

# АКАР

◆ Деятельность  
за 2025 год ◆

# Оглавление

**02** АКАР сейчас

---

**03** Основные проекты

---

**04** Новые проекты  
и стратегические инициативы

---

**06** Деятельность  
комитетов и комиссий

---

**37** Деятельность  
других подразделений

---

# АКАР сейчас

Структура

# 34

подразделения

+

Российская академия Рекламы (РАР)

Профессионально-общественная  
аккредитация АКАР

Члены Ассоциации

# 274

Организации  
на ноябрь 2025 года

Активность: проекты и продукты

# >100

Индустриальных продуктов  
в работе на данный момент

Количество ключевых заседаний

# >220

Встреч с ведением протокола  
с января по ноябрь 2025 года

# 136

Встреч с ведением  
протокола в 2024 году

# Новые проекты и стратегические инициативы

2025 год стал годом масштабных изменений и стратегического усиления роли Ассоциации

АКАР не просто следует за повесткой — а формирует её, задает вектор и объединяет индустрию вокруг ключевых вызовов

## Новый проект – БРИФ

Большой рекламный индустриальный форум стал крупнейшей площадкой для стратегического диалога, сбора идей и консолидации лидеров отрасли

## Усиление GR-повестки

Мы продолжаем выстраивать системный и прозрачный диалог с государством

## Методики описания и сегментация рекламного рынка постоянно актуализируются

## Комиссия по регламентам

Регулирование деятельности Ассоциации с точки зрения алгоритмов взаимодействия, подготовки и принятия решений; определение уровней стандартизации и согласования внутренних и внешних процессов

# Новые проекты и стратегические инициативы

## Модернизация рейтингов

Создана рабочая группа, пересматривающая методики подсчёта креативности и эффективности. Наша цель — сделать рейтинги актуальными и объективными

## Международное сотрудничество

Мы выстраиваем устойчивые связи с рекламными ассоциациями дружественных государств, создавая прочную основу для обмена опытом, взаимной поддержки и глобального диалога

## В разработке — новые индустриальные рейтинги:

- Рейтинг технологичности компаний
- Рейтинг Influence marketing

## Ведется работа по открытию новых представительств:

- Сибирь
- Дальний Восток

# ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМИТЕТОВ И КОМИССИЙ КЛЮЧЕВЫЕ ПРОЕКТЫ

# Комитет медиаагентств

## Основные задачи:

- ❖ Разъяснение и продвижение позиции медиаагентств по ключевым вопросам размещения рекламы;
- ❖ Организация экспертного органа по медиаизмерениям и аудит медиаизмерений;
- ❖ Разработка базовых документов для формирования прозрачной и обоснованной ценовой политики в медиабаинге.

## Проведено 38 заседаний

### Реализованные проекты:

- ❖ Рейтинг медиаагентств и холдингов АКАР/Sostav 2025;
- ❖ Валидация объемов рынка за 2024 год;
- ❖ Презентация подходов к оценке объемов неучтенных макросегментов рынка (Branding, Performance);
- ❖ Карта медиарынка.

### Проекты в работе:

- ❖ Старт работ по Рейтингу медиаагентств и холдингов АКАР/Sostav 2026;
- ❖ Карта медиарынка;
- ❖ Работа над созданием стандарта по медиатендерам;
- ❖ Работа по решениям круглого стола «Ценообразование и драйверы роста агентского рынка» на БРИФ;
- ❖ Участие в образовательных инициативах Апгрейд.

# Комитет медиаагентств

Проекты / продукты:

## Рейтинг медиаагентств

Представляет собой рейтинг крупнейших агентств и холдингов в сфере медиабаинга, составленный по результатам исследований российского рынка медиазакупок. Он ранжирует медиаагентства по бюджетам закупок в разных сегментах медиа.

Игроки, не участвовавшие в предыдущих рейтингах, добавляются самостоятельно на сайте [rating.sostav.ru](http://rating.sostav.ru). Прием заявок на участие в новом рейтинге начинается после публикации текущего рейтинга и заканчивается за 2 недели до старта нового.

# Комитет Digital-агентств

## Основные задачи:

- ❖ Представление интересов агентств, занимающихся цифровым маркетингом, в отношениях со СМИ и рекламодателями, содействие в популяризации digital направления;
- ❖ Сотрудничество с ведущими российскими и международными индустриальными мероприятиями.

