

## Коммуникации — стратегический актив экономики. В Москве состоялся второй международный форум АКOC

*В московском Цифровом деловом пространстве (ЦДП) состоялся Второй международный форум “Стратегические коммуникации. Идеи&Инсайты”. Главные выводы дискуссий и проекта резолюции форума: коммуникации играют стратегическую роль в развитии российской экономики; недооценка этой роли тормозит продвижение отечественных брендов и рост их стоимости; современные коммуникационные технологии — это инструменты управления, которые усиливают бизнес, социальные институты и государственные инициативы, повышая их эффективность и формируя коммуникационный суверенитет страны.*

Форум учрежден Ассоциацией компаний-консультантов в сфере общественных связей (АКОС) и второй год проходит при поддержке Минэкономразвития РФ, МИД РФ, Экспертного совета по развитию креативной экономики при Комитете ГД РФ по экономической политике, ЦСР, АСИ, отраслевых ассоциаций и партнеров. Соорганизаторы форума в 2026 году — агентство SKC и ГБУ «Малый бизнес Москвы». Второй международный форум АКOC на площадке ЦДП собрал 700 участников (было представлено более 50 регионов России). В числе участников — 120 спикеров из России, Аргентины, Бразилии, Германии, Индии, Иордании, Китая, Узбекистана, эксперты БРИКС и ШОС. Прямую трансляцию форума посмотрели почти 500 человек.

*«АКОС ставит задачу поднять коммуникации на стратегический уровень в системе управления компаниями и корпорациями, в госсекторе, — отметил **Андрей Лапшов**, председатель АКOC, президент группы Insiders. - Эта задача зашита непосредственно в название форума. В этом году на наше мероприятие пришло почти в два раза больше делегатов, что говорит о том, что мы на правильном пути. С самого начала мы сделали ставку на сотрудничество с государственными институтами, что позволяет вынести проблематику отрасли коммуникаций на максимально высокий уровень. Надеемся, наша площадка постепенно обретает самобытность, выделяющую ее среди иных мероприятий глубиной экспертизы, амбициозностью задач, устремленностью в будущее развития индустрии. Я также рад, что благодаря нашему начинанию нам удастся высветить важность агентского бизнеса, показать “товар лицом”. АКOC — это настоящая кузница экспертизы, креатива, кадров для всего рынка, и с каждым форумом эта данность должна становиться все очевиднее другим участникам рынка и регуляторам».*

Программа форума включала 3 пленарные панели, которые были посвящены перспективам развития отрасли и рынка коммуникаций (его объем по итогам 2025 года составил 2,5 трлн рублей), опыту создания и продвижения российских брендов на примере 10 реальных кейсов и тому, как с помощью коммуникаций в современных условиях выстраивать доверие между странами. Состоялись 7 тематических экспертных дискуссий (на темы ИИ и нейробиара, медиа перед лицом нейровыдачи, креативных продуктов коммуникационных индустрий, новой роли внутрикома, исследований в коммуникациях, личного бренда бизнес-лидера и антикризисных коммуникационных технологий). В программе было несколько экспериментальных форматов (международный телемост, лаборатория коммуникаций SKC, первый креативный питчинг коммуникационных агентств, медиагостиная, книжная гостиная от издательства МИФ и др.), молодежная программа и трек мастер-классов. На форуме также состоялись открытое отраслевое совещание с участием руководства ключевых коммуникационных ассоциаций (АКОС, РАСО, АКАР, АКМР, НАБ, АБКР, НАЭКК, а также РАОС (Российской академии общественных связей) и всероссийский семинар для пресс-секретарей и пиар-специалистов региональных ведомств и центров «Мой бизнес», которые отвечают за информационное сопровождение креативных индустрий в регионах России.

*«Информационная поддержка — важная составляющая развития креативных индустрий. Федеральный закон „О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации“ закрепляет значимость развития этого сектора, а медиа и СМИ сами входят в перечень креативных индустрий. На мероприятии мы решали ряд системных задач. Специалисты более чем из 50 регионов смогли обмениваться практиками и выработать единые подходы к коммуникационному продвижению креативной экономики», — подчеркнула заместитель министра экономического развития России **Татьяна Илюшникова**.*

На форуме были представлены специально подготовленные АКOC и партнерами экспертные продукты для рынка: отраслевой кодекс, исследования, гайды, рекомендации.

Первый Кодекс практик добросовестного взаимодействия заказчиков и исполнителей на рынке услуг в сфере связей с общественностью был одобрен представителями Консультативного совета АКОС (объединяет 30 руководителей функции коммуникаций в крупных компаниях и федеральных органах власти) и отраслевых ассоциаций в сфере коммуникаций. Кодекс содержит перечень лидерских добросовестных практик, которые ответственные заказчики могут использовать в качестве бенчмарков при принятии решений и при рассмотрении спорных ситуаций.

Исследование «PR-закупки в цифрах», проведенное PR News совместно с Росэлторгом, позволило оценить рынок госзакупок в сфере связей с общественностью на этой площадке за 2025 год: всего 3 226 тендеров; сумма тендеров — 7,8 млрд; средняя стоимость одного тендера — 2,6 млн.

Исследование TWIGA PR современного этапа внедрения ИИ в профессиональные коммуникации подтвердило: ИИ стал рабочим инструментом PR, главный вопрос — в зрелости внедрения. Главная зона роста — не доступ к ИИ, а управление им. Команды нашли сценарии применения, при этом компании еще не встроили их в общие процессы. ИИ начал влиять на KPI, но рынок пока не научился измерять этот эффект (только 13% респондентов имеют полноценную систему метрик).

