

# Исследование стоимости креативных услуг 2025

Аналитический Центр  
Российской Индустрии Рекламы  
(АЦ РИР)

Октябрь 2025 Москва



Аналитический центр  
Российской индустрии  
рекламы

# ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

**Идея:** Михаил Пишванов, управляющий партнер РА Восход,

Игорь Кирикчи, генеральный директор BBDO,

Татьяна Маслова, вице-президент RoRe Group по направлению Креативные агентства и продакшн;

**Задача:** Определение средней стоимости креативных услуг среди ведущих рекламных агентств в России;

**Реализация:** Аналитический Центр Российской Индустрии Рекламы (АЦ РИР);

**Методология:** Электронное анкетирование с использованием лицензионного ПО «Testograf», анализ данных только по полностью заполненным анкетам;

**Тип:** Индустриальное волновое исследование;

**Периодичность:** Ежегодно;

**Тайминг:** Проведено 4 волны исследования. Четвертая волна проведена в июле–октябре 2025 года;

**Целевая аудитория:** Агентства российского рынка креативных коммуникаций;

**Выборка:** 21 полностью заполненная анкета, среди которых 10 локальных и 11 ex-сетевых;

**Заказчик:** Комитет креативных агентств АКАР;

Copyright: исследование принадлежит АЦ РИР. Все права защищены. Использование третьими лицами возможно только с обязательной ссылкой на АЦ РИР.

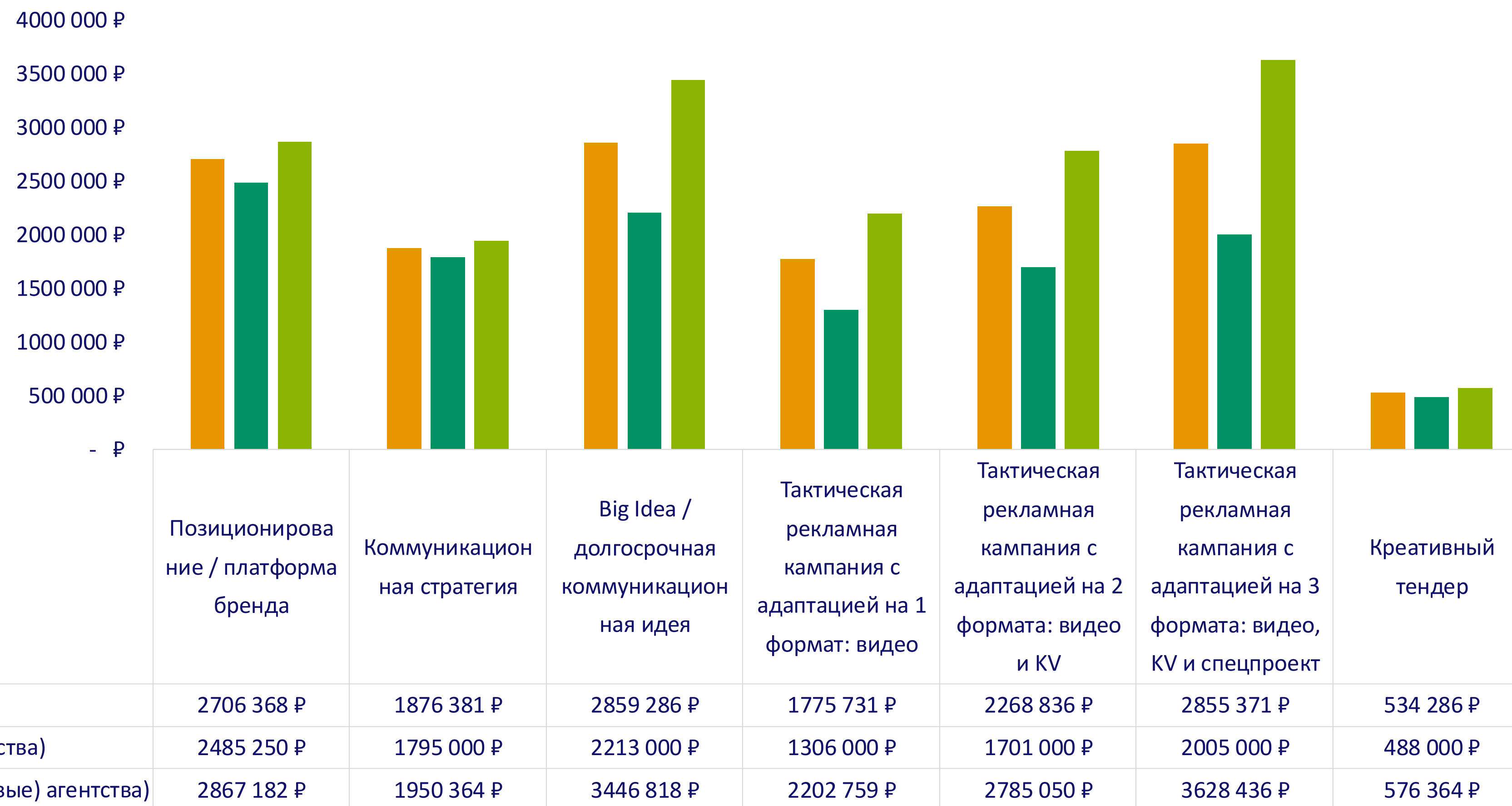
## КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ

- В 2025 году наблюдается рост стоимости по всем видам креативных услуг;
- В разрезе локальных агентств наблюдается рост стоимости по всем видам креативных услуг;
- Среди ex-сетевых агентств наблюдается снижение стоимости по 2 видам услуг: долгосрочная коммуникационная идея (на 1 п.п.) и тактическая рекламная кампания с адаптацией на 1 формат (на 4 п.п);
- Рост стоимости стратегических услуг «Позиционирование / Платформа бренда» и «Коммуникационная стратегия» составил около 35%;
- Средний рост стоимости креативных услуг «Big Idea / Долгосрочная коммуникационная идея» и услуг «Идея тактической рекламной кампании с адаптацией на 1 формат / на 2 формата: видео и KV / на 3 формата: видео, KV и спецпроект» ускорился и составил 23%;
- Важным результатом исследования является динамика стоимости участия в креативном тендере, которая осталась на прежнем уровне.