## Проведено 9 заседаний

### Реализованные проекты:

- ❖ Digital Non-Media Rating 2024 (DNMR 2024);
- ❖ Обновление Положения Digital Non-Media Rating 2025.

### Проекты в работе:

- ❖ Проведение Digital Non-Media Rating 2025;
- ❖ Обновление Карты рынка Digital non-media агентств.

# Комитет Digital-агентств

Проекты / продукты:

## Национальный рейтинг диджитал нон-медиа услуг

Национальный рейтинг диджитал нон-медиа услуг (National Digital Non-Media Rating) отражает состояние и динамику развития индустрии. Он направлен на развитие и продвижение digital-рынка, стимулирование здоровой конкуренции, повышение мотивации агентств, а также формирование единых стандартов качества.

Участниками рейтинга могут стать компании, которые предоставляют диджитал нон-медиа услуги. Сбор заявок завершился 22 сентября.

# Комитет AdTech

## Основные задачи:

- ❖ Анализ практики применения новых технологических продуктов рынка рекламы;
- ❖ Выработка отраслевых технологических норм и индустриальных стандартов;
- ❖ Популяризация новых AdTech/MarTech решений.

## Проведено 4 встречи

### Реализованные проекты:

- ❖ Обновление карты рынка AdTech;
- ❖ Проведение третьей волны исследования динамики рынка AdTech в России;
- ❖ Предложение списка номинаций в области AdTech и MarTech для НПБК'8.

### Проекты в работе:

- ❖ Выпуск White paper, обзоров, подкастов;
- ❖ Обсуждение проекта Рейтинга технологичности как инструмента объективной оценки уровня технологического развития агентств на основе их достижений в профессиональных конкурсах и фестивалях;
- ❖ Создание индустриальной AdTech/MarTech школы рекламистов.

# Комитет AdTech

Проекты / продукты:

## **Третья волна исследования динамики рынка AdTech**

Исследование позволит оценить динамику изменений в индустрии, выявить наиболее перспективные сегменты, популярные инструменты и потребности игроков. Проект поможет узнать, с какими проблемами сталкиваются участники рынка и какими критериями руководствуются при выборе партнеров.

# Комиссия по развитию искусственного интеллекта

## Основные задачи:

- ❖ Поддержка образовательных инициатив и программ по повышению компетенций специалистов индустрии в области ИИ;
- ❖ Взаимодействие с государственными органами для продвижения принципов саморегулирования в сфере ИИ;
- ❖ Популяризация инновационных подходов к применению ИИ в рекламе и коммуникациях

## Проведено 2 заседания

### Реализованные проекты:

- ❖ Опубликован первый сезон подкаста «Точки над ИИ»;
- ❖ Проведена вторая волна исследования использования технологий ИИ в рекламе 2025;
- ❖ Проработаны связанные с ИИ категории в конкурсах: МИКС, НПБК, Red Apple.

### Проекты в работе:

- ❖ Формирование рабочей группы по вопросам рекламы и медиа из числа подписантов Кодекса этики в сфере искусственного интеллекта;
- ❖ Обновление Глоссария ИИ;
- ❖ Проведение образовательного проекта по ИИ под эгидой АКАР;
- ❖ Разработка стандартов прозрачности ИИ в рекламе.

# Комитет по связям с общественностью

## Основные задачи:

- ❖ Самоидентификация индустрии «Связи с общественностью», формирование и транслирование единой позиции по ключевым индустриальным вопросам, в том числе, представляющей интересы агентского бизнеса;
- ❖ Укрепление и развитие позиционирования связей с общественностью как самостоятельной, стратегической функции и драйвера в бизнесе, государственном секторе и обществе;
- ❖ Структурирование и институционализация рынка PR- услуг в России, создание условий для его развития и укрепления.

## Проведено 11 заседаний

### Реализованные проекты:

- ❖ Разработка нового подхода к подсчету объемов рынка сегмента «Связи с общественностью»;
- ❖ Курс «Self-PR коммуникационных холдингов и агентств» в рамках Апгрейд;
- ❖ Национальный Рейтинг Креативности Агентств сегмент «PR/Связи с общественностью 2025».