74% опрошенных в ходе совместного исследования Ассоциации менеджеров и АКОС российских топ-менеджеров считают, что личный бренд руководителя оказывает значительное влияние на репутацию компании. И в 68% случаев ответственность за формирование личного бренда остается на самих руководителях. Среди барьеров, препятствующих эффективной работе с личным брендом, бизнес называет нехватку времени, отсутствие коммуникационной стратегии и недостаток профессиональной PR-поддержки.

АКОС совместно с агентствами КРОС и КД презентовала на форуме первый этап аналитического исследования программ подготовки PR-специалистов, которое станет основой интерактивной «Карты PR-образования России» (уже охватила десятки российских вузов).

АКОС, PR-Consulta и Медиалогия представили исследование о том, как язык корпоративных пресс-релизов влияет на восприятие информации редакциями. Сегодня это не только вопрос отношений пресс-службы и журналиста. Тексты компаний попадают в поисковые системы, агрегаторы, базы данных и нейросетевые ответы, и качество исходной фактуры и формулировок становится частью общей ответственности за информационное поле.

Также на форуме были представлены обновленный Digital-гlossарий для коммуникаторов (лидер «Р.И.М. - ИНТЕРИУМ»), гайд по современным коммуникационным исследованиям (Ex Libris), исследование почасовых ставок и зарплат специалистов-коммуникаторов (Comunica совместно с get experts), аналитический доклад «Нарративы российского PR» (PR News), а также исторический спецпроект при поддержке АКОС — Истоки русского PR («Р.И.М. — ИНТЕРИУМ» и Музей предпринимателей, меценатов и благотворителей при поддержке АКОС).

АКОС подписала три соглашения о стратегическом партнерстве: в сфере международных коммуникаций (с Маркетинговой Ассоциацией Узбекистана), региональных коммуникаций (с ассоциацией «PR-среда») и внутренних коммуникаций (с Национальной ассоциацией экспертов по корпоративным коммуникациям (НАЭКК)).

Награды «АКОС Гид» получили три звездных кейса, которые вошли в коммуникационную историю года: проект Т-Банка «Т-Возврат: утром в газете, вечером в куплете», проект Smartavia / G communications «Smartavia: ценности на высоте» и проект СИБУРА «Вторая жизнь пластика: всероссийская программа экологических уроков».

На форуме были вручены награды АКОС «За вклад в развитие регионального рынка коммуникаций»: лауреатами стали 11 профессионалов сферы коммуникаций и общественных связей за совокупность личных заслуг в развитии рынка коммуникаций в регионах России. Также была вручена награда АКОС в память о вкладе в развитие регионального рынка коммуникаций основателя Всероссийской туристической премии Russian Travel Awards Геннадия Шаталова.

*Новости и продукты форума, официальную брошюру форума, записи основных сессий и фотоподборки форума можно найти на сайте АКОС <https://akospr.ru> и сайте форума [https://akospr.ru/forum\\_2026](https://akospr.ru/forum_2026)*

### **Некоторые фотоподборки событий форума**

<https://cloud.mail.ru/public/w8aj/hmrsQJb7h>

<https://cloud.mail.ru/public/hQ7D/d9GWtZTsM>

<https://cloud.mail.ru/public/GoVx/vJTR5DcQ6>

<https://dariadnk.wfolio.pro/disk/30-06-2026-forum-akos-s68v1j>

<https://disk.yandex.ru/d/QBzM5zqYlnVcg>

\*\*\*

**Организатор:** АКООС (Ассоциация компаний-консультантов в сфере общественных связей). **Соорганизаторы:** Агентство маркетинговых коммуникаций SKC и ГБУ «Малый бизнес Москвы». **При поддержке:** Министерства иностранных дел РФ, Министерства экономического развития РФ, Экспертного совета по развитию креативной экономики при Комитете ГД РФ по экономической политике. **Стратегические партнеры:** Агентство стратегических инициатив (АСИ), Центр стратегических разработок (ЦСР), Ассоциация менеджеров (АМ), Форум доноров. **Партнер деловой программы:** Т-Бизнес. **Официальный партнер:** Совкомбанк. **Стратегический программный партнер:** Издательство МИФ. **Стратегические отраслевые партнеры:** Координационный совет коммуникационных индустрий при ОП РФ, Национальная премия в области коммуникаций «Серебряный Лучник», Российская академия по связям с общественностью (РАОС), Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО), Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР), Ассоциация брендинговых компаний России (АБКР), Ассоциация директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России (АКМР), Национальная ассоциация блогеров (НАБ), Национальная ассоциация экспертов по корпоративным коммуникациям (НАЭКК), форум «Балтийский уикенд» (Baltic Weekend), Brand Analytics, Медialogия, MediaFactor, Федерация креативных индустрий (ФКИ). **Стратегический организационный партнер:** TEAM. **Организационный партнер:** Sobytie. **Исследовательский партнер:** PR News. **Партнерское экспертное сообщество:** Бизнес-клуб MBA. **Титульный информационный партнер:** Rambler&Co. **Информационные партнеры:** РГ Медиа, СКАН-Интерфакс, Sostav.ru, Союз журналистов России, PREX, K2, PRexplore, Веды, Пресс-служба, Вечерняя Москва, PRonline, Моноколь, ExLibris, Инк. **Международный информационный партнер:** TV BRICS.