## КРЕАТИВНЫЕ УСЛУГИ, ОКАЗЫВАЕМЫЕ АГЕНТСТВАМИ (множественный выбор)



## СРЕДНИЕ ЗНАЧЕНИЯ СТОИМОСТИ КРЕАТИВНЫХ УСЛУГ 2025

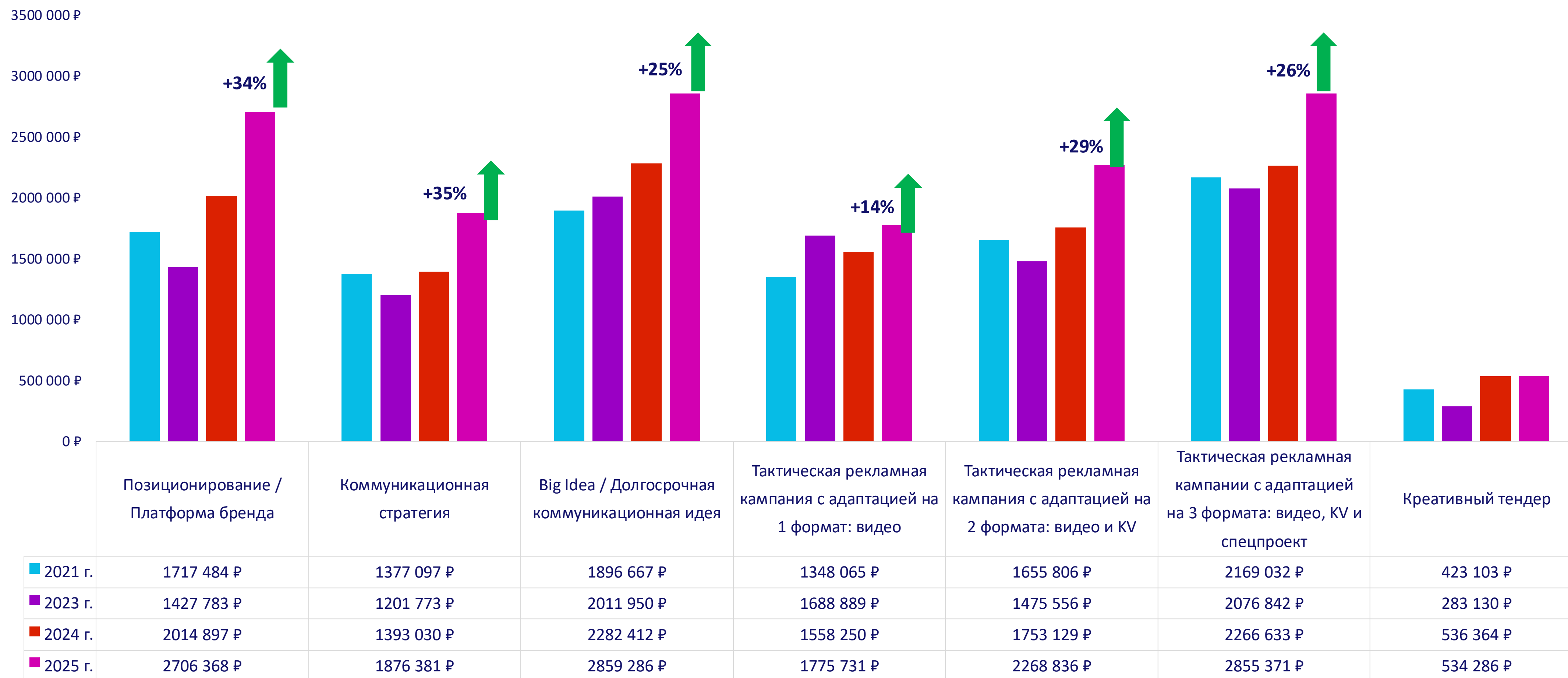


## СРЕДНИЕ ЗНАЧЕНИЯ СТОИМОСТИ КРЕАТИВНЫХ УСЛУГ 2025

Локальные агентства	Позиционирование / платформа бренда	Коммуникационная стратегия	Big Idea / долгосрочная коммуникационная идея	Тактическая рекламная кампания с адаптацией на 1 формат: видео	Тактическая рекламная кампания с адаптацией на 2 формата: видео и KV	Тактическая рекламная кампания с адаптацией на 3 формата: видео, KV и спецпроект	Креативный тендер
Среднее минимальное	1 562 500 ₽	1 304 000 ₽	1 726 000 ₽	971 000 ₽	1 283 000 ₽	1 532 000 ₽	253 000 ₽
Среднее значение	2 485 250 ₽	1 795 000 ₽	2 213 000 ₽	1 306 000 ₽	1 701 000 ₽	2 005 000 ₽	488 000 ₽
Среднее максимальное	3 600 000 ₽	2 340 000 ₽	2 950 000 ₽	1 654 000 ₽	2 072 000 ₽	2 422 000 ₽	715 000 ₽

Сетевое (ex-сетевое)	Позиционирование / платформа бренда	Коммуникационная стратегия	Big Idea / долгосрочная коммуникационная идея	Тактическая рекламная кампания с адаптацией на 1 формат: видео	Тактическая рекламная кампания с адаптацией на 2 формата: видео и KV	Тактическая рекламная кампания с адаптацией на 3 формата: видео, KV и спецпроект	Креативный тендер
Среднее минимальное	2 185 455 ₽	1 533 091 ₽	2 795 727 ₽	1 761 891 ₽	2 330 467 ₽	2 962 908 ₽	390 000 ₽
Среднее значение	2 867 182 ₽	1 950 364 ₽	3 446 818 ₽	2 202 759 ₽	2 785 050 ₽	3 628 436 ₽	576 364 ₽
Среднее максимальное	3 528 000 ₽	2 537 000 ₽	4 136 818 ₽	2 725 168 ₽	3 341 564 ₽	4 334 291 ₽	844 545 ₽