### Проекты в работе:

- ❖ Подсчёт объемов рынка сегмента "Связи с общественностью»;
- ❖ Актуализация карты рынка PR-услуг PR Services Market Map;
- ❖ Вторая волна курса “Self-PR коммуникационных холдингов и агентств” в рамках образовательного объединения Апгрейд;
- ❖ Исследование «PR как стратегическая функция».

# Комитет креативных агентств

## Основные задачи:

- ❖ Развитие профессионального сообщества и повышение качества рекламного творчества;
- ❖ Продвижение и защита интересов креативной индустрии.

## Проведено 11 заседаний

### Реализованные проекты:

- ❖ Руководство по проведению креативных рекламных тендеров для рекламодателей и рекламных агентств
- ❖ Клиентское исследование (Creative Health Tracking 2025, 3-я волна)
- ❖ Исследование стоимости креативных услуг 2025

### Проекты в работе:

- ❖ Карта рынка креативных агентств
- ❖ Мероприятие со специалистами по закупкам

# Комитет креативных агентств

Проекты / продукты:

## Клиентское исследование (Creative Health Tracking)

Исследование отношений между креативными агентствами и их клиентами. Позволяет определить мотивы и барьеры в коммуникации, выявить возникающие болевые точки и незакрытые потребности, а также служит основой для предметного и конструктивного диалога двух сторон рекламного рынка на профильных форумах и площадках. **В исследовании** могут принять участие директора по маркетингу и специалисты, ответственные за выбор креативных агентств. Важным критерием является ведение активной рекламной деятельности за последний год.

## Исследование стоимости креативных услуг

Исследование проводится ежегодно по инициативе комитета креативных агентств АКАР и предоставляет оценку стоимости определенных креативных услуг на российском рекламном рынке. **Принять участие** в опросе могут все агентства, подтвердившие предоставление креативных услуг в рамках верификации карты рынка креативных агентств. Для корректного сбора информации очень важно, чтобы анкету заполняли сотрудники, непосредственно определяющие ценообразование: владельцы агентств, генеральные директора, руководители отделов по работе с клиентами, директора по новому бизнесу.

# Комиссия по профессионально-общественной аккредитации

Основные задачи:

- ❖ Контроль и стандартизация качества образования;
- ❖ Развитие профессионального образования

Проведено 2 заседания

## Проекты в работе:

- ❖ Рейтинг медийной активности ВУЗов для креативных индустрий по образовательным программам маркетинга, рекламе, связям с общественностью и дизайна за 2024-2025 уч. г.;
- ❖ Сертификация экспертов комиссий по ПОА;
- ❖ Профессионально-общественная аккредитация 3 образовательных программ РАНХиГС;
- ❖ Продвижение ПОА АКАР среди российских вузов

# Комитет фарм-коммуникаций

## Основные задачи:

- ❖ Обмен опытом между рекламными агентствами — членами АКАР, практикующими в области фарм-коммуникаций
- ❖ Популяризация лучшего российского и международного опыта в сфере фарм-коммуникаций

## Проведено 8 заседаний

### Реализованные проекты

- ❖ Разработано новое положение о рейтинге фарм-коммуникаций, изменено название рейтинга (NHСAR);
- ❖ Улучшен процесс приема заявок на NHСAR и питч-сессию/кейсбук;
- ❖ Проведена работа по приему заявок на рейтинг NHСAR 2025;
- ❖ Завершен сбор и анализ данных для рейтинга NHСAR
- ❖ Проведена питч-сессия и подготовлен 3-й кейс-бук по ее результатам;
- ❖ Завершен 5-й ежегодный курс АКАР по фарм-коммуникациям для студентов РГГУ;
- ❖ Проведено собрание по обсуждению самых актуальных проблем фарммаркетинга Экспертного Совета по фармкоммуникациям.

### Проекты в работе:

- ❖ Подготовка следующего рейтинга NHСAR;
- ❖ Подготовка питч-сессии 2026;
- ❖ Подготовка 6-го курса для студентов РГГУ;
- ❖ Обновление карты рынка.
- ❖ Подготовка первого индустриального круглого стола по проблемам маркетинга в фарм-индустрии;

# Комитет фарм-коммуникаций

Проекты / продукты:

## **National Healthcare Communication Agencies Rating (NHCAR) / Национальный рейтинг агентств фарм-коммуникаций**

Национальный рейтинг агентств фарм-коммуникаций (NHCAR) — рейтинг, отражающий развитие и специфику работы агентств, специализирующихся на медицинских и фармацевтических коммуникациях.

