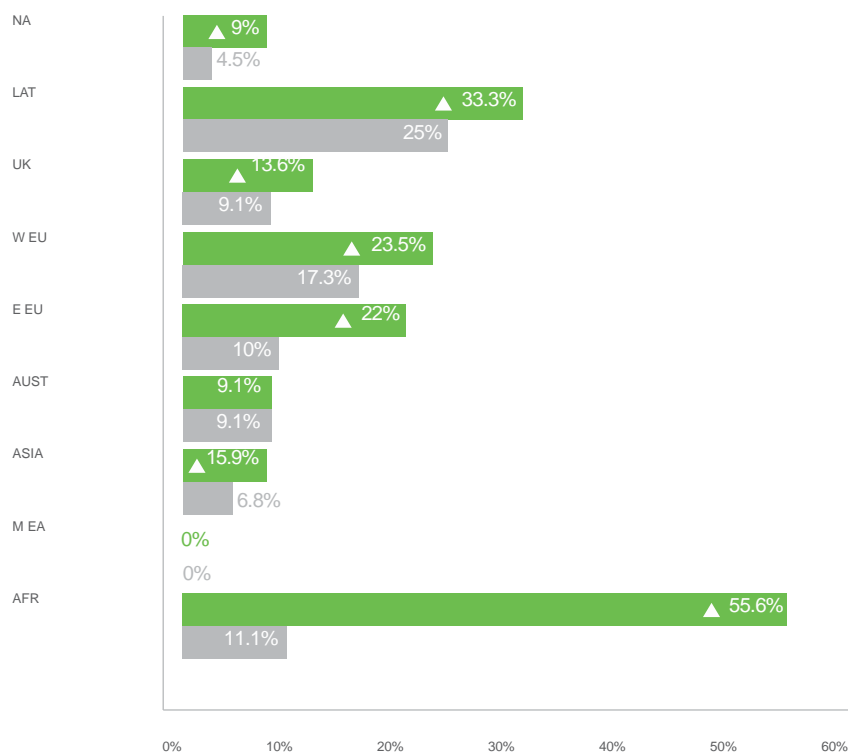
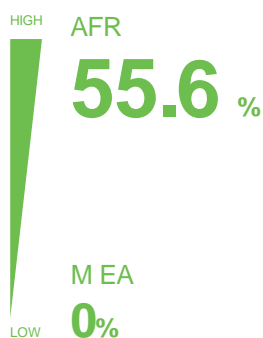
■ 2013  
■ 2012

NA: СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА  
 LAT: ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА  
 UK: СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО  
 W EU: ЗАПАДНАЯ ЕВРОПА  
 E EU: ВОСТОЧНАЯ ЕВРОПА  
 AUST: АВСТРАЛИЯ  
 ASIA: АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКИЙ р-н  
 M EA: БЛИЖНИЙ ВОСТОК  
 AFR: АФРИКА

### ОТНОШЕНИЯ С ИНВЕСТИРАМИ



### ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ



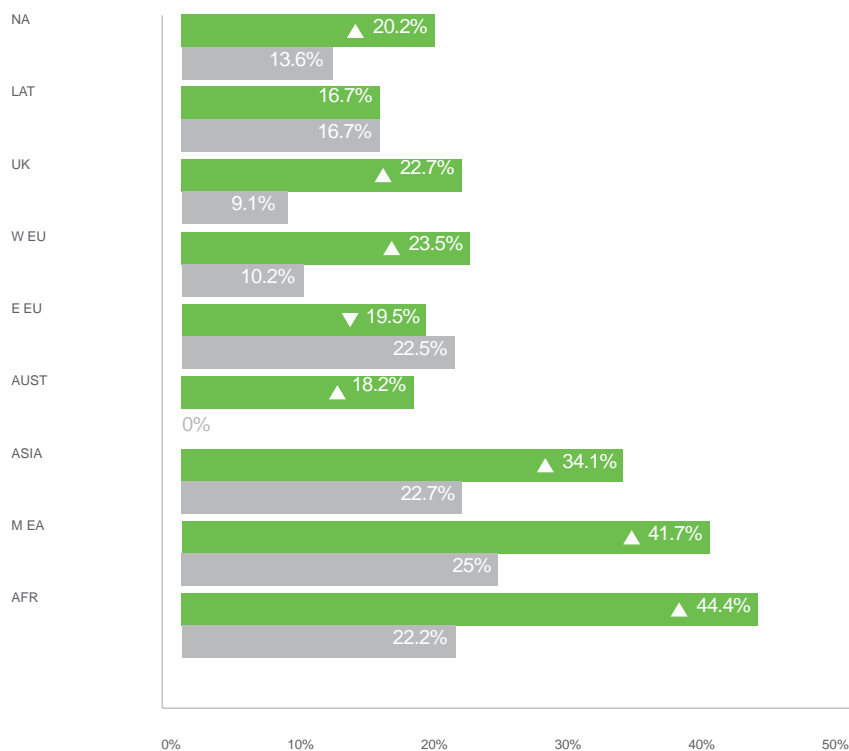
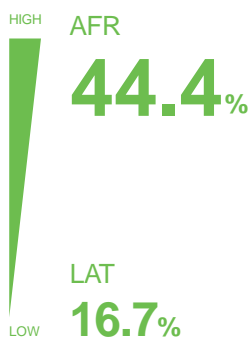