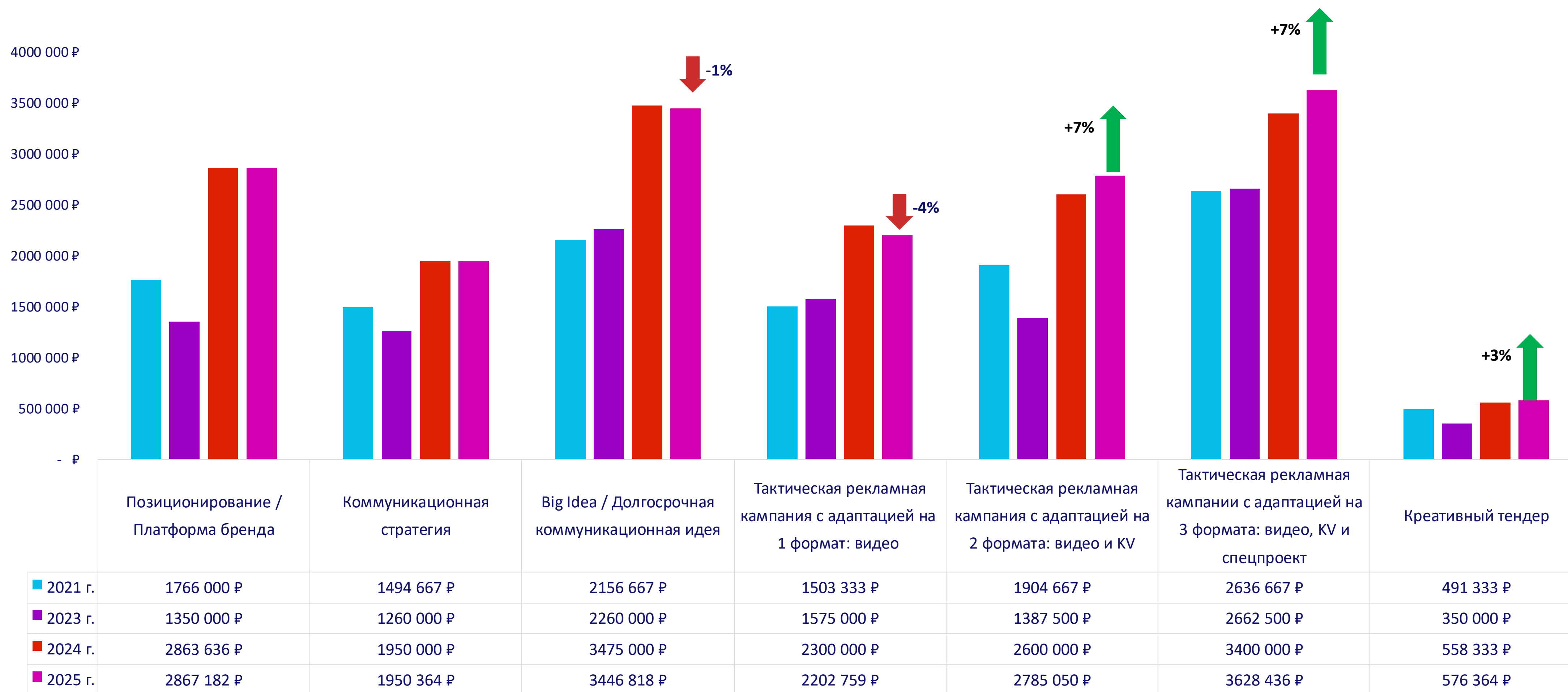
## СРЕДНЕЕ ЗНАЧЕНИЕ СТОИМОСТИ КРЕАТИВНЫХ УСЛУГ ПО ВСЕМ АГЕНТСТВАМ 2021 / 2023 / 2024 / 2025



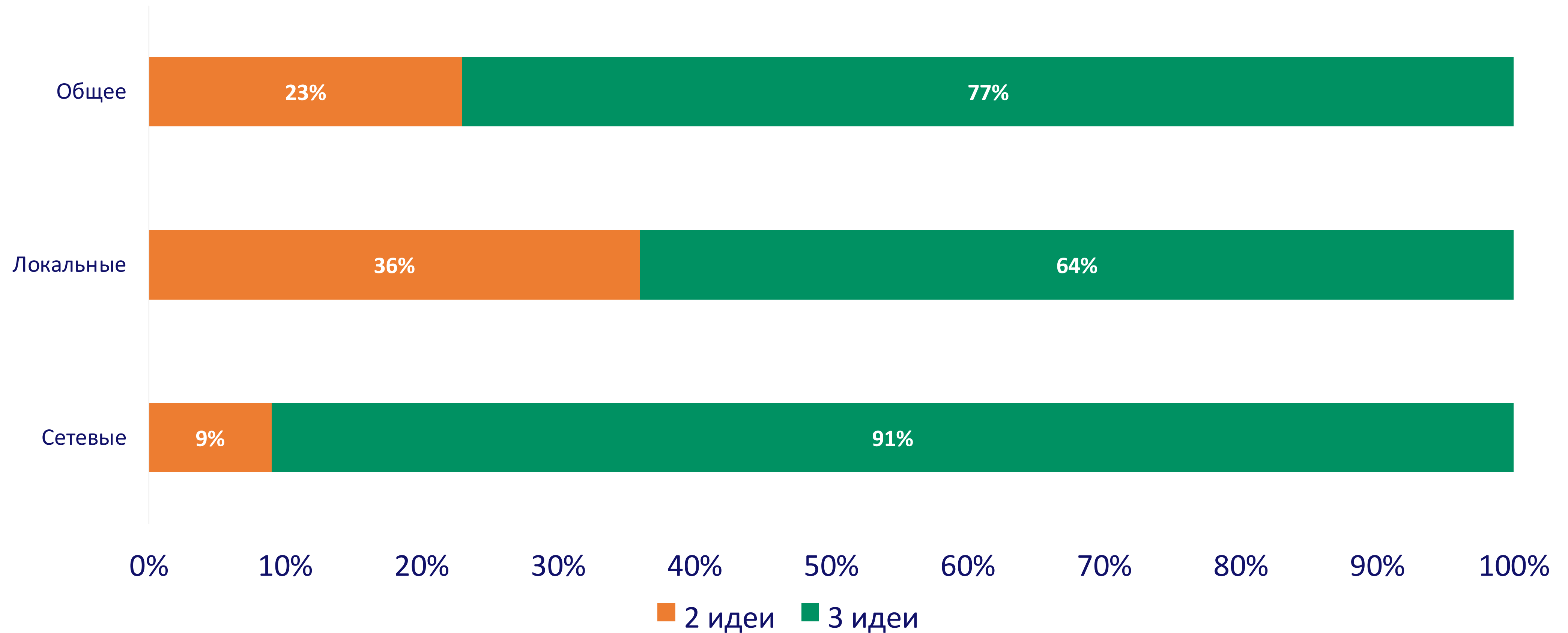
## СРЕДНЕЕ ЗНАЧЕНИЕ СТОИМОСТИ КРЕАТИВНЫХ УСЛУГ ПО ЛОКАЛЬНЫМ АГЕНТСТВАМ 2021 / 2023 / 2024 / 2025