Он направлен на повышение прозрачности рынка, поддержку лучших практик и формирование отраслевых стандартов в области фарм-коммуникаций

Рейтинг позволяет участникам индустрии сравнивать подходы, видеть развитие конкурентной среды и повышать доверие со стороны заказчиков. Участниками рейтинга могут стать агентства, работающие в сфере коммуникационных услуг для фармацевтической и медицинской отрасли

# Комиссия по международному сотрудничеству

## Основные задачи:

- ❖ Создание условий для эффективного сотрудничества и повышения качества коммуникационных услуг в странах БРИКС;
- ❖ Организация взаимодействия с индустриальными органами стран БРИКС

## Проведено 9 заседаний

### Реализованные проекты:

- ❖ Подписано соглашение между АКАР и САА;
- ❖ Начата реализация плана по подготовке гайд-буков для рекламодателей «Китай-РФ» и «РФ-Китай»;
- ❖ Получена поддержка САА по вопросу создания Ассамблеи рекламных ассоциаций стран БРИКС;
- ❖ Обеспечено вхождение в состав AFAA;
- ❖ Проведен вебинар в рамках сотрудничества с Саудовской Аравией / Athar;
- ❖ Запуск WeChat АКАР

### Реализованные проекты:

- ❖ Подписано соглашение с AAAI (Индия)
- ❖ Осуществлено голосование на GBM AFAA с докладом о деятельности АКАР в контексте AFAA
- ❖ Делегация АКАР направлена на CIAF
- ❖ Делегация АКАР направлена на AdAsia, осуществлено два доклада членов АКАР два члена АКАР выступили с докладами
- ❖ Российская делегация приняла участие в Athar
- ❖ Подписано соглашение с IAA Iran (Иран)

# Комиссия по международному сотрудничеству

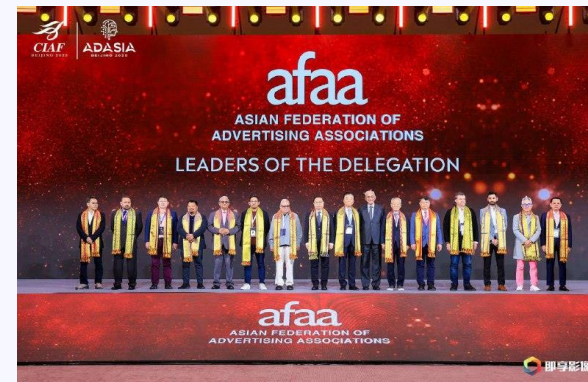


## Проекты в работе:

- ❖ Обмен видео-кейсами в рамках САА - НРФ;
- ❖ Создание гайд-буков «Китай-РФ» и «РФ-Китай» для рекламодателей;
- ❖ Организация визита партнеров из Ирана;
- ❖ Организация визита представителей АФАА;
- ❖ Совместные просветительские программы с партнерами, направленные на ознакомление представителей рекламного рынка БРИКС друг с другом
- ❖ Работа над заключением договоров с Вьетнамом и Индонезией и странами Юго-Восточной Азии



AFAA: 2025 Annual General Meeting & Annual General Body Meeting  
2025.10.26 Beijing, China



# Комиссия по HR и профессиональному образованию

## Основные задачи:

- ❖ Стандартизация и систематизация профессионального образования
- ❖ Практическая интеграция образования и индустрии

## Проведено 2 заседания

### Реализованные проекты:

- ❖ XIX Всероссийская научно-методическая конференция заведующими кафедрами маркетинга, рекламы, связей с общественностью и смежных направлений;
- ❖ Сборник материалов XIX Всероссийской научно-методической конференции заведующими кафедрами маркетинга, рекламы, связей с общественностью и смежных дисциплин;
- ❖ Ежемесячный электронный дайджест о рекламной индустрии
- ❖ Дайджест информационных материалов о конференциях, проводимых вузами.

