

СЕГМЕНТ «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

ОЦЕНОЧНЫЙ ОБЪЕМ РЫНКА



ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ



Строится на анализе разных источников информации и данных отдельно проведённых исследований



Представляет собой матрицу перекрёстных значений, которая позволяет вывести наиболее приближённую к действительности цифру



Необходима в связи с отсутствием иной объективной оценки

Российский рынок связей с общественностью

 **2025** год отчетности

 **3** источника данных

 **~706** организаций

ОЦЕНОЧНЫЙ
ОБЪЁМ РЫНКА

72.5

млрд рублей

ТРИ НЕЗАВИСИМЫХ ИСТОЧНИКА ДАННЫХ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ ПОЛНОЕ ПОКРЫТИЕ РЫНКА

Рынок рассматривается в широком определении: коммерческие агентства, ИП, а также некоммерческие организации, ведущие коммуникационную деятельность. Каждый из трёх массивов охватывает свою часть рынка; совместный анализ с устранением пересечений даёт итоговую оценку

1

ОКВЭД 70.21
(Юридические лица)

Реестр юридических лиц с основным **ОКВЭД 70.21** или **70.21.9** («Деятельность в сфере связей с общественностью»).
Официальная бухгалтерская отчётность — портал bo.nalog.ru.

2

РЕЙТИНГ НР2К
(PR-сегмент)

Данные **Наблюдательного совета Национального рейтинга коммуникационных компаний**. Участники подтверждают выручку и выбирают профиль «Связи с общественностью».

3

ОКВЭД 70.21
(АНО и другие НКО)

Автономные некоммерческие организации и другие НКО с ОКВЭД 70.21 и смежными кодами. Основной финансовый показатель — **целевые взносы и субсидии**, а не рыночная выручка.

УСТРАНЕНИЕ ДВОЙНОГО СЧЁТА

Часть агентств из рейтинга НР2К зарегистрирована с ОКВЭД 70.21 — они присутствуют в обоих массивах. Методология предусматривает жёсткое разграничение сегментов: каждая организация относится ровно к одному.



АНО и другие НКО (ОКВЭД 70.21 и другие)

Отдельный трек анализа.
Включаются полностью,
без пересечений
с коммерческими
сегментами (не
пересекается с другими
массивами)



189
организаций



34 млрд
выручка

СТРУКТУРА РЫНКА В РАЗРЕЗЕ ДВУХ КЛЮЧЕВЫХ СЕГМЕНТОВ

Для интерпретации результатов расчёты консолидированы в два крупных блока:
PR-агентства и государственные / некоммерческие коммуникации.

PR-АГЕНТСТВА



517 организаций и ИП



38 млрд руб. выручка

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ И НЕКОММЕРЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ



189 организаций



34 млрд руб.

Основу финансирования составляют целевые взносы и субсидии, а не рыночная выручка. Это методологически отличает данный сегмент от коммерческого.

ИТОГО: не менее 706 ОРГАНИЗАЦИЙ · 72 МЛРД РУБЛЕЙ

ОГРАНИЧЕНИЯ ОЦЕНКИ: IN-HOUSE PR



ЧТО НЕ ВОШЛО В ОЦЕНКУ?

- Штатные пресс-службы компаний и государственных органов
- Коммуникационные подразделения корпораций, работающие без внешних контрактов
- Самозанятые специалисты по PR, не зарегистрированные как ИП
- Расходы на PR, скрытые внутри маркетинговых бюджетов компаний

КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ



72.5 млрд

оценочный объём PR-рынка
по итогам 2025 года
(нижняя граница оценки)



38 млрд

 PR-агентства

34.5 млрд

 государственные
и некоммерческие коммуникации

Совокупный объём отрасли с учётом in-house PR крупного и среднего бизнеса выше.
Точная оценка требует дополнительного исследования доли внешних подрядчиков в PR-бюджетах компаний.

Источник 1

ФНС / bo.nalog.ru

ОКВЭД 70.21, 70.21.9

Источник 2

Наблюдательный совет НР2К

PR-сегмент рейтинга

Источник 3

Данные по АНО и другим НКО

Целевые взносы + субсидии