

Raport podsumowujący wyniki badania IAB CreativeEx 2009 przygotowany na podstawie ankiet zebranych od uczestników badania przez PwC Polska Sp. z o.o.

Warszawa, 10.05.2010

Spis treści

Termin i uczestnicy badania	3
Suma przychodów	4
Suma przychodów w budżecie za rok 2008 i 2009 dla tych samych 8 podmiotów	5
Udział kategorii projektów w sumie przychodów	6
Udział rodzajów działalności w sumie przychodów	7
Geograficzny rozkład klientów	8
Czas realizacji projektów	9
Udział sektorów w obrotach firmy i w ilości aktywnych klientów	10/11
Prognozy wzrostu obrotów w 2010	12
Kluczowe oczekiwania względem przetargów	13

Termin i uczestnicy badania

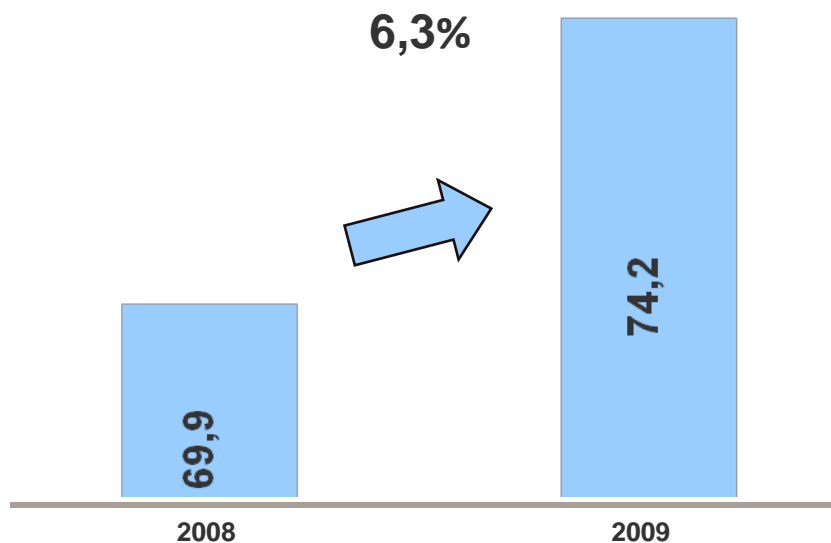
Do badania zostały zaproszone przez IAB Polska najbardziej znane agencje interaktywne oraz sieciowe agencje reklamowe wybrane przez przedstawicieli grupy roboczej „Agencje interaktywne” w IAB Polska. Udział w badaniu wzięło 14 agencji.

Ostatnia uwzględniona w badaniu i wypełniona ankieta została przesłana do PwC Polska Sp. z o.o. w dniu 12 kwietnia 2010 r.

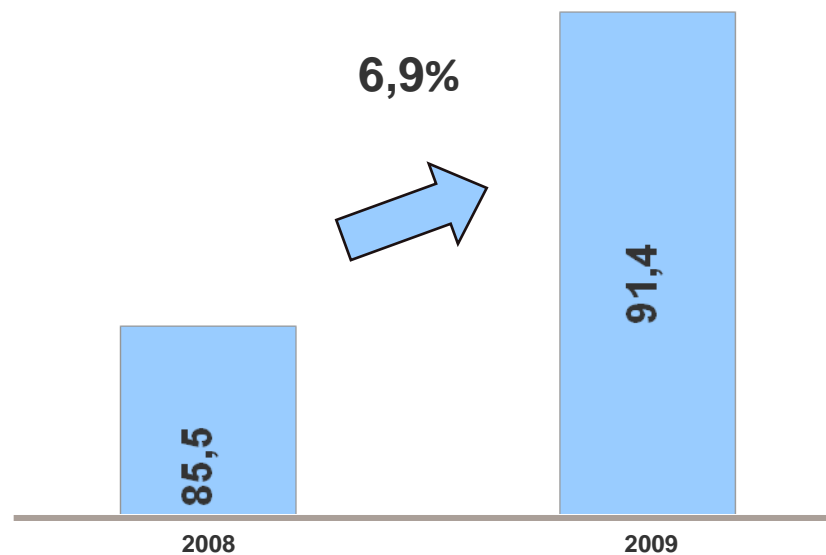
• 180heartbeats	• GoldenSubmarine	• Plasma Media
• Artegence	• IDEO	• Point of view
• Click5	• K2	
• DDB	• Netizens	
• DigitalOne	• Opcom	
• EURA7	• OS3	