### Проекты в работе:

- ❖ Исследование заработных плат сотрудников рекламных агентств 2025;
- ❖ Ежемесячный дайджест о рекламной индустрии;
- ❖ Дайджест информационных материалов о конференциях, проводимых вузами;
- ❖ Участие в образовательных инициативах Апгрейд.

# Комиссия по социальной ответственности и корпоративным коммуникациям

## Основные задачи:

- ❖ Развитие и регулирование социальной рекламы;
- ❖ Координация взаимодействия всех участников коммуникационного рынка для обеспечения устойчивого присутствия социальной рекламы в медиапространстве

Проведено 5 заседаний

## Реализованные проекты:

- ❖ Карта коммуникационных практик социальных проектов России
- ❖ Специальная номинация «Лучшая коммуникация на тему семейных ценностей в рамках премии «Наш вклад»,  
Формирование жюри из экспертов АКАР
- ❖ Конкурс праздничных плакатов «День Победы 80, привлечение экспертов АКАР в состав жюри
- ❖ Партнерская поддержка Форума «Сильные идеи для нового времени»
- ❖ Исследование вовлеченности рекламных агентств АКАР в благотворительную деятельность
- ❖ Трендбук «Социальные коммуникации 2025

## Проекты в работе:

- ❖ Национальный Рейтинг Креативности Агентств, эксперты АКАР в составе Наблюдательного Совета

# Комиссия по региональному развитию

## Основные задачи:

- ❖ Развитие регионального взаимодействия и интеграция в ассоциацию;
- ❖ Защита интересов и развитие профессиональной среды в регионах.

Проведено 5 заседаний

## Реализованные проекты:

- ❖ База данных по индустриальным мероприятиям региона, взаимодействию с объединениями, сообществами; органами гос. власти, вузами и профильными кафедрами
- ❖ Исследование стоимости креативных услуг в регионах

## Проекты в работе:

- ❖ Карта регионального рынка
- ❖ Рейтинг региональных рекламных агентств
- ❖ Клиентские мероприятия в регионах
- ❖ Содействие открытию представительств АКАР в регионах

# Комитет по Influence marketing

## Основные задачи:

- ❖ Проведение исследований, выявление трендов и проблем, формирование правил и стандартов для участников рынка инфлюенс-маркетинга;
- ❖ Регулирование и защита интересов участников рынка инфлюенс-маркетинга.

## Проведено 4 заседания

### Реализованные проекты:

- ❖ Исследование объемов российского рынка блогеров.

### Проекты в работе:

- ❖ Информационная поддержка кейсбука и трендбука по рынку инфлюенс-маркетинга АРИР;
- ❖ Создание рейтинга по Influence marketing;
- ❖ Анализ и выработка позиции по низким агентским комиссиям в блогерских размещениях.

# Комиссия по культуре

## Основные задачи:

- ❖ Создание видения существующих возможностей и роста спроса на рекламное сотрудничество в сфере культуры;
- ❖ Повышение прозрачности процессов и стандартов взаимодействия с организациями и площадками;
- ❖ Налаживание диалога с крупными игроками рынка культуры и руководящими ими госструктурами.

Проведено 11 заседаний

## Реализованные проекты:

- ❖ Разработана методология и проведён опрос экспертов в рамках исследования привлекательности территории культуры для рекламодателей;
- ❖ Создан кейсбук успешных рекламных проектов на объектах культуры;
- ❖ Налажен диалог с Департаментом культуры г. Москвы, АНО Мостуризм, АНО Национальные приоритеты;
- ❖ Учрежден спецприз по культуре на премии Red Apple – «Special prix for cultural campaign».

## Проекты в работе:

- ❖ Исследование привлекательности территории культуры для рекламодателей;
- ❖ Кейсбук успешных рекламных проектов на объектах культуры.

# Комиссия по этике

## Основные задачи:

- ❖ Разработка и внедрение на рынок инструментов контроля по соблюдению индустриальных стандартов и кодексов практики;
- ❖ Разработка и внедрение системы решения спорных ситуаций в досудебном порядке;
- ❖ Обеспечение общественно-профессионального контроля по соблюдению норм конкурентной практики (в первую очередь — тендерные процессы).

Проведено 9 заседаний

## Реализованные проекты:

- ❖ Опубликован результат четвертой волны исследования неэтичных тендеров;
- ❖ Рассмотрен кейс-запрос от ARTUNION против ООО «ТД «Дмитрогорский продукт».

