

WYDAWCA:

press

PARTNER:

ZFPR

ZWIĄZEK FIRM
PUBLIC
RELATIONS

**pr
CHECK**

RANKING
AGENCJI
PUBLIC
RELATIONS

Jak poradziły sobie agencje public
relations w pandemicznym
roku 2020



PR Check – kompleksowy ranking agencji public relations

Rok 2020 z powodu pandemii był czasem kryzysu w branży reklamy, dlatego działania public relations stały się dla wielu firm nie tylko najważniejszą formą komunikacji z klientem, ale też niezbędnym elementem budowania polityki antykryzysowej wewnątrz przedsiębiorstwa.

Firmy szukały oszczędności, obniżały wynagrodzenia i wstrzymywały wcześniej zaplanowane kampanie, by zabezpieczyć budżet w razie przeciągającego się zamrożenia gospodarki, a działania PR zewnętrznego i wewnętrznego mogły pomóc im przejść przez sytuacje kryzysowe możliwie suchą stopą.

Nie były to jedyne wyzwania, z którymi zmagaly się agencje public relations. Podobnie jak ich klienci musiały walczyć o budżety i wypracować systemy pracy zdalnej oraz utrzymać zatrudnienie.

W naszym rankingu agencji public relations analizujemy, jak im się to udało.

RANKINGI

Tegoroczna publikacja jest zbiorem rankingów stworzonych na podstawie danych z ankiet wypełnionych przez 25 agencji i siedem grup firm public relations, zweryfikowanych przez nas o dane dostępne w Krajowym Rejestrze Sądowym. Niestety nie wszystkie agencje udzieliły kompletu informacji, a część z nich nie złożyła w odpowiednim czasie wymaganych prawem sprawozdań finansowych za 2020 rok, dlatego część danych pochodzi także z zebranych przez nas oświadczeń zarządów firm.

PR Check podzieliłymi na: ranking według przychodów, ranking według zysków netto (nie dotyczy grup), ranking według fee income, ranking według zatrudnienia. Przygotowaliśmy również zbiorczą ankietę firm ułożoną alfabetycznie, w której przedstawiamy głównych klientów agencji i grup, nagrody otrzymane przez agencje w 2020 roku oraz ich przynależność do organizacji branżowych.

PR Check podzieliłymi na rankingi według: przychodów, zysków netto, fee income i zatrudnienia

AGENCJE PR – FEE INCOME

Nazwa	2020 (w tys. zł)	2019 (w tys. zł)	Dynamika (w proc.)
1 Partner of Promotion	27 400	26 800	2,2
2 MSL	16 240	18 260	-11,1
3 Hill+Knowlton Strategies	11 089	11 350	-2,3
4 38 Content Communication	9 063	9 004	0,6
5 Grayling Poland	8 122	5 803	40
6 24/7Communication	7 039	7 869	-10,5
7 Walk PR	6 723	4 487	49,8
8 d*fusion communication	6 161	4 910	25,5
9 Big Picture	3 705	2 720	36,2
10 NBS Communications	3 410	3 360	1,5
11 Imago Public Relations	2 350	3 079	-23,7
12 ITBC Communication	2 298	2 349	-2,1
13 Weber Shandwick	2 251	2 871	-21,6
14 Neuron Agencja PR	1 750	1 800	-2,8
15 Genesis PR	1 674	1 800	-7
16 StrategyWise	1 518	bd	bd
17 Vision Group	1 501	1 763	-14,9
18 Publicis Consultants	1 470	1 400	5
19 Publicicon	140	130	7,7
20 Compass Public Relations	bd	bd	bd
21 Exacto	bd	bd	bd
22 FleishmanHillard	bd	bd	bd
23 OneMulti	bd	bd	bd
24 Public Dialog	bd	bd	bd
25 Solski Communications	bd	8 082	bd

GRUPY AGENCJI PR – FEE INCOME

Nazwa	2020 (w tys. zł)	2019 (w tys. zł)	Dynamika (w proc.)
1 Grupa Komunikacja Plus	22 891	19 652	16,5
2 38 Group	13 960	11 265	23,9
3 Garden of Words Group	6 283	7 152	-12,1
4 On Board Think Kong	4 336	4 496	-3,5
5 Grupa Lighthouse	4 106	5 419	-24,2
6 Human Signs	1 407	bd	bd
7 OneMulti	bd	bd	bd

Z przeanalizowanych danych wynika, że łączny przychód agencji w rankingu wyniósł 233 881 tys. zł. To spadek o 5 proc. wobec 2019 roku. Liderem rankingu według przychodu została firma Partner of Promotion z przychodem 49 200 tys. zł (wzrost o 10 proc. w porównaniu z rokiem 2019). Drugie miejsce zajmuje agencja MSL, wykazując przychody w wysokości 33 379 tys. zł. Na podium znalazła się również 38 Content Communication z przychodem 19 379 tys. zł. Największym wzrostem przychodów w rankingu mogą się pochwalić agencje Grayling Poland (49 proc.) oraz d*fusion communication (42,9 proc.). Największe spadki odnotowały natomiast Weber Shandwick (-62,1 proc.)