Suma przychodów

Bez mediów



Z mediami

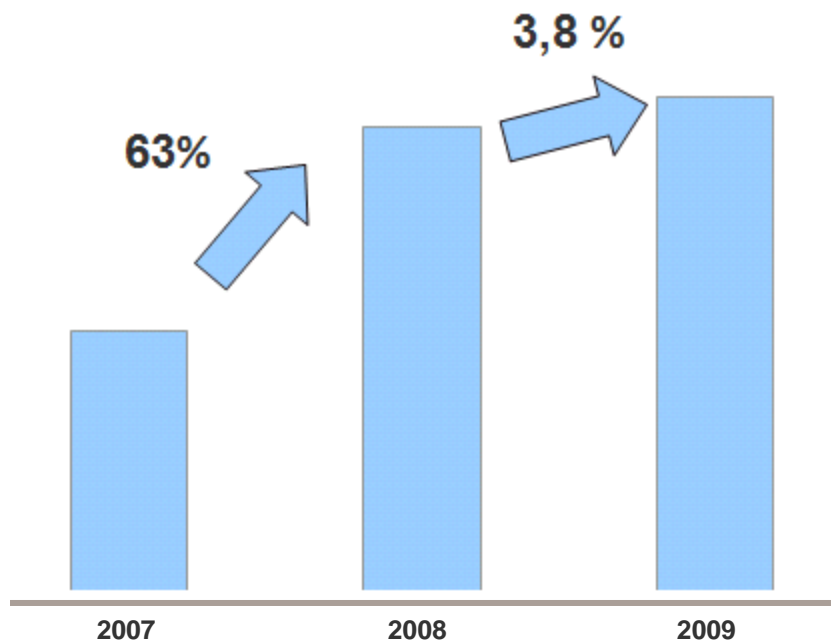


Powyżej zostały zaprezentowane dane dotyczące obrotów netto (wartości w mln PLN).

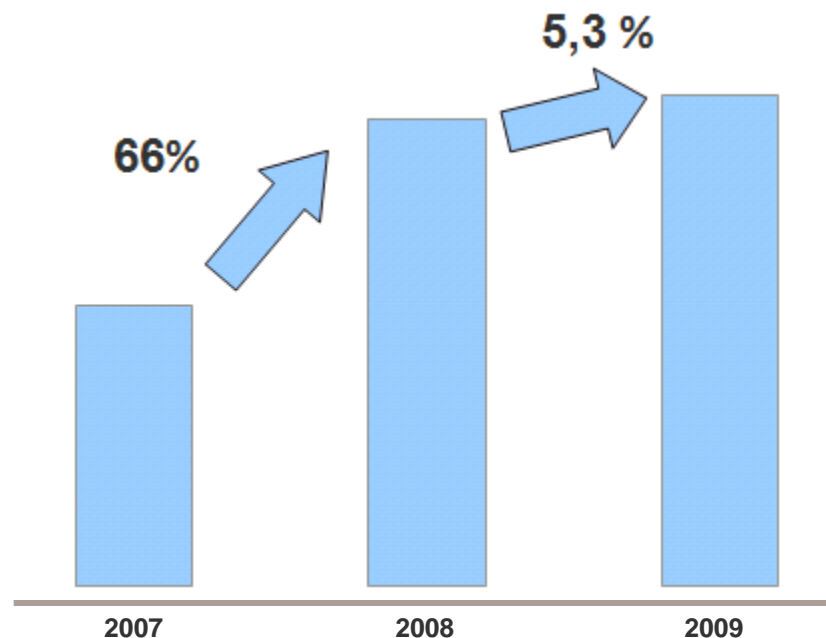
Dane za rok 2009 przekazały wszystkie firmy, a dane za rok 2008 przekazało 13 spośród 14 uczestników badania.