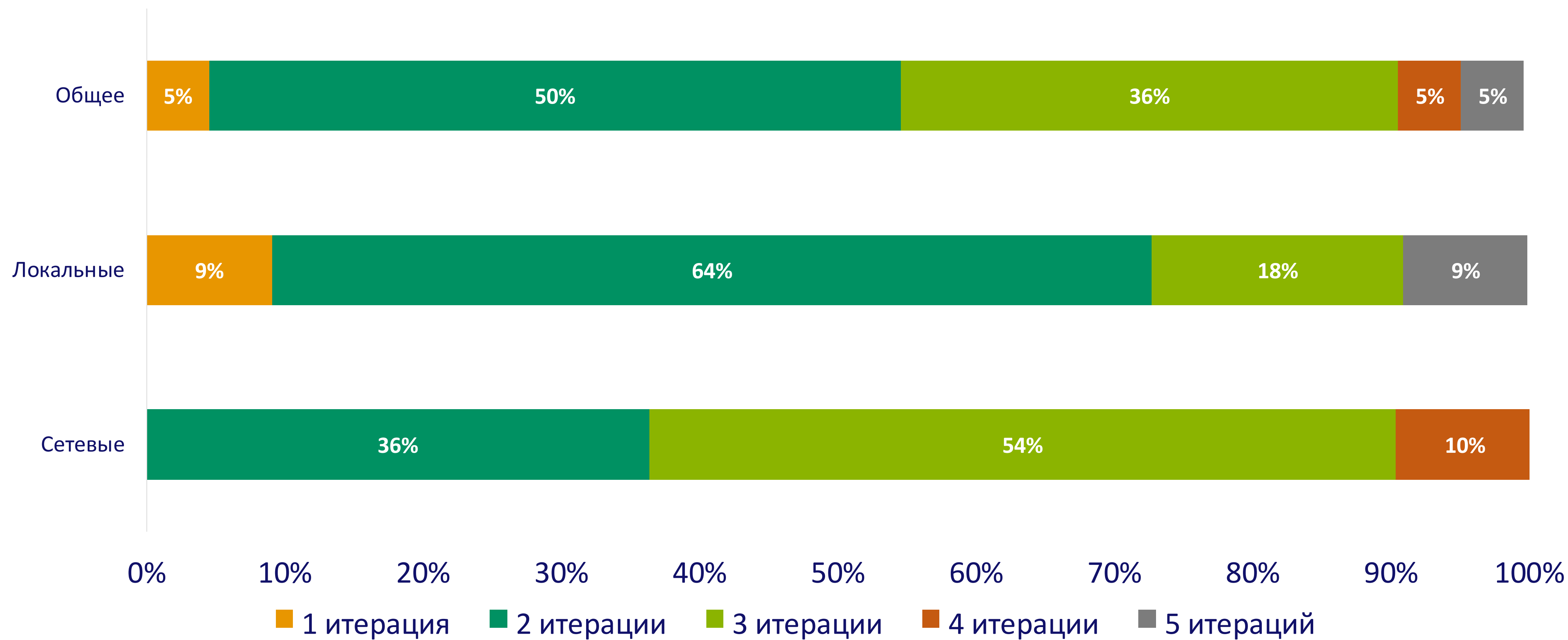
## СРЕДНЕЕ ЗНАЧЕНИЕ СТОИМОСТИ КРЕАТИВНЫХ УСЛУГ ПО ПО ЭКС-СЕТЕВЫМ АГЕНТСТВАМ 2021 / 2023 / 2024 / 2025