AGENCJE PR – ZATRUDNIENIE OGÓŁEM

Nazwa	2020 (liczba osób)	2019 (liczba osób)	Dynamika (w proc.)
1 MSL	69	78	-11,5
2 Hill+Knowlton Strategies	56	52	7,7
3 24/7Communication	49	52	-5,7
4 Partner of Promotion	48	64	-25
5 Grayling Poland	45	39	15,4
6 FleishmanHillard	41	40	2,5
7 Walk PR	37	37	0
8 38 Content Communication	33	33	0
9 d*fusion communication	29	21	38,1
10 Solski Communications	27	27	0
11 ITBC Communication	20	20	0
12 OneMulti	20	27	-25,9
13 Public Dialog	20	15	33,3
14 Publicicon	20	20	0
15 Imago Public Relations	17	18	-5,5
16 Big Picture	16	16	0
17 Exacto	16	14	14,3
18 Genesis PR	14	14	0
19 NBS Communications	13	14	-7,1
20 Weber Shandwick	12	13	-7,7
21 Neuron Agencja PR	11	10	10
22 Vision Group	11	14	-21,4
23 Compass Public Relations	8	7	14,3
24 Publicis Consultants	6	8	-25
25 StrategyWise	6	bd	bd

GRUPY AGENCJI PR – ZATRUDNIENIE OGÓŁEM

Nazwa	2020 (liczba osób)	2019 (liczba osób)	Dynamika (w proc.)
1 Grupa Komunikacja Plus	88	71	23,9
2 Garden of Words Group	55	55	0
3 38 Group	53	44	20,4
4 Grupa Lighthouse	27	29	-6,9
5 On Board Think Kong	26	32	-18,7
6 OneMulti	20	27	-25,9
7 Human Signs	14	bd	bd

i OneMulti (-45,6 proc.), co i tak nie przeszkodziło im znaleźć się w pierwszej piętnastce zestawienia.

Kolejnym zestawieniem jest ranking według fee income, czyli przychodów agencji pomniejszonych o koszty zewnętrzne, takie jak wynagrodzenia podwykonawców czy zakup mediów. Ten wskaźnik policzony rzetelnie może być najbardziej odpowiedni w ocenie pracy agencji PR. Informuje, ile realnego przychodu dana agencja osiągnęła za działania stricte public relations, wykonywane przez etatowych pracowników agencji.

Czołówka rankingu według fee income nie odbiega znacząco od tego według przychodu. Liderem również jest Partner →

of Promotion z fee income na poziomie 27 400 tys. zł. Drugie miejsce zajmuje MSL (16 240 tys. zł), a na trzecim uplasowała się Hill+Knowlton Strategies z fee income wynoszącym 11 098 tys. zł.

Największym zyskiem netto wypracowanym w 2020 roku może pochwalić się MSL (2 313 tys. zł). Za nią znalazły się Hill+Knowlton Strategies (1 886 tys. zł) i d*fusion communications (1 726 tys. zł). W rankingu według zatrudnienia znów przoduje MSL (69 osób) oraz Hill+Knowlton Strategies (56 osób). Co znaczące, w kryzysowym roku na 25 badanych agencji, tylko dziewięć zadeklarowało spadek zatrudnienia w 2020 roku, a najbardziej zauważalny wzrost tego wskaźnika odnotowały agencje d*fusion communication (38,1 proc.) i Public Dialog (33,3 proc.).

GRUPY

W rankingach grup firm public relations według przychodu oraz według fee income na pierwszym miejscu znalazła się Grupa Komunikacja Plus z przychodem 105 393 tys. zł i fee income w wysokości 22 891 tys. zł. To wzrost przychodu o 15,6 proc., a fee income o 16,5 proc. Na podium znalazły się również 38 Group (przychód: 33 615 tys. zł – wzrost o 20,2 proc., fee income: 13 960 tys. zł – wzrost o 23,9 proc.) oraz, mimo spadku przychodu o 13,5 proc., Garden of Words Group (9 585 tys. zł) z fee income na poziomie 6 283 tys. zł (spadek o 12,1 proc.).