Suma przychodów w budżecie za rok 2008 i 2009 dla tych samych 8 podmiotów biorących udział w badaniach za lata 2008 i 2009

Bez mediów



Z mediami

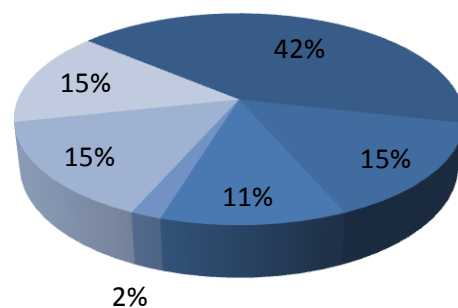


Powyżej zostały zaprezentowane dane dotyczące obrotów netto (wartości w mln PLN). Wartości w PLN nie zostały ujawnione ze względu na poufność danych o tych samym rozpoznawalnych 8 podmiotach.

Udział kategorii projektów w sumie przychodów

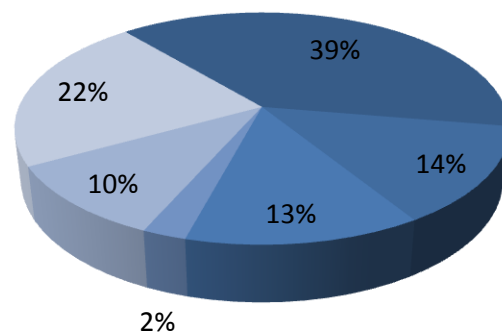
Poniżej zostały zaprezentowane dane dotyczące udziału kategorii projektów w sumie przychodów w 2009 i 2008 roku. Dane za 2009 rok przekazało 14 uczestników badania. Dane dotyczące 2008 roku pochodzą z zeszłorocznego raportu.

2009



- B to C full Web site
- B to C microsite
- B to B full Web site
- B to B microsite
- Intranet i extranet
- Kreacje reklamowe

2008

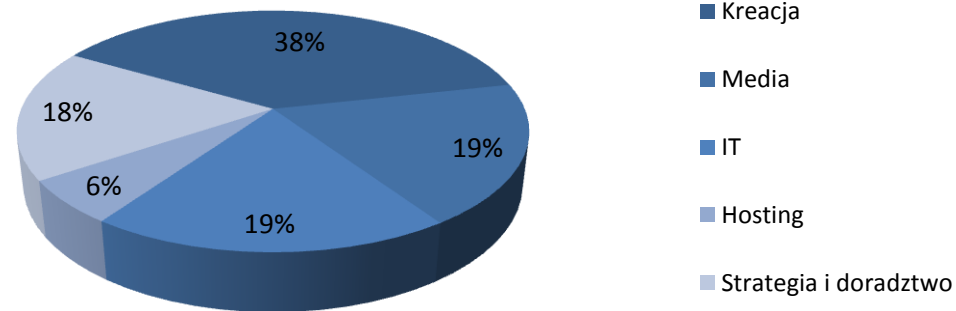


- B to C full Web site
- B to C microsite
- B to B full Web site
- B to B microsite
- Intranet i extranet
- Kreacje reklamowe

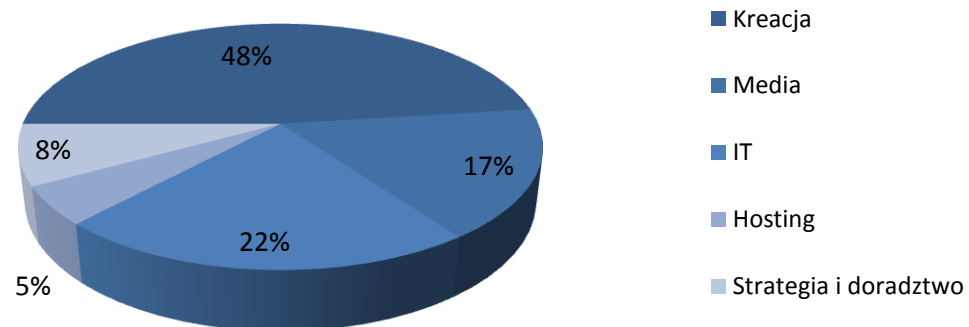
Udział rodzajów działalności w sumie przychodów