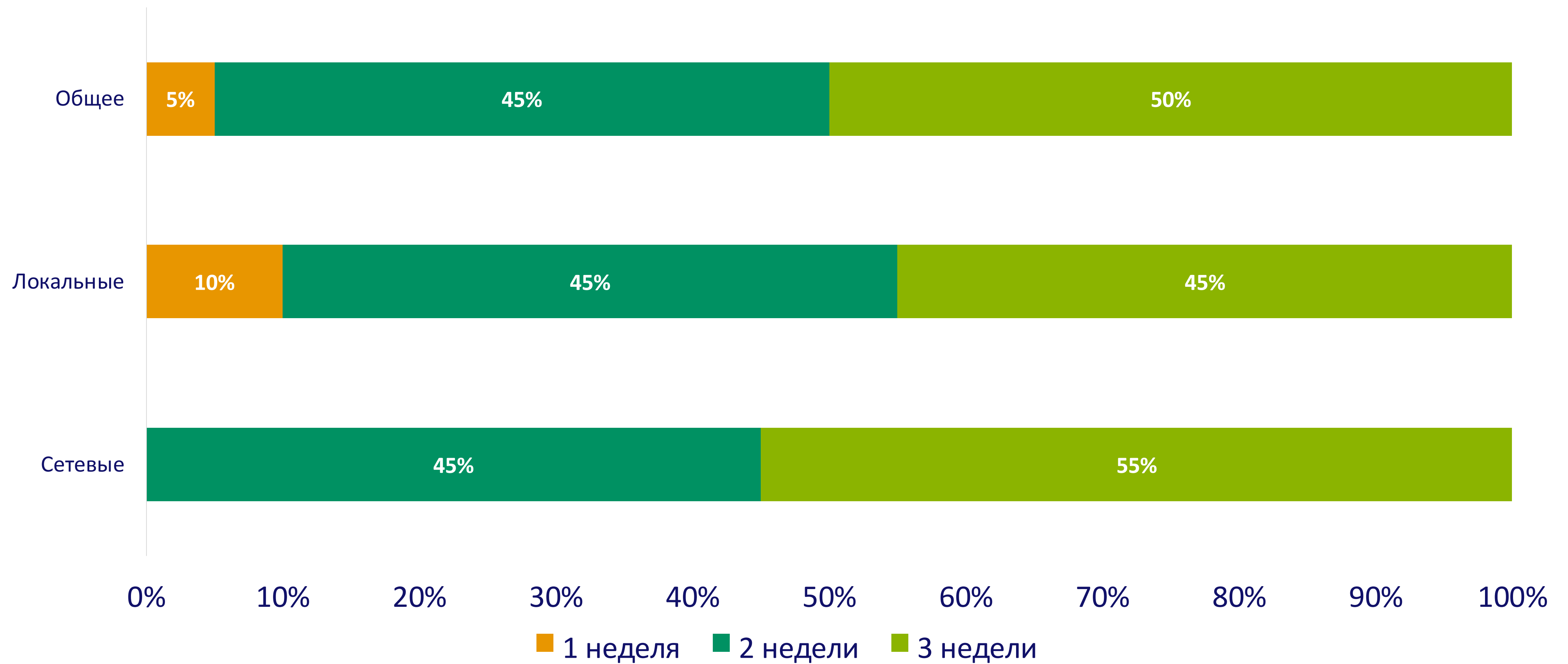
## СРЕДНЕЕ КОЛИЧЕСТВО ВАРИАНТОВ КРЕАТИВНОЙ ИДЕИ, ПРЕЗЕНТУЕМЫХ КЛИЕНТУ



## СРЕДНЕЕ КОЛИЧЕСТВО ИТЕРАЦИЙ / ДОРАБОТОК КРЕАТИВНОЙ ИДЕИ



## СРЕДНИЙ СРОК РАЗРАБОТКИ КРЕАТИВНОЙ ИДЕИ



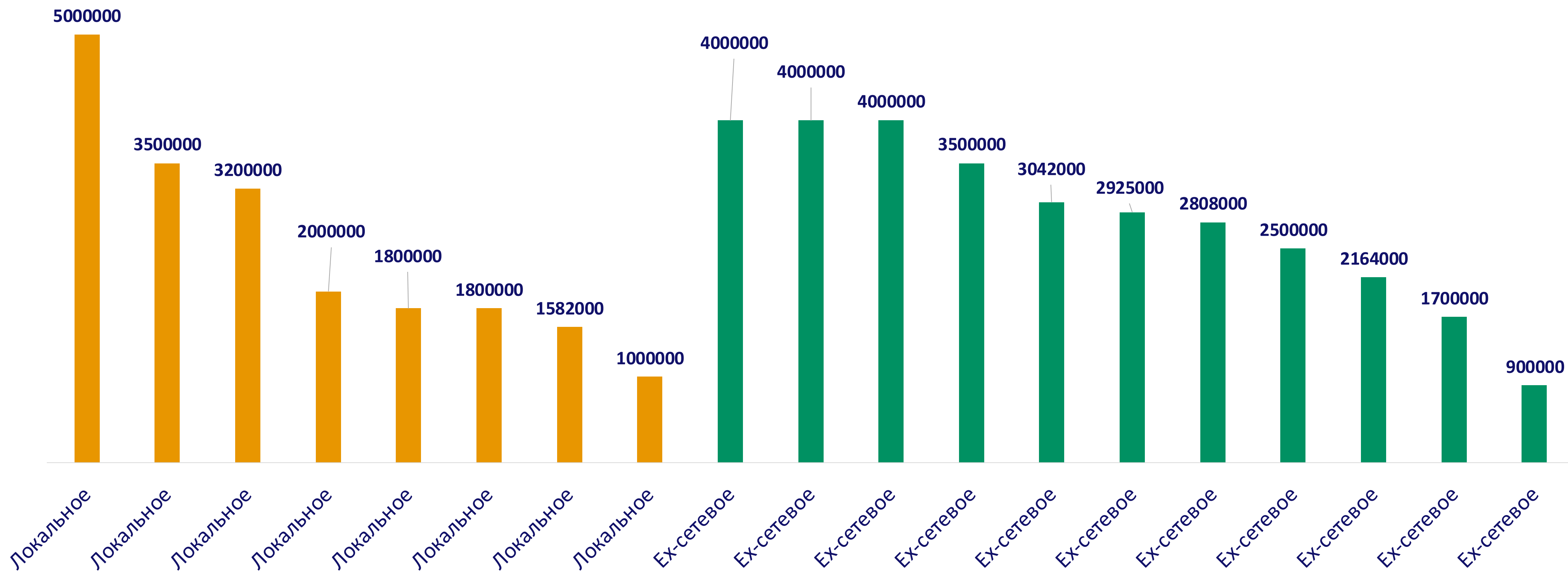
# Распределение стоимости креативных услуг 2025

Аналитический Центр  
Российской Индустрии Рекламы  
(АЦ РИР)  
Октябрь 2025 Москва