Z przeanalizowanych danych wynika, że mimo niewielkiego spadku przychodów i trudnego roku 2020 agencjom public relations w przeważającej większości udało się zachować lub zwiększyć zatrudnienie, a łączny zysk i fee income badanych podmiotów wskazują tendencję wzrostową. ♦ (CP)

AGENCJE PR – PRZYCHÓD

Nazwa	2020 (w tys. zł)	2019 (w tys. zł)	Dynamika (w proc.)
1 Partner of Promotion	49 200	44 700	10
2 MSL	33 379	40 566	-17,7
3 38 Content Communication	19 397	19 936	-2,7
4 Hill+Knowlton Strategies	16 075	17 925	-10,3
5 Grayling Poland	14 784	9 887	49,5
6 24/7Communication	14 445	14 642	-1,3
7 FleishmanHillard	12 894	11 397	13,1
8 d*fusion communication	10 269	7 188	42,9
9 Walk PR	8 631	9 657	-10,5
10 Solski Communications	7 552	10 065	-24,9
11 Big Picture	6 002	5 143	16,7
12 Weber Shandwick	4 977	13 155	-62,1
13 ITBC Communication	4 246	5 377	-21
14 OneMulti	4 137	7 613	-45,6
15 NBS Communications	3 862	3 958	-2,4
16 Public Dialog	3 781	3 221	17,4
17 Publicis Consultants	3 308	3 464	-4,5
18 Publicon	3 107	4 204	-26
19 Imago Public Relations	2 732	3 998	-31,6
20 Compass Public Relations	2 591	2 265	14,3
21 Neuron Agencja PR	1 975	2 104	-6,1
22 StrategyWise	1 779	bd	bd
23 Vision Group	1 724	2 340	-26,3
24 Genesis PR	1 693	1 812	-6,6
25 Exacto	1 341	1 571	-14,6

AGENCJE PR – ZYSK (STRATA) NETTO

Nazwa	2020 (w tys. zł)	2019 (w tys. zł)
1 MSL	2 313	2 082
2 Hill+Knowlton Strategies	1 886	1 886
3 d*fusion communication	1 726	1 651
4 Big Picture	1 478	832
5 Grayling Poland	1 422	-38
6 NBS Communications	896	530
7 FleishmanHillard	828	792
8 Solski Communications	528	316
9 Walk PR	500	178
10 ITBC Communication	402	148
11 Partner of Promotion	285	1 030
12 Publicon	220	85
13 38 Content Communication	105	521
14 24/7Communication	33,3	4,8
15 Neuron Agencja PR	7	37
16 Imago Public Relations	-5	157
17 Public Dialog	-25	525
18 Exacto	-55	175
19 Vision Group	-106	-43
20 Compass Public Relations	bd	bd
21 Genesis PR	bd	bd
22 OneMulti	bd	bd
23 Publicis Consultants	bd	bd
24 StrategyWise	bd	bd
25 Weber Shandwick	bd	bd

GRUPY AGENCJI PR – PRZYCHÓD

Nazwa	2020 (w tys. zł)	2019 (w tys. zł)	Dynamika (w proc.)
1 Grupa Komunikacja Plus	105 398	91 188	15,6
2 38 Group	33 615	27 951	20,2
3 Garden of Words Group	9 585	11 083	-13,5
4 On Board Think Kong	8 321	9 113	-8,7
5 Grupa Lighthouse	6 002	7 272	-17,4
6 OneMulti	4 897	8 813	-44,4
7 Human Signs	1 519	bd	bd