## Проекты в работе:

- ❖ Публикация «Рекомендации по проведению тендеров для клиентов и агентств»;
- ❖ Рассмотрение обращений и споров по проведению тендеров между членами АКАР и клиентами «Тендеры под защитой АКАР».

# Комитет мерча и брендированной продукции

## Основные задачи:

- ❖ Продвижение промоиндустрии как части рынка коммуникаций;
- ❖ Участие в разработке нормативных актов, регулирующих отношения в промоиндустрии и представление интересов промоиндустрии в органах законодательной и исполнительной власти.

## Проведено 5 заседаний

### Реализованные проекты:

- ❖ «Таврида. Мерч-конференция» – секция под эгидой АКАР, спикеры, информационное партнёрство, выставочная зона;
- ❖ «Музейные маршруты России» – панельная дискуссия при поддержке АКАР, спикеры, темы;
- ❖ Выставка IPISA – информационное партнёрство, деловой блок комитета мерча в рамках конференции;
- ❖ «Дизайн-ЦЕХ» – членство в жюри, инфопартнёрство;
- ❖ «Серебряный Меркурий» – расширение номинаций мерча, рабочая группа, информационное партнёрство.

### Проекты в работе:

- ❖ Выпуск актуальной карты рынка мерча и брендированной продукции АКАР;
- ❖ Интеграция секции «Мерч» в фестивали и конкурсы;
- ❖ Разработка классификатора участников по видам деятельности;
- ❖ Унифицирование терминологии и включение её в глоссарий Индустриальных стандартов АКАР.

# Комитет по новым медиа

## Основные задачи:

- ❖ Анализ и обобщение практики применения новых медийных технологий;
- ❖ Разработка нормативных актов, регулирующих деятельность в сфере новых медиа, и подготовка рекомендаций для АКАР по защите интересов отрасли в органах власти и профильных структурах.

## Проведено 11 заседаний

### Реализованные проекты:

- ❖ Сформировано и согласовано внутри АКАР и с АРИП определение Retail media, критерии вхождения в Retail media тех или иных форматов размещения;
- ❖ Сформирован список ключевых параметров эффективности (войдет в One pager).

### Проекты в работе:

- ❖ Единый отраслевой документ (One Pager) с описанием Retail Media;
- ❖ Карта рынка Retail Media;
- ❖ Методология подсчёта объёмов рынка Retail Media;
- ❖ Стандарт метрик и рекомендации по сертификации Retail Media;
- ❖ Формирование стандарта терминологии и сегментации Диджитал ТВ;
- ❖ Оценка размера аудитории Диджитал ТВ;
- ❖ Создание чек-листа для определения необходимости выделения нового направления в качестве нового медиа.

# Комитет исследований, аудита и рекламных технологий

## Основные задачи:

- ❖ Выработка единой позиции по ключевым вопросам и инициативам в сфере исследований рекламного рынка .

Проведено 4 заседания

## Реализованные проекты:

- ❖ Индустриальный отчет «Российский рекламный рынок 2025»;
- ❖ Актуализация реестра медиааудиторов.

## Проекты в работе:

- ❖ Совместно с аудиторами определение ключевых метрик для объективной оценки игроков рынка и разработка механизма формирования рейтинга на их основе.

# Комитет радио

## Основные задачи:

- ❖ Популяризация лучшего российского и международного опыта в использовании аудио и радио в маркетинговых коммуникациях.

## Проведено 5 заседаний

### Реализованные проекты:

- ❖ Семинар «Структура и объем радиорынка. Обзор digital audio рынка»;
- ❖ Выступление спикеров на РадиоФоруме NAME;
- ❖ Пиар-поддержка комитета через инфоповод «130 лет радио»;
- ❖ Оценка рынка рекламы в Москве, сети и регионах;
- ❖ Участие сопредседателей в радио-совете в СПб;
- ❖ Использование данных в пиар-активностях холдингов со ссылкой на АКАР;
- ❖ Участие сопредседателей в БРИФ.

### Проекты в работе:

- ❖ Исследование RadioMeter 2025 (январь 2026 г. — повторный сбор данных);
- ❖ Радио семинар (февраль 2026 г.).

### Исследование RadioMeter:

Исследование направлено на выявление отношения рекламодателей к радио как медиаканалу, а также на анализ их практического опыта использования радио в рекламных кампаниях.