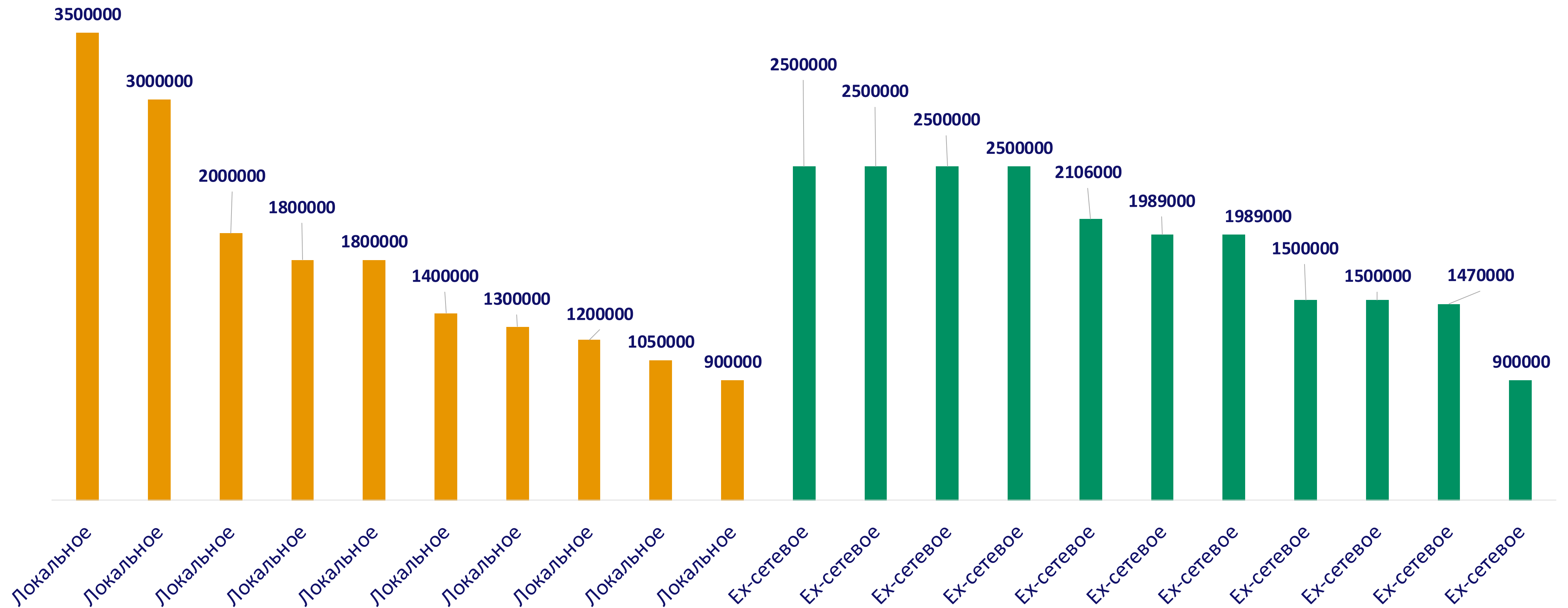


Аналитический центр  
Российской индустрии  
рекламы

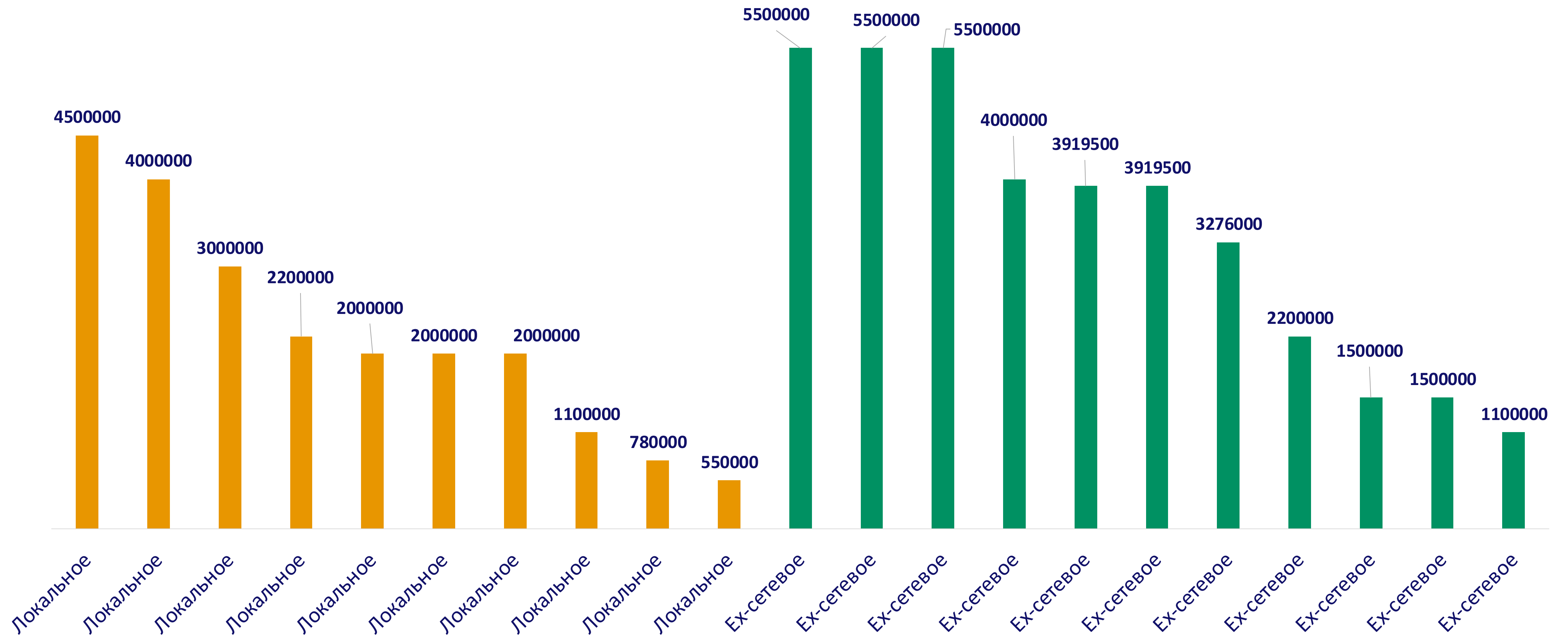
## СРЕДНЯЯ СТОИМОСТЬ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ / ПЛАТФОРМЫ БРЕНДА



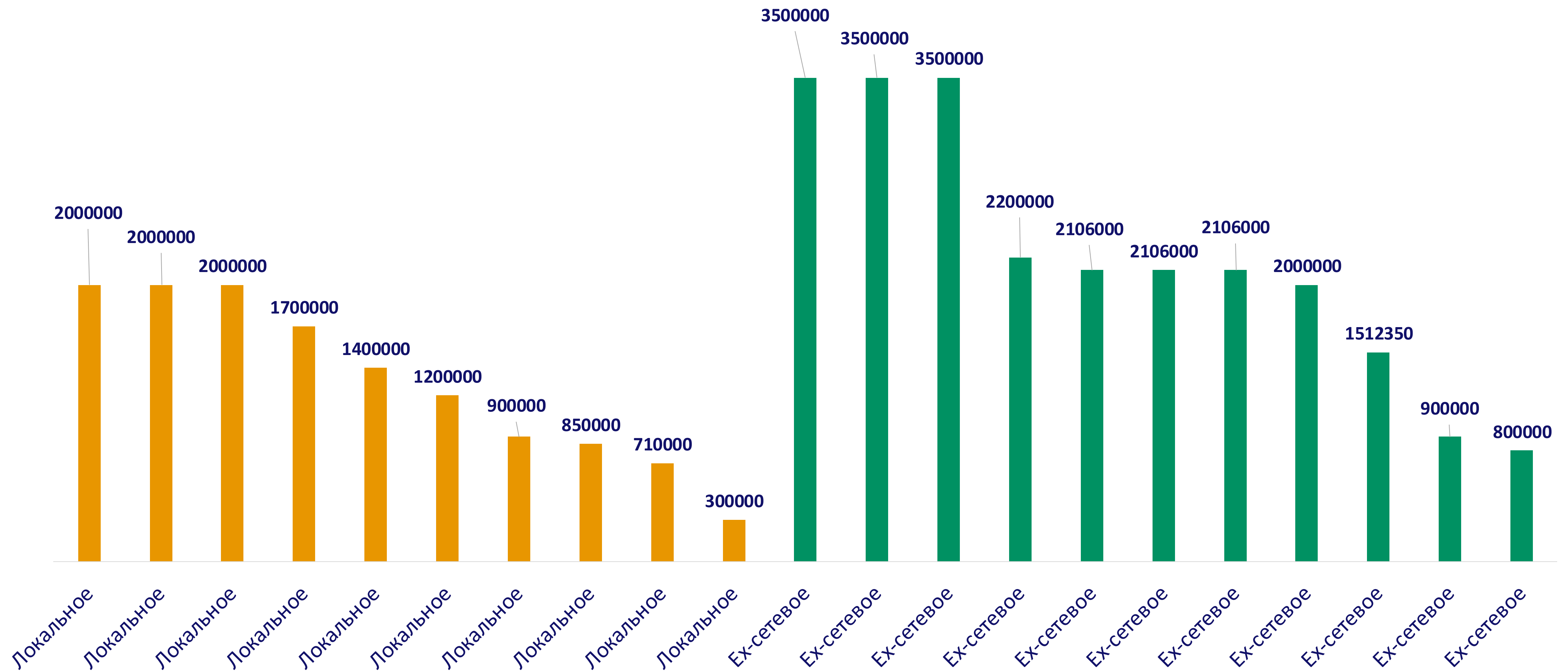
# СРЕДНЯЯ СТОИМОСТЬ КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ



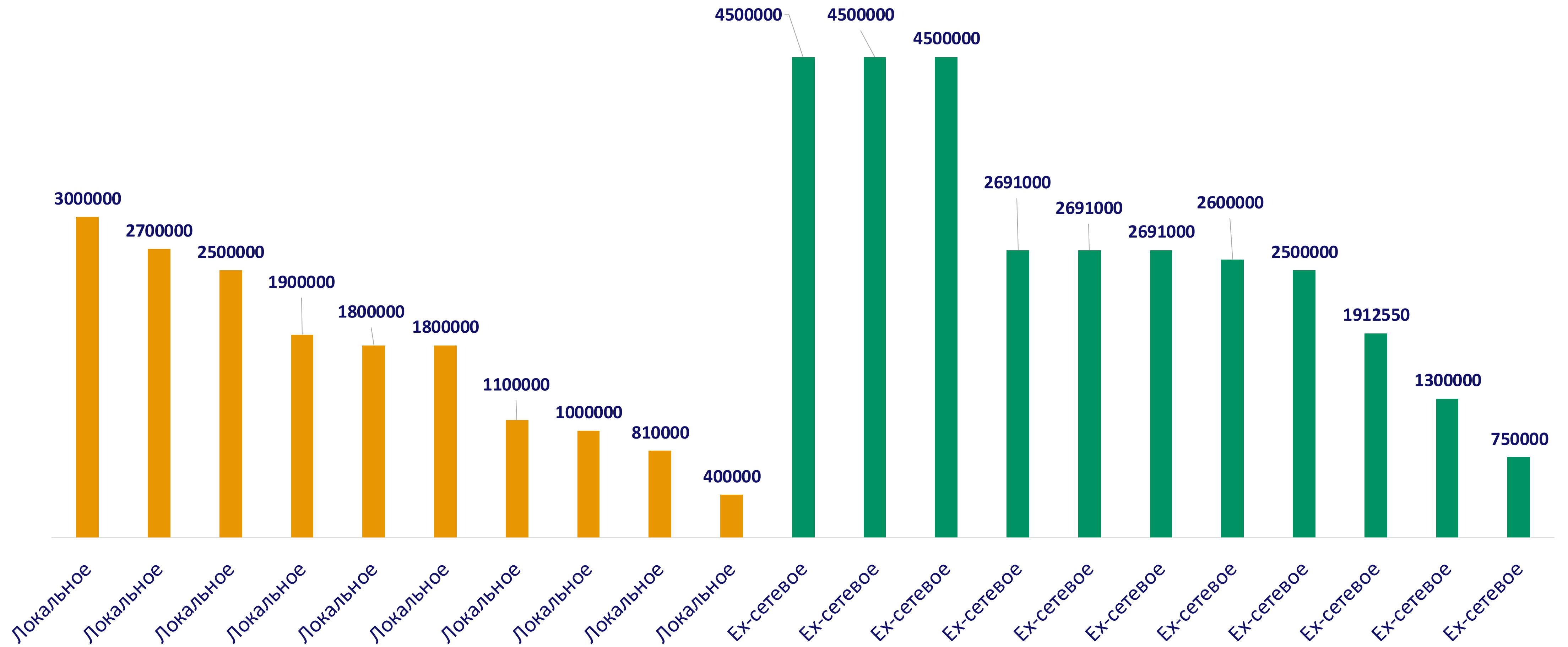
# СРЕДНЯЯ СТОИМОСТЬ BIG IDEA / ДОЛГОСРОЧНОЙ КОММУНИКАЦИОННОЙ ИДЕИ



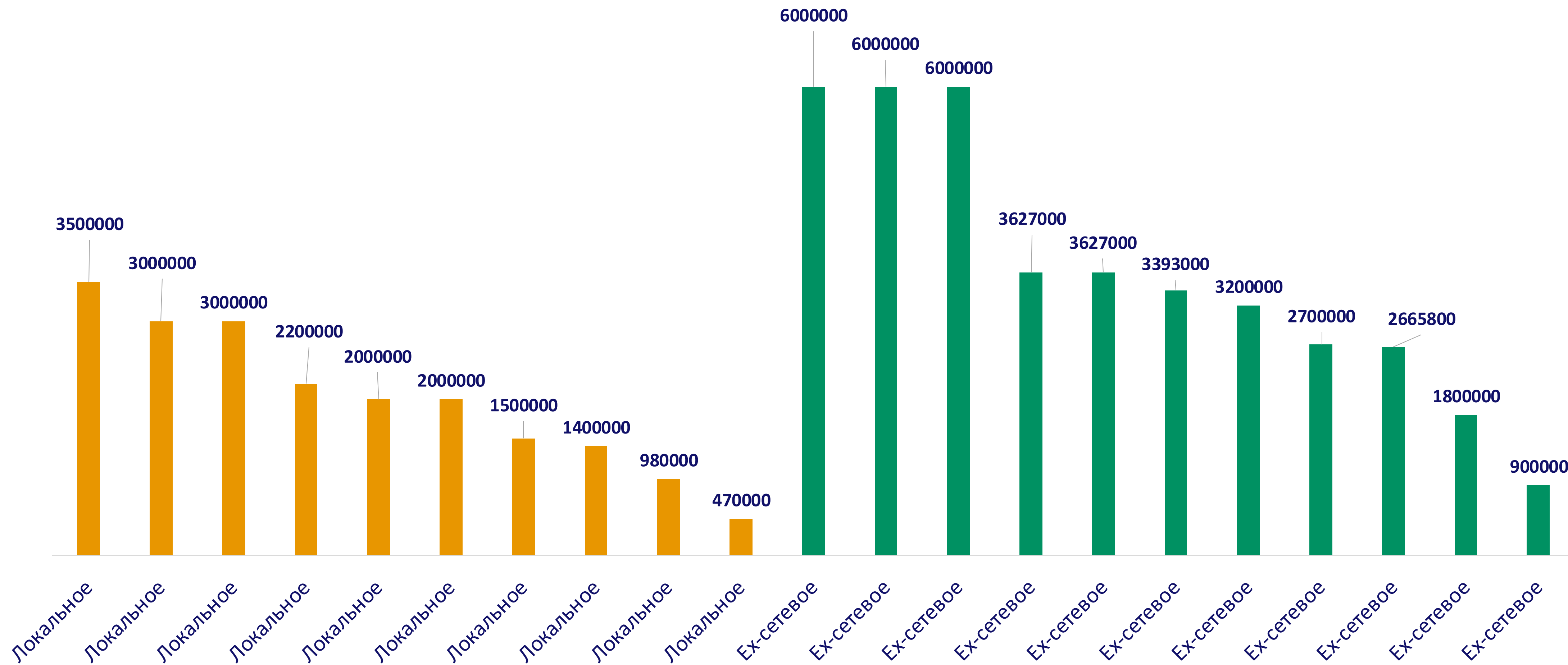
# СРЕДНЯЯ СТОИМОСТЬ ИДЕИ ТАКТИЧЕСКОЙ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ С АДАПТАЦИЕЙ НА 1 ФОРМАТ: ВИДЕО