AGENCJE I GRUPY AGENCJI PR – KLIENCI, NAGRODY, ORGANIZACJE BRANŻOWE

Lp.	Nazwa (alfabetycznie)	Wybrani klienci, z którymi agencja współpracowała w 2020 roku od co najmniej roku	Nagrody za projekty PR w konkursach w 2020 roku	Organizacje branżowe, do których firma należy
1	24/7Communication	McDonald's, Lidl, T-Mobile, Warta, Novartis	Złote Spinacze: 1 x Srebrny Spinacz 3 x Brązowy Spinacz Effie Awards: 1 x złoto 1 x brąz	PROI Worldwide, ZFPR, IAB
2	38 Content Communication 38 Group	Ministerstwo Cyfryzacji, Electromobility Poland, Atlas, Spółdzielnia Mleczarska „Mlepol”, Iron Mountain	Złote Spinacze: 2 x Złoty Spinacz 2 x Srebrny Spinacz 1 x Brązowy Spinacz	ZFPR
3	Big Picture	Mondelez Polska, Polpharma Biologics, Allegro, Reckitt Benckiser, L'Oréal Professional		ZFPR
4	Compass Public Relations	Pfizer Polska, Sanofi Aventis Polska, Roche Polska, Novartis Polska, Nepentes Pharma		SAPR
5	d*fusion communication	Samsung, Microsoft, PZU, Uber, Cisco	Złote Spinacze: 1 x Złoty Spinacz	ZFPR
6	Exacto	EME Aero, Flotex, Avalon, ePłatności, Pilkington		SAPR
7	FleishmanHillard	Procter & Gamble, Lafarge, Provident, GSK, HTC,		ZFPR
8	Garden of Words Group	Avon, Electrolux, IKEA Media Markt, Jeronimo Martins	Złote Spinacze: 1 x Złoty Spinacz Nagroda specjalna kapituły dziennikarzy „Rzeczpospolitej” Effie Awards: 1 x brąz Mixx Awards: 1 x srebro	Niezrzeszona
9	Genesis PR	Robyg, SPAR, Federacja Przedsiębiorców Polskich, Polski Związek Przemysłu Oponiarskiego, EUOSHA		ZFPR, PSPR, Fundacja Internet PR
10	Grayling Poland	Visa, Circle K, Free Now, BMW Group, Sony		ZFPR
11	Grupa Komunikacja Plus	Skanska, Amazon Fulfillment, 3M GSC, Electrolux, Inglot	Złote Spinacze: Tytanowy Spinacz 6 x Złoty Spinacz 2 x Srebrny Spinacz 3 x Brązowy Spinacz	ZFPR
12	Grupa Lighthouse	LPP, T-Mobile, HP, Merck, Flokk	Złote Spinacze: 1 x Złoty Spinacz 1 x Srebrny Spinacz Sabre Awards: 1 x finalista w kategorii	ZFPR
13	Hill+Knowlton Strategies	Boeing, Jeronimo Martins Polska, Facebook, Pfizer, Shell	Złote Spinacze: 1 x Kampania PR XX-lecia 2 x Srebrny Spinacz	ZFPR
14	Human Signs	Bank BPS, Bibby Financial Services, Ibsen, Panattoni, Stena Line	Złote Spinacze: 1 x Brązowy Spinacz	ZFPR
15	Imago Public Relations	Synthos, Grupa PTWP, Stalexport Autostrada Małopolska, Grupa TDJ, Moto-Profil		SAPR Eucom Public Relations Worldwide, PSPR
16	ITBC Communication	Atrium Poland, Salesforce, Red Hat, Veeam, Hipp Polska		SAPR
17	MSL	Netflix, Huawei, Procter & Gamble, Emirates, Novo Nordisk	Złote Spinacze: 2 x Srebrny Spinacz	ZFPR, Amerykańska Izba Gosodarcza w Polsce, Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy, SKM SAR
18	NBS Communications	Arval Service Lease Polska, Best, BNP Paribas Bank Polska, Grupa Eurocash, Kino Polska		ZFPR
19	Neuron Agencja Public Relations	PGNiG, Fundacja Czerwone Noski Klown w Szpitalu, Arval Service Lease Polska, Cargill Poland, Aobox Communications S.R.O.		SAPR, Plexus PR, Sotiria Security Communications
20	On Board Think Kong	L'Oréal Polska, Lewiatan Holding, Nestlé Polska, MSD Polska, MetLife		Ecco International Public Relations Network, ZFPR The Content Marketing Association
21	OneMulti (Agencja i Grupa)	Continental, DB Schenker, Michael Page, YIT Development, Lornamead	Złote Spinacze: 2 x Złoty Spinacz	ZFPR
22	Partner of Promotion	Procter & Gamble, Urząd Transportu Kolejowego, Ghelamco Poland, Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego, Renault Polska		SAPR
23	Public Dialog	Volkswagen Financial Service, Platige Image, Wokas, Air Liquide, E.Leclerc	2 x Golden Stevie Awards	SFPR, International Public Relations Network
24	Publicis Consultants	PKP Intercity, Stock Polska, Reckitt Benckiser, Kaufland Polska, BSH		Niezrzeszona
25	Publicon	Budimex Nieruchomości, Collins Aerospace, Polski Związek Firm Deweloperskich, Tatry Super Ski, Xeos		SAPR
26	Solski Communications	Grycan, Henkel, Mastercard, mBank, Raytheon	Złote Spinacze: 1 x Srebrny Spinacz 2 x Brązowy Spinacz	Niezrzeszona
27	StrategyWise	Brzezinka, Diagnostyka, LHI, Unity Line, Ultimo		ZFPR
28	Vision Group	Abbvie, Janssen, MSD, Chiesi, Unibet	Sabre Awards: 1 x nominacja	ZFPR, Nextlaw Public Affairs Network by Dentos, Związek Przedsiębiorców i Pracodawców
29	Walk PR	Adamed, E.Wedel, Nikon, Vision Express, Volkswagen Group Polska		ZFPR
30	Weber Shandwick	Michelin, IBM, Ericsson, KFC, GSK		ZFPR