Poniżej zostały zaprezentowane dane dotyczące udziału rodzajów działalności w sumie przychodów w 2009 i w 2008 roku. Dane za 2009 rok przekazało 13 spośród 14 uczestników badania. Dane dotyczące 2008 roku pochodzą z zeszłorocznego raportu.

2009



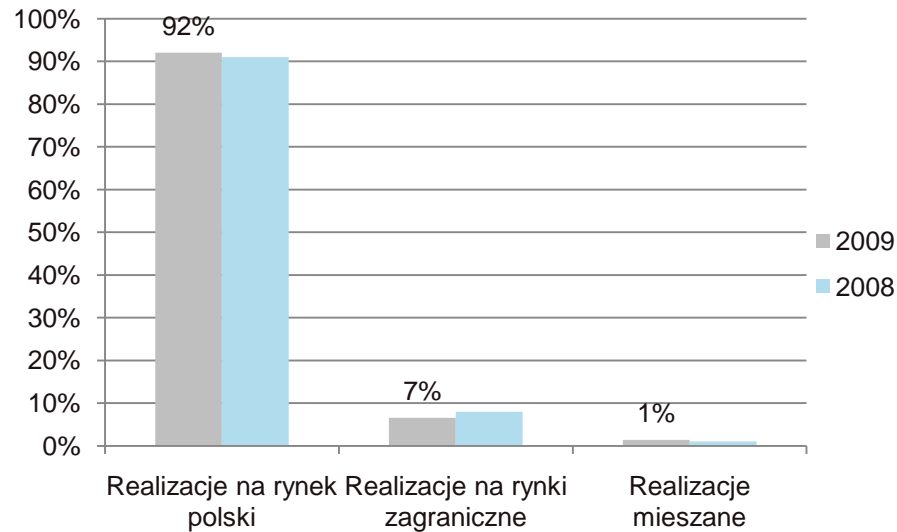
2008



Geograficzny rozkład klientów

Poniżej zostały zaprezentowane średnie udziały dotyczące geograficznego rozkładu klientów (w przeliczeniu na procenty wszystkich aktywnych klientów).

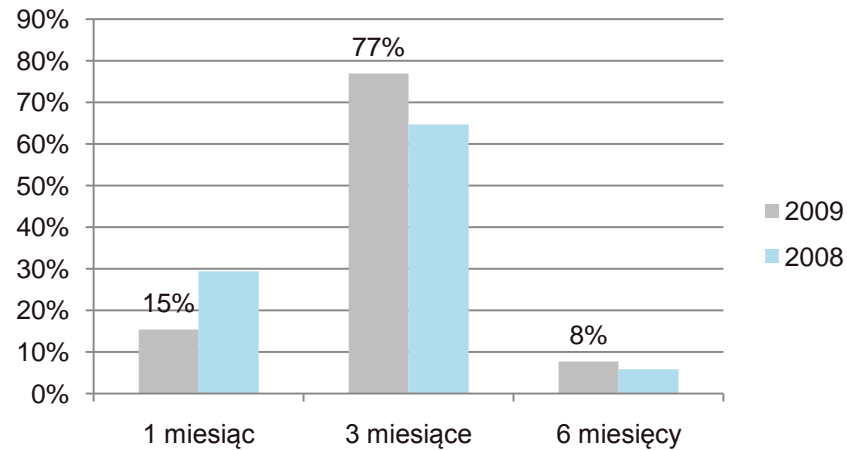
Dane przekazało 14 uczestników badania. Dane dotyczące 2008 roku pochodzą z zeszłorocznego raportu.