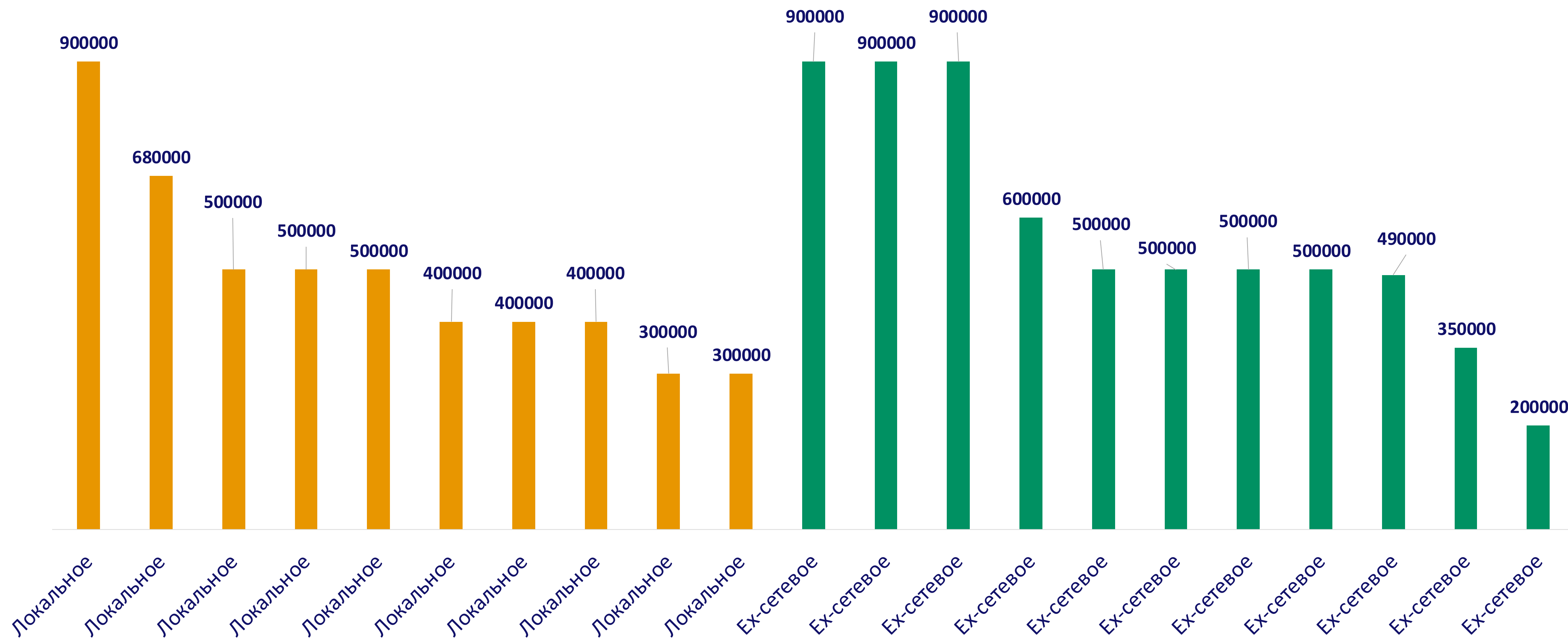
## СРЕДНЯЯ СТОИМОСТЬ ИДЕИ ТАКТИЧЕСКОЙ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ С АДАПТАЦИЕЙ НА 2 ФОРМАТА: ВИДЕО И KV



## СРЕДНЯЯ СТОИМОСТЬ ИДЕИ ТАКТИЧЕСКОЙ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ С АДАПТАЦИЕЙ НА 3 ФОРМАТА: ВИДЕО, KV И СПЕЦПРОЕКТ



## СРЕДНЯЯ СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ В КРЕАТИВНОМ ТЕНДЕРЕ



Аналитический Центр  
Российской Индустрии Рекламы  
(АЦ РИР)  
Октябрь 2025 Москва

# Глоссарий



Аналитический центр  
Российской индустрии  
рекламы

## ГЛОССАРИЙ. СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРОДУКТЫ

- **Позиционирование / Платформа бренда** – Анализ ЦА, коммуникации конкурентов, трендов. Формирование смысловой системы, описывающей бренд: суть бренда, обещание бренда, ценности, преимущества, атрибуты, характер бренда, потребительские инсайты и т. п.;
- **Коммуникационная стратегия** – Декомпозиция позиционирования бренда на систему тактических сообщений, адаптированных для различных маркетинговых активностей, каналов коммуникаций и форматов. Разрабатывается на основе утвержденного маркетингового плана.

## ГЛОССАРИЙ. КРЕАТИВНЫЕ ПРОДУКТЫ

- **Big Idea / Долгосрочная коммуникационная идея** – Разработка идеи, способной разворачиваться на различные маркетинговые активности и решать стратегические коммуникационные задачи бренда на длительный период (более одной кампании). Адаптация идеи на уровне синопсисов видео/аудио-форматов, текстового описания либо эскизов key visuals, мудбордов и лайнов для различных маркетинговых активностей без проработки конкретных экзекюшенов;
- **Идея тактической рекламной кампании с адаптацией на 1 формат: видео** – Разработка рекламной кампании, решающей одну конкретную маркетинговую задачу. Состав работ: описание и обоснование креативной идеи, формулировка лайна рекламной кампании, адаптация идеи на сценарий видеоролика. Стоимость разработки не зависит от каналов распространения (ТВ или digital). В стоимость не входит организация производства видеоматериалов и творческий надзор над этим производством.

## ГЛОССАРИЙ. КРЕАТИВНЫЕ ПРОДУКТЫ

- **Идея тактической рекламной кампании с адаптацией на 2 формата: видео и KV** – В дополнение к предыдущей кампании разрабатывается еще одна адаптация креативной идеи — эскиз key visual на примере одного из форматов: эскиза интернет баннера, эскиза ООН, эскиза макета в прессу и т. п. В стоимость не входит подготовка готовых мастер макетов и ресайзы разных форматов;
- **Идея тактической рекламной кампании с адаптацией на 3 формата: видео, KV и спецпроект** – В дополнение к предыдущей кампании разрабатывается еще одна адаптация креативной идеи — спецпроект/активация. Состав работ: описание механик и сценариев взаимодействия бренда с целевой аудиторией без проработки подробного алгоритма реализации.

# КОНТАКТЫ

Аналитический Центр  
Российской Индустрии  
Рекламы (АЦ РИР)  
Октябрь 2025 Москва

РУКОВОДИТЕЛЬ АЦ РИР

Николай Васильев

[nv@akarussia.ru](mailto:nv@akarussia.ru)

МЕНЕДЖЕР АЦ РИР

Никита Смирнов

[smirnov.n@akarussia.ru](mailto:smirnov.n@akarussia.ru)

СТАРШИЙ МЕНЕДЖЕР АЦ РИР

Никита Баркевич

[n.barkevich@akarussia.ru](mailto:n.barkevich@akarussia.ru)