# Рост глобального рынка по категориям услуг

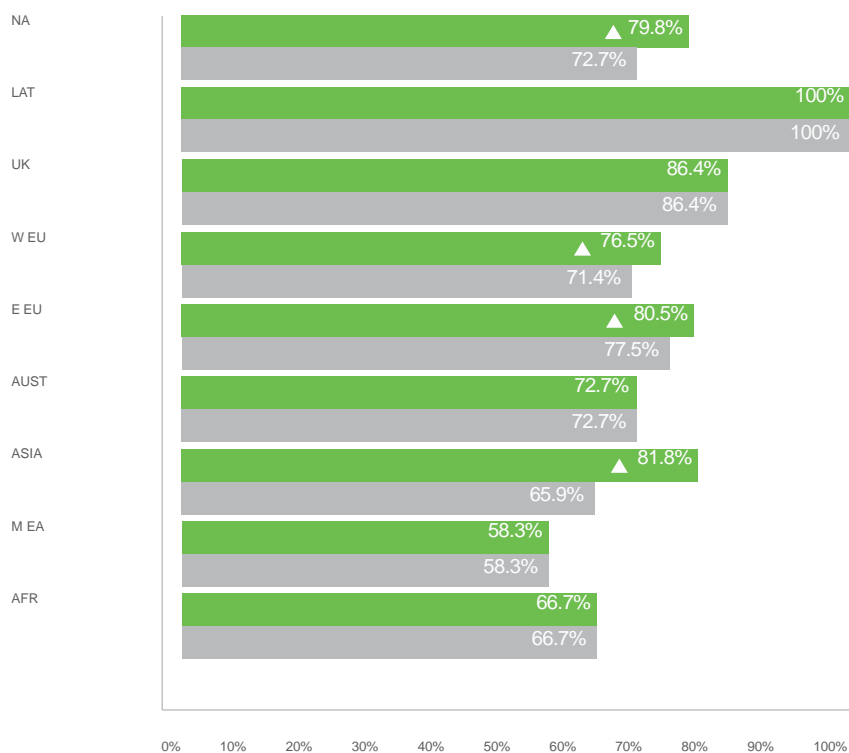
■ 2013  
■ 2012

NA: СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА  
 LAT: ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА  
 UK: СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО  
 W EU: ЗАПАДНАЯ ЕВРОПА  
 E EU: ВОСТОЧНАЯ ЕВРОПА  
 AUST: АВСТРАЛИЯ  
 ASIA: АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКИЙ р-н  
 M EA: БЛИЖНИЙ ВОСТОК  
 AFR: АФРИКА

## СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ



## DIGITAL-КОММУНИКАЦИИ



## Рост глобального рынка

	2013	2012
NA:	СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА	
LAT:	ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА	
UK:	СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО	
W EU:	ЗАПАДНАЯ ЕВРОПА	
E EU:	ВОСТОЧНАЯ ЕВРОПА	
AUST:	АВСТРАЛИЯ	
ASIA:	АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКИЙ р-н	
M EA:	БЛИЖНИЙ ВОСТОК	
AFR:	АФРИКА	

В КАКИХ ИНДУСТРИЯХ  
НАБЛЮДАЛСЯ НАИБОЛЬШИЙ  
РОСТ в 2012 г.?