# Комиссия по фестивальной и конкурсной деятельности

## Основные задачи:

- ❖ Разработка и выпуск рейтингов, верификация результатов, рассмотрение спорных ситуаций;
- ❖ Актуализация методологии и положений, контроль открытости и объективности всех процедур

Проведено 9 заседаний

## Реализованные проекты:

- ❖ Выпущены рейтинги креативности и эффективности АКАР 2024;
- ❖ Создана рабочая группа для проработки новой методологии системы рейтингов;
- ❖ Сформулированы критерии индустриальных рейтингов

## Проекты в работе:

- ❖ Актуализация Положения Рейтингов креативности и эффективности агентств на 2026 год;
- ❖ Ежегодная презентация фестивалей;
- ❖ Создание актуальной карты фестивалей;
- ❖ Разработка критериев для фестивалей и Комиссии по весам.
- ❖ Выпуск рейтингов эффективности и креативности АКАР 2025

# Комиссия по фестивальной и конкурсной деятельности

Проекты / продукты:

**Рейтинги креативности и эффективности АКАР** — это объективная оценка уровня продуктов и услуг, созданных участниками российского рекламно-коммуникационного рынка для своих клиентов и главный ориентир по качеству и эффективности для всех участников рекламно-коммуникационного рынка: рекламных, маркетинговых, PR, коммуникационных, креативных, т.д. организаций и их клиентов — государственных и коммерческих производственных, торговых, общественных организаций, действующих в России.

Рейтинги АКАР - это 8 Национальных рейтингов главных сфер деятельности рекламно-коммуникационного рынка.

# Комитет Event агентств

## Основные задачи:

- ◆ Взаимодействие с общественными организациями и представителями event-рынка для выработки единой позиции и представления интересов индустрии;
- ◆ Обсуждение и разработка дальнейших шага по проектам, разработанным на круглом столе на БРИФ

Проведено встреч/заседаний: 1



# Комиссия по малому и среднему предпринимательству

## Основные задачи:

- ❖ Разработка пакетов программ для малых предприятий с упрощенными условиями
- ❖ Создание обучающих курсов по рекламе, участию в закупках, регуляторной среде для МСП
- ❖ Поддержка МСП в составе АКАР и мониторинг положения МСП на рынке коммуникаций
- ❖ Координация с корпорацией МСП

## Проведено 2 заседания

### Реализованные проекты:

- ❖ Выполнен первый этап исследования МСП внутри АКАР (оценка числа МСП в АКАР и их организационных особенностей), выявлены интересные тенденции и особенности поведения
- ❖ Установлен контакт с корпорацией МСП, подготовлена база для дальнейшего сотрудничества

### Проекты в работе:

- ❖ ведутся работы по созданию ориентированного на МСП подраздела в разделе Регулирование на сайте АКАР: <https://akarussia.ru/know/regulirovanie-v-industrii/#regulirovanie>
- ❖ проводится исследование МСП в составе АКАР (1й этап выполнен)
- ❖ ведется подготовка исследования осведомленности МСП о рынке, инструментах и законодательстве

# Комитет наружной рекламы

## Основные задачи:

- ❖ создание условий для развития цивилизованного рынка и принципов саморегулирования корпоративного сообщества субъектов наружной рекламы;
- ❖ содействие развитию индустрии наружной рекламы и единых стандартов качества;
- ❖ представление и защита корпоративных интересов Членов Комитета по наружной рекламе в законодательных и иных структурах федерального и муниципального уровней, уровня субъектов федерации.

## Реализованные проекты:

- ❖ Постоянное взаимодействие сопредседателей комитета по наружной рекламе и приглашенных экспертов с комиссией экспертов АКАР по подсчету объемов рынка наружной рекламы: внутри комитета проведен ряд регулярных встреч рабочей группы комитета по подсчетам объемов рынка наружной рекламы.
- ❖ Сформирована повестка ооh-саммита для 9-го национального рекламного форума.
- ❖ Ведется постоянная работа в законодательной сфере сегмента наружной рекламы.