Czas realizacji projektów

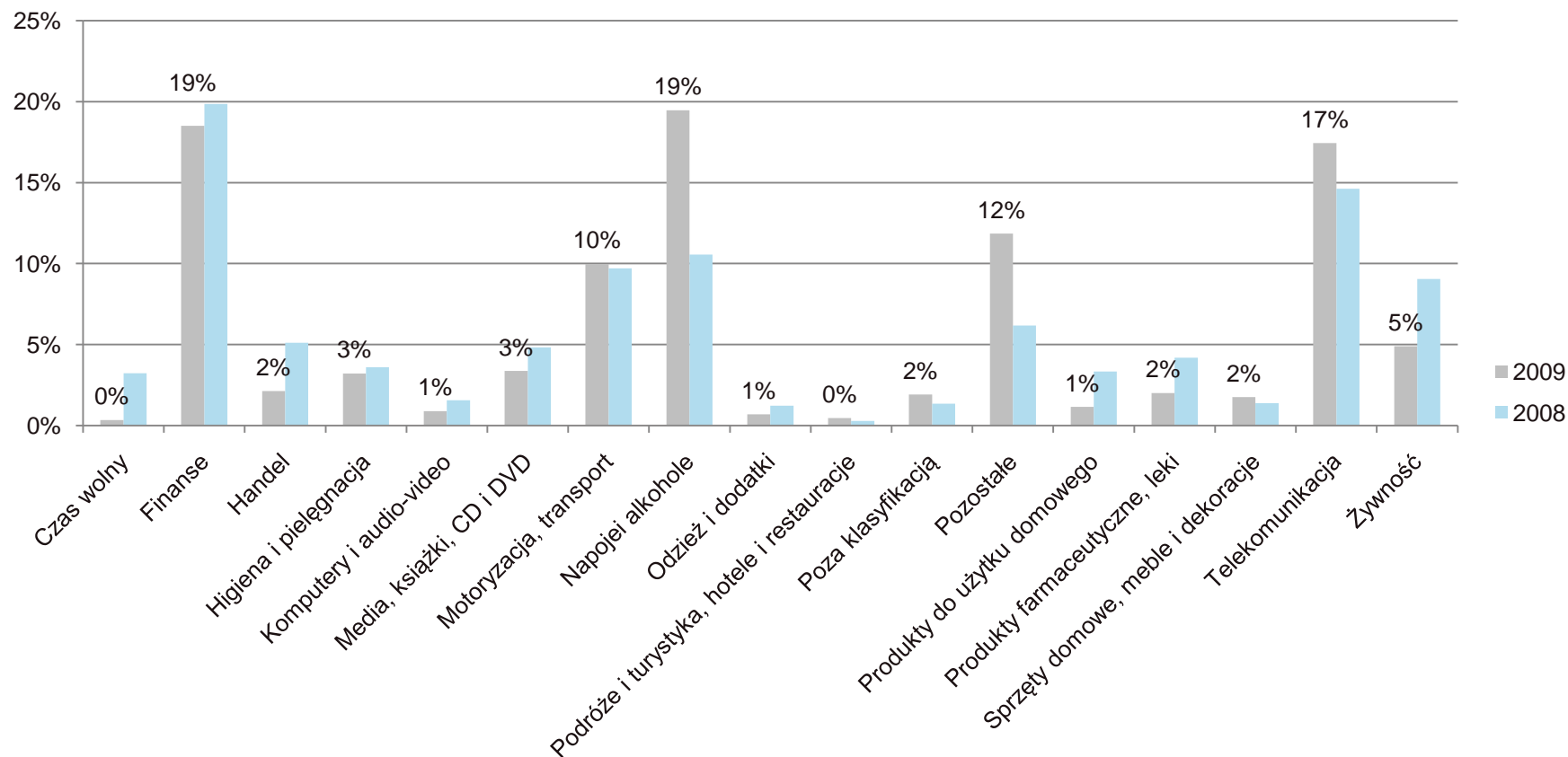
Poniżej zostały zaprezentowane dane dotyczące przeciętnego czasu trwania projektów realizowanych przez ankietowane firmy.

Dane przekazało 13 spośród 14 uczestników badania. Dane dotyczące 2008 roku pochodzą z zeszłorocznego raportu.



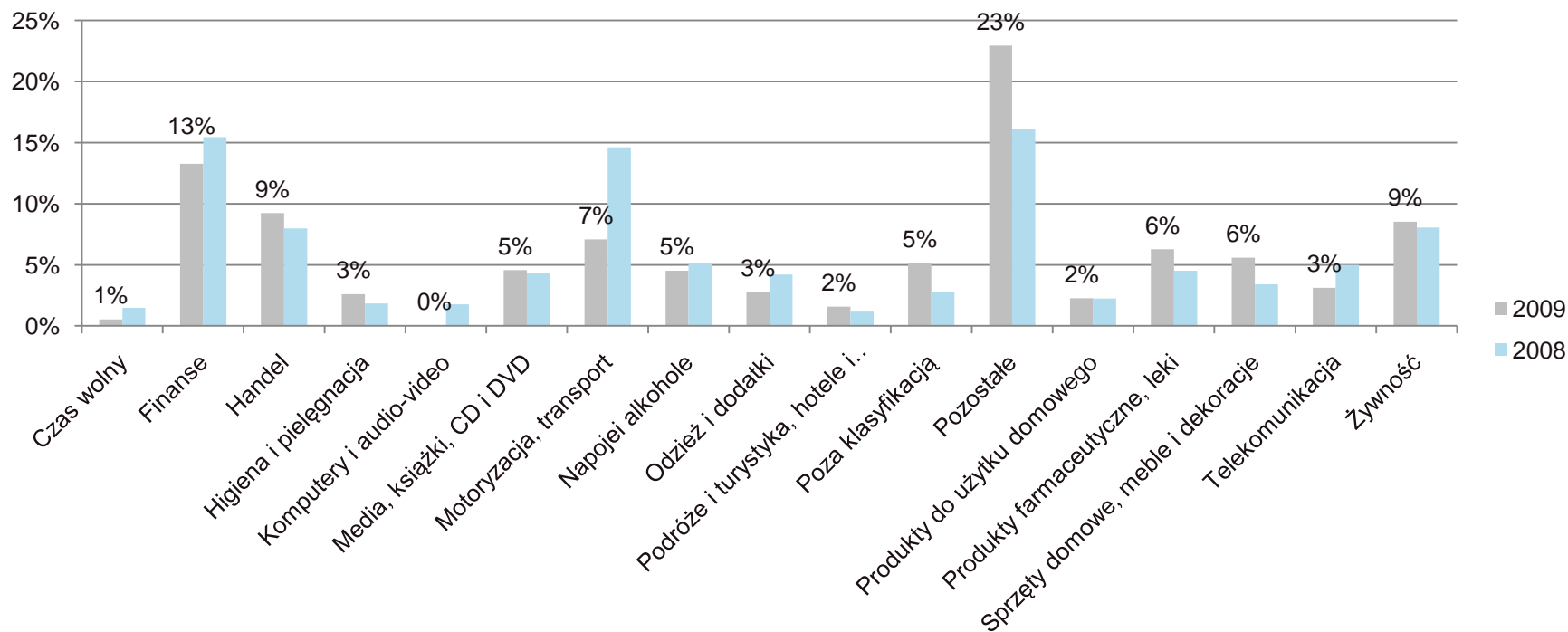
Udział sektorów w obrotach firmy i w ilości aktywnych klientów

Poniżej zostały zaprezentowane dane dotyczące średnich udziałów (%) poszczególnych sektorów w całkowitych obrotach w 2008 i 2009 roku **dla tych samych 8 podmiotów, które wzięły udział w badaniach.**



Udział sektorów w obrotach firmy i w ilości aktywnych klientów