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТОВАРЫ

49.5%

ТЕХНОЛОГИИ

42.7%

ЗДРАВООХРАНЕНИЕ

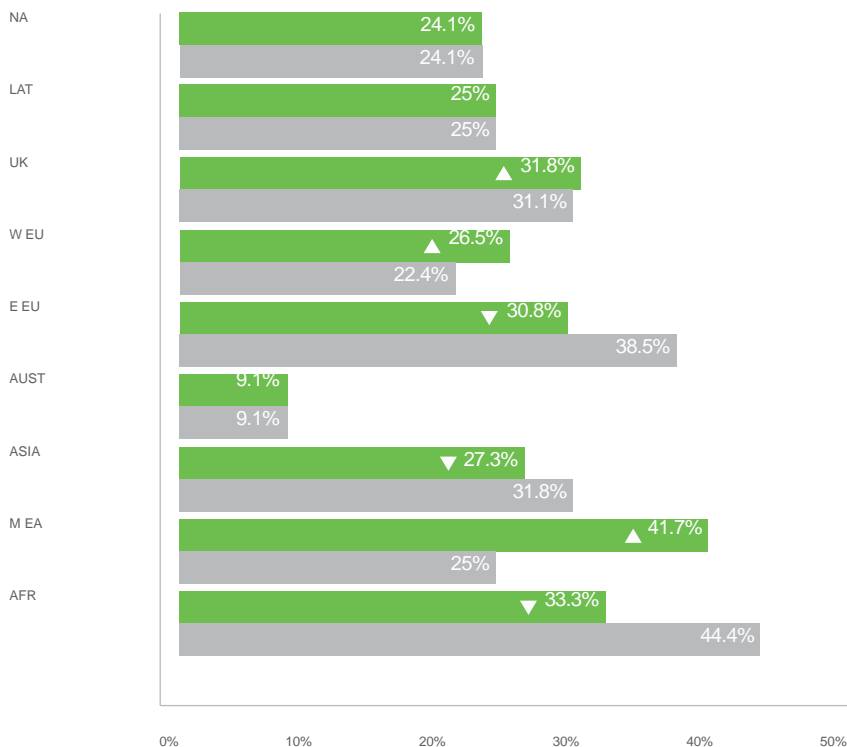
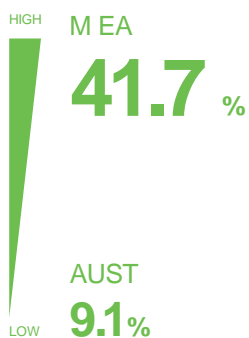
39.4%

60% 70% 80% 90% 100%

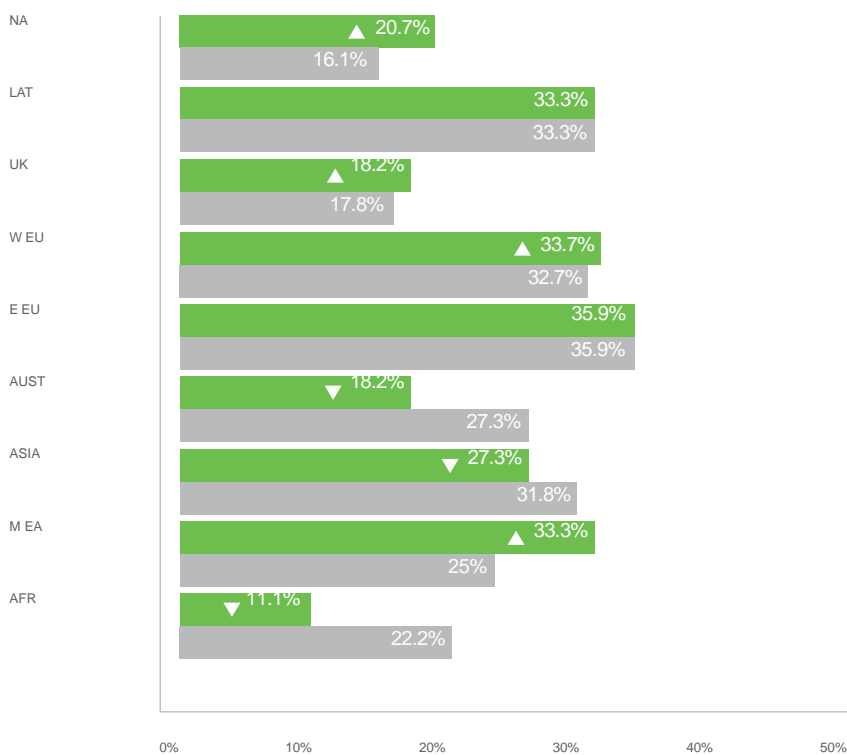
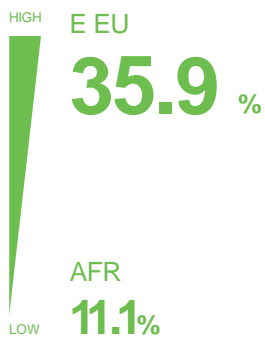
# Рост глобального рынка по индустриям