## Проекты в работе:

- ❖ Индустриальные стандарты – создать словарь терминов и определений, опираясь на обновленный Глоссарий АРИР.
- ❖ Измерения и мониторинг – составить перечень/справочник, какие есть современные решения и технологии.
- ❖ Информационное обеспечение участников комитета – на базе комитета создать площадку, где будет возможность оперативного информирования о последних технологических решениях трендах ООН-сегмента, а также обсуждения тенденций развития.
- ❖ Исследования рынка:
  - Объем рынка – по результатам мониторинга делать поквартальную оценку.
  - Обзор рынка – публиковать материалы в публичном доступе.
  - Исследования – ad hoc.
  - Карты рынка
- ❖ Практика размещения рекламы – правила и стандарты, соглашения о правилах игры.

# ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ДРУГИХ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ

# Образовательное объединение Апгрейд АКАР/АРИР/РАМУ/ГИПП

## Основные задачи:

- ❖ Повышение квалификации специалистов в сфере коммуникаций;
- ❖ Продвижение рекламы как привлекательной сферы деятельности

- Реализованные проекты: **Проведено 9 заседаний**

- ❖ Лекционный курс для представителей вузов "Рынок рекламы в России" под эгидой АКАР. Часть I;
- ❖ Проект «Медиа Кэмп» с УрФУ;
- ❖ Участие в мероприятиях РГГУ, карьерном дне РУДН, Медиафоруме Пермского Политеха. Интеграция экспертов АКАР/АРИР/РАМУ;
- ❖ Интеграция в жюри вузовских конкурсов («Интеграф» и др.);
- ❖ Сотрудничество с конкурсом «Я - профессионал медиаиндустрии» (внедрение номинаций для студентов специальности «Реклама и связи с общественностью»);
- ❖ Круглый стол экспертов индустрии в МГУ в рамках XXIX Всероссийской научно-методической конференции заведующих кафедрами маркетинга, рекламы, связей с общественностью и смежных направлений
- ❖ Образовательная панель для преподавателей в рамках выставки «Реклама-2025»

# Образовательное объединение Апгрейд АКАР/АРИР/РАМУ/ГИПП

- Проекты в работе:

- ❖ Проведение опроса преподавателей рекламных факультетов и кафедр;
- ❖ Аналитическое исследование зарплат и льгот стажеров/практикантов в близких специальностях по всему рынку;
- ❖ Карта рекламного и маркетингового образования в России (для агентств);
- ❖ База вузов по специальностям, актуальным для креативных индустрий;
- ❖ Лекционный курс для представителей вузов «Рынок рекламы в России» под эгидой АКАР. Часть !!;
- ❖ Разработка и интеграция курса «Введение в коммуникационный бизнес» (пилот в РГГУ)
- ❖ Учебник по медиапланированию под эгидой АКАР;
- ❖ Развитие студенческого фестивального трека;
- ❖ База агентств, заинтересованных в привлечении вузов к стажировкам, и организации гостевых визитов для ознакомления с их деятельностью;
- ❖ Кейсбук стажировок и практик;
- ❖ Исследование стажировок в рекламных агентствах;
- ❖ Опрос для выпускников факультетов/кафедр рекламы и маркетинга;
- ❖ Проработка вопроса предоставления вузам доступа к инструментам, в том числе нейросетевым, с обучением преподавателей и студентов;
- ❖ Кейсотека для вузов (кейсы из реальной практики);
- ❖ Исследование мотивации абитуриентов для поступления в рекламные вузы.

# Российская академия рекламы

Основные задачи:

- Рассмотрение этических вопросов индустрии;
- Выбор и награждение новых академиков за 2025, а также лучшего проекта за 2025 год и лидера проекта;
- Участие ресурсами Академии в проектах АКАР (включая конкурсы и фестивали)

Проведено 22 заседания

Реализованные проекты:

- Выбор и награждение новых академиков РАР и лучшего проекта;
- Издание Российского рекламного ежегодника;
- Интеграция РАР в конкурсы и фестивали (жюри);
- Участие в образовательных проектах Ассоциации.

Проекты в работе:

- ❖ Определение кандидатур на роль новых академиков РАР, лучшего проекта и лидера проекта (декабрь 2025), расширение номинаций академии;
- ❖ Участие в образовательных проектах
- ❖ Апгрейд, в работе АЦ РИР;
- ❖ Структурирование академии, организация финансирования академии;
- ❖ Образование музея от РАР