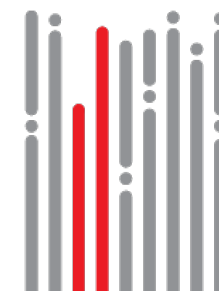




# КОМИТЕТ ПО GR и PR ПРОДВИЖЕНИЮ

ИТОГИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
2021-2023 гг



## 1. РАМУ представила данные по объемам рынка

С учетом рекламных бюджетов, израсходованных на создание креативных решений, на производство рекламной продукции, на оплату услуг рекламных агентств и технологических посредников суммарный объем российского рынка маркетинговых коммуникаций в 2022 году составил 99,3 млрд руб.

### Расчет инфляции МУ

## 2. Интервью с Президентом РАМУ в ТАСС

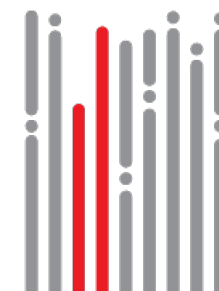
## 3. Сессия на beta!

Международный фестиваль событийного маркетинга.

- Елена Леонова (президент РАМУ и конкурса Perspectum, CEO Progression Group)
- Николай Присадов (ARK Group)

## 4. «Российская креативная неделя»

- Елена Леонова (президент РАМУ и конкурса, CEO Progression Group)



## **1. РАМУ представила данные по объемам рынка**

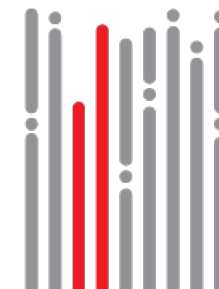
С учетом рекламных бюджетов, израсходованных на создание креативных решений, на производство рекламной продукции, на оплату услуг рекламных агентств и технологических посредников суммарный объем российского рынка маркетинговых коммуникаций составил 109,1 млрд руб.

## **2. РАМУ вошла в топ-5 рейтинга влияния отраслевых ассоциаций по версии КРОС и РАСО.**

РАМУ заняла пятое место в рейтинге сегмента «Реклама, маркетинг, PR, GR». Президент Ассоциации Елена Леонова стала лидером топ-5 первых лиц отрасли.

**3.** В октябре в рамках выставки «Реклама» ведущие индустриальные ассоциации РАМУ, АКАР и АРИР провели стратегическую сессию на тему «Российская реклама-2022: вызовы, приоритеты, возможности».

**4.** В марте по инициативе РАМУ ассоциации АКАР, РЕМА, АТМ, АМА, РОРАI и НАОМ сформировали ряд антикризисных рекомендаций для партнеров и клиентов с целью поддержки бизнеса и уменьшения финансовой нагрузки на агентства и подготовили открытое обращение к индустрии



## 1. Национальный рекламный форум, 23 сентября презентованы проекты:

- Карта рынка маркетинговых услуг (MSMM)
- Мониторинг стоимости промоперсонала
- Рейт-карта маркетинговых услуг

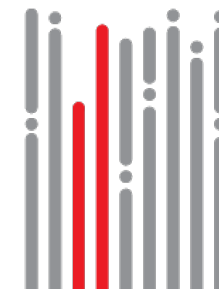
## 2. Новое позиционирование РАМУ:

Отныне РАМУ позиционирует себя как объединение профессионалов и экспертов из самой динамичной индустрии рынка рекламы, как транслятор экспертных оценок, интегрированного подхода в маркетинге, способный оперативно реагировать на современные вызовы

**3. Вступление в ОПОРА РОССИИ** с целью формирования благоприятной бизнес-среды и развития малого и среднего бизнеса в России.

**4. Согласование дорожной карты по внесению изменений в ОКВЭД** в части коммуникационных услуг в рамках работы Координационного совета коммуникационной индустрии при ОП РФ.

Цель - совершенствование классификатора кодов ОКВЭД по рекламе и коммуникационной деятельности с учетом европейской системы ОКВЭД и снижение стоимости внедрения профессиональных стандартов.



## 5. Подписание РАМУ этической хартии коммуникационных индустрий

6.24 марта состоялся круглый стол на тему: «Прозрачность бизнеса: интересы компаний, заказчиков и государства» по инициативе Ассоциации торгового маркетинга (АТМ) и при поддержке общероссийского объединения «Деловая Россия».

Мероприятие объединило представителей ФНС России, Роструда, бизнеса и лидеров деловых ассоциаций (АКОРТ, АЧАЗ, РАМУ, АТМ, АСТРА).

## 7. Комиссия по креативным индустриям при РСПП

Эксперты РАМУ присутствуют на заседаниях комитета Российского союза промышленников и предпринимателей по интеллектуальной собственности и креативным индустриям. Одна из важных тем - «Интеллектуальная собственность в индустрии рекламы и маркетинговых коммуникаций».

## 8. РАМУ представила данные объема рынка

С учетом рекламных бюджетов, израсходованных на создание креативных решений, на производство рекламной продукции, на оплату услуг рекламных агентств и технологических посредников суммарный объем российского рынка маркетинговых коммуникаций составил 90,9 млрд руб.