■ 2013  
■ 2012  
 NA: СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА  
 LAT: ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА  
 UK: СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО  
 W EU: ЗАПАДНАЯ ЕВРОПА  
 E EU: ВОСТОЧНАЯ ЕВРОПА  
 AUST: АВСТРАЛИЯ  
 ASIA: АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКИЙ р-н  
 M EA: БЛИЖНИЙ ВОСТОК  
 AFR: АФРИКА

## FMCG



## ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

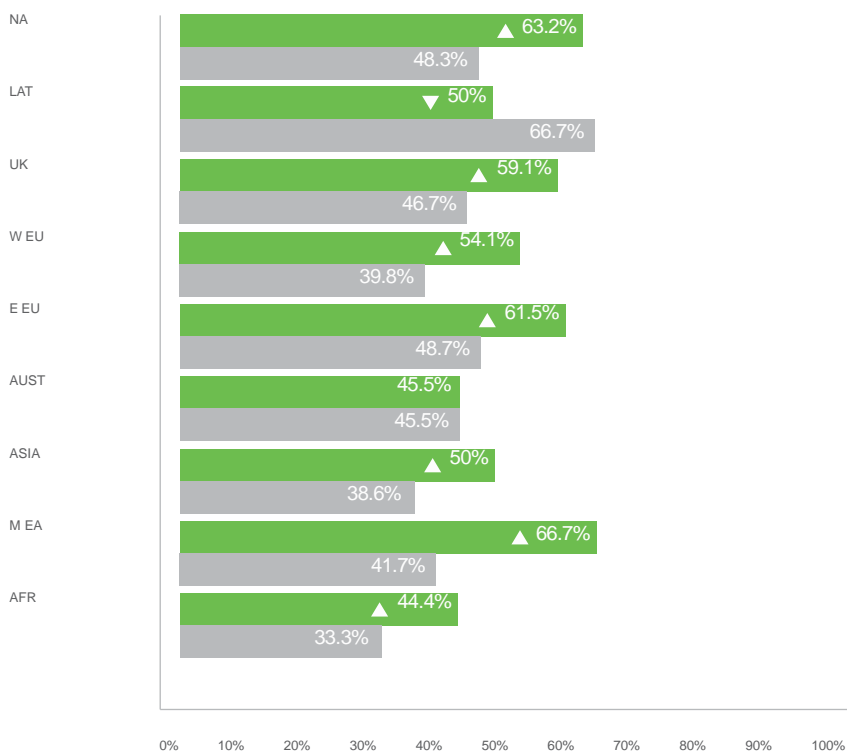
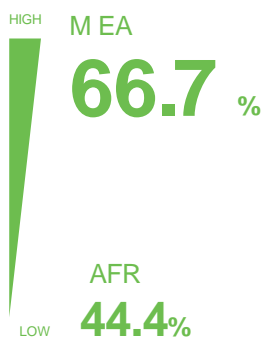


# Рост глобального рынка по индустриям

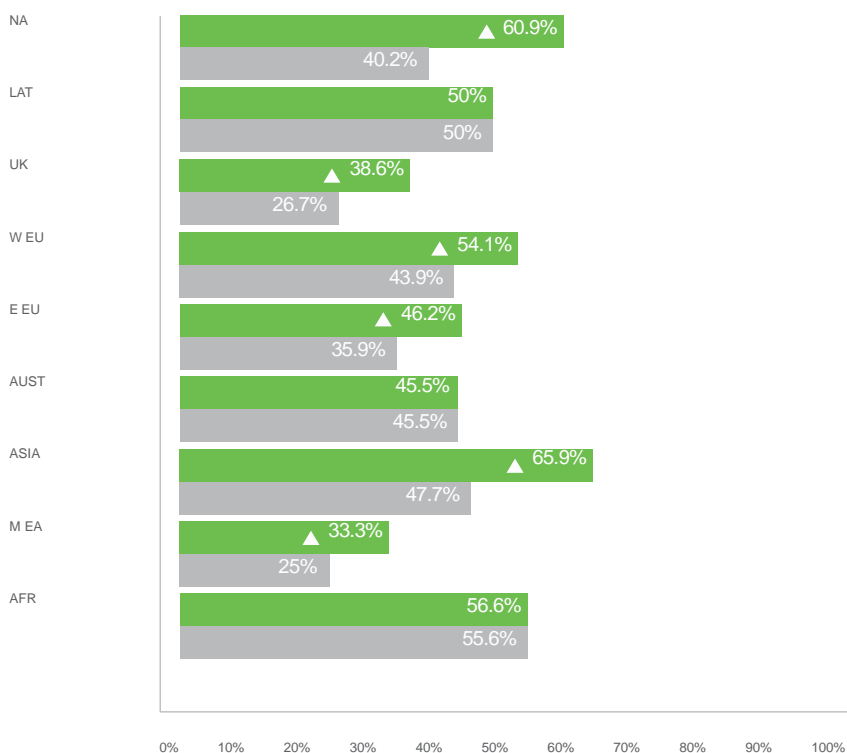
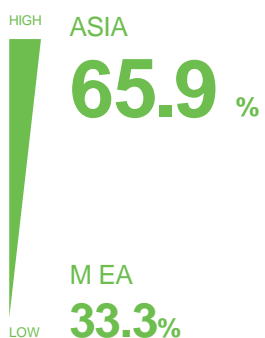
■ 2013  
■ 2012

NA: СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА  
 LAT: ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА  
 UK: СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО  
 W EU: ЗАПАДНАЯ ЕВРОПА  
 E EU: ВОСТОЧНАЯ ЕВРОПА  
 AUST: АВСТРАЛИЯ  
 ASIA: АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКИЙ р-н  
 M EA: БЛИЖНИЙ ВОСТОК  
 AFR: АФРИКА

## ТЕХНОЛОГИИ



## ЗДРАВООХРАНЕНИЕ

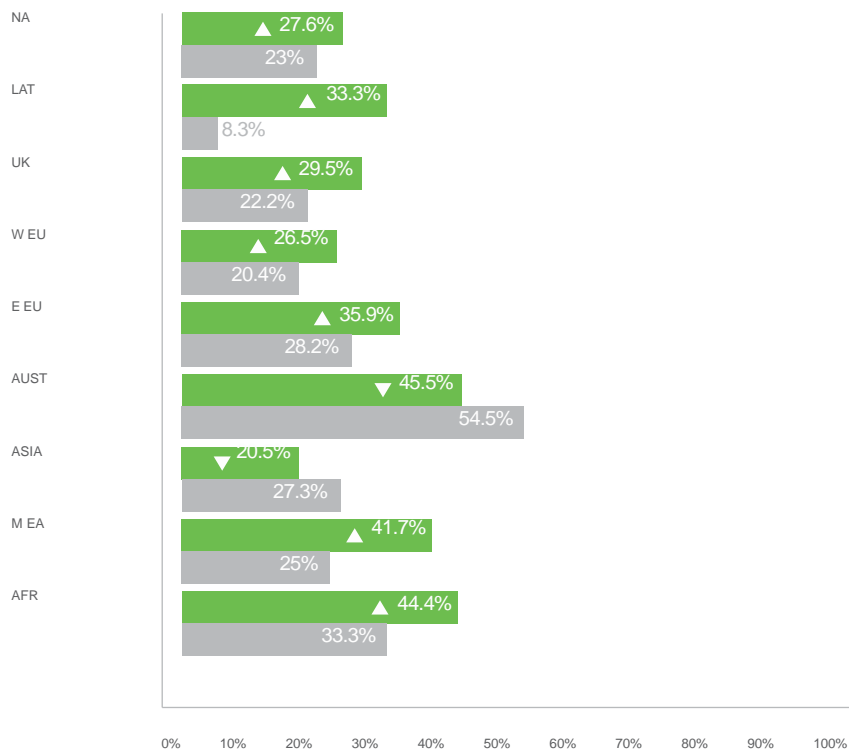
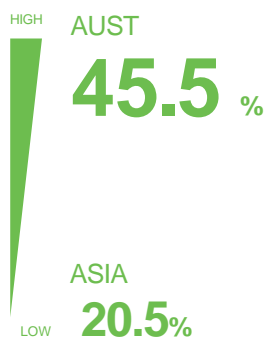


# Рост глобального рынка по индустриям

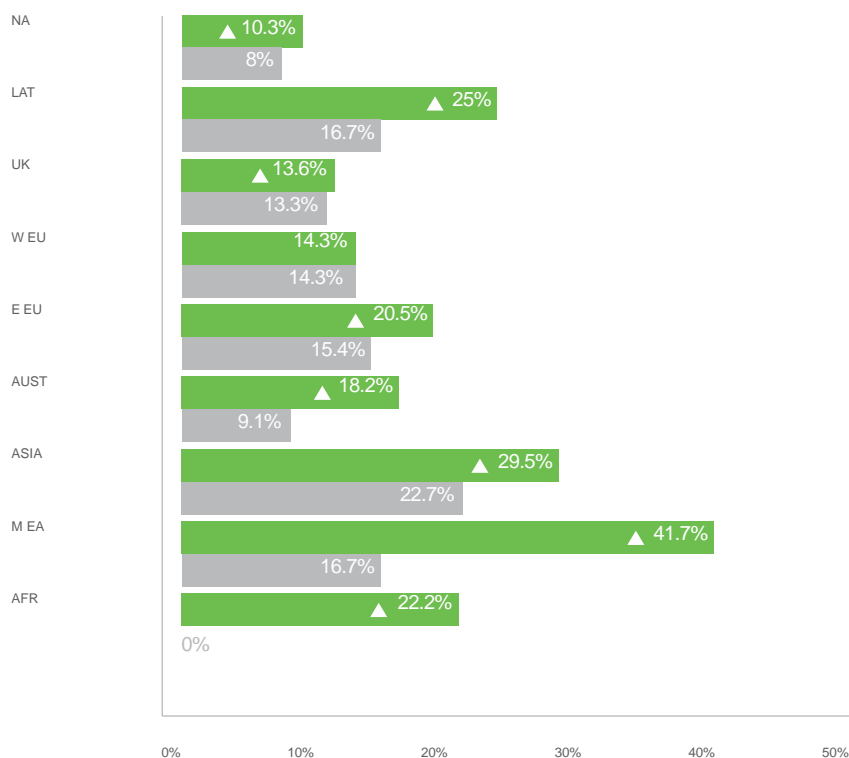
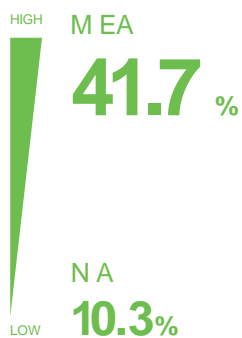
■ 2013  
■ 2012

NA: СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА  
 LAT: ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА  
 UK: СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО  
 W EU: ЗАПАДНАЯ ЕВРОПА  
 E EU: ВОСТОЧНАЯ ЕВРОПА  
 AUST: АВСТРАЛИЯ  
 ASIA: АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКИЙ р-н  
 M EA: БЛИЖНИЙ ВОСТОК  
 AFR: АФРИКА

## ФИНАНСОВЫЕ / ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ УСЛУГИ



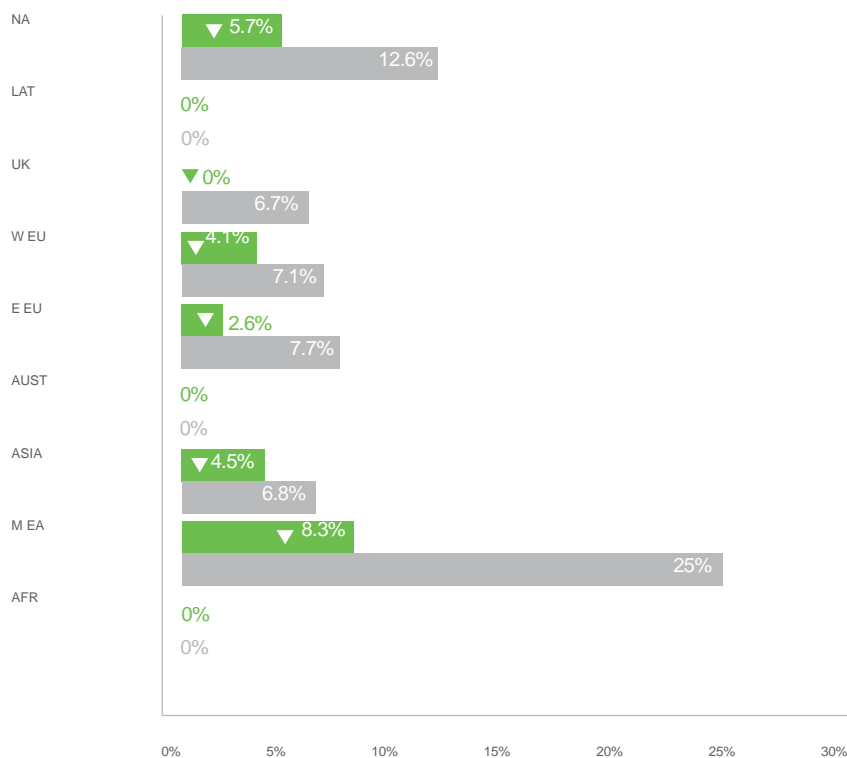
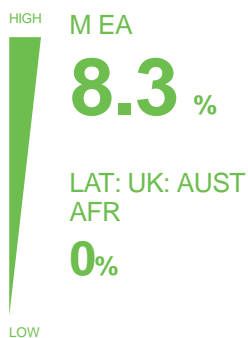
## ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ПРОЕКТЫ



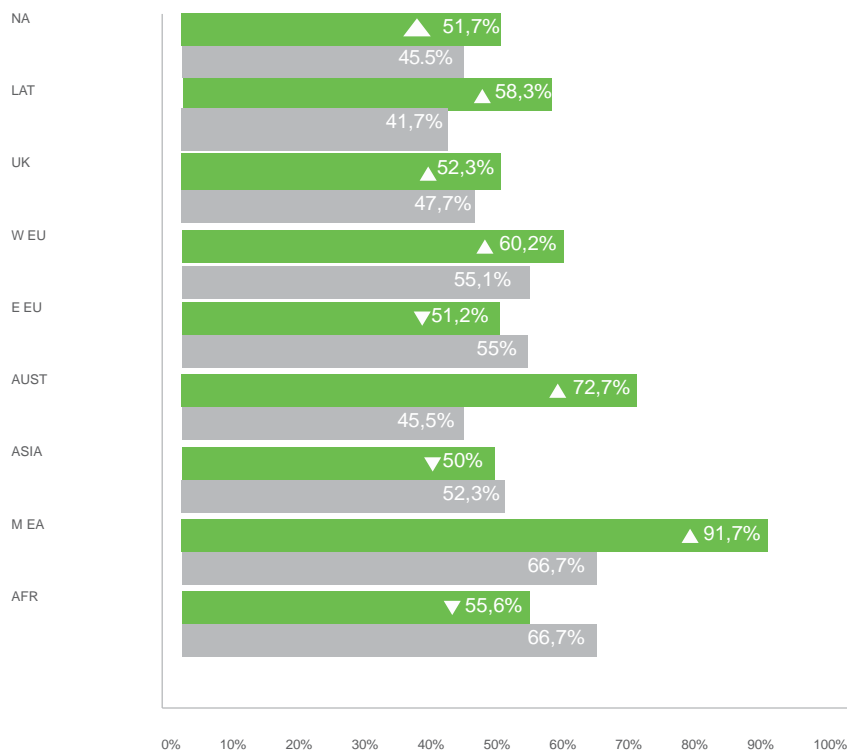
# Рост глобального рынка по индустриям

■ 2013  
■ 2012  
 NA: СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА  
 LAT: ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА  
 UK: СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО  
 W EU: ЗАПАДНАЯ ЕВРОПА  
 E EU: ВОСТОЧНАЯ ЕВРОПА  
 AUST: АВСТРАЛИЯ  
 ASIA: АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКИЙ р-н  
 M EA: БЛИЖНИЙ ВОСТОК  
 AFR: АФРИКА

## БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ



## КОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ



---

**The Holmes Group**  
271 West 47th Street  
Suite 23-A  
New York, NY 10036

**The Holmes Group**  
21 Bryanston Mews West  
London W1H 2BW  
United Kingdom

**International Communications  
Consultancy Organisation**

Willow House  
Willow Place  
London, SW1P 1JH  
United Kingdom

T: +44 (0) 207 233 6026  
W: [www.iccopr.com](http://www.iccopr.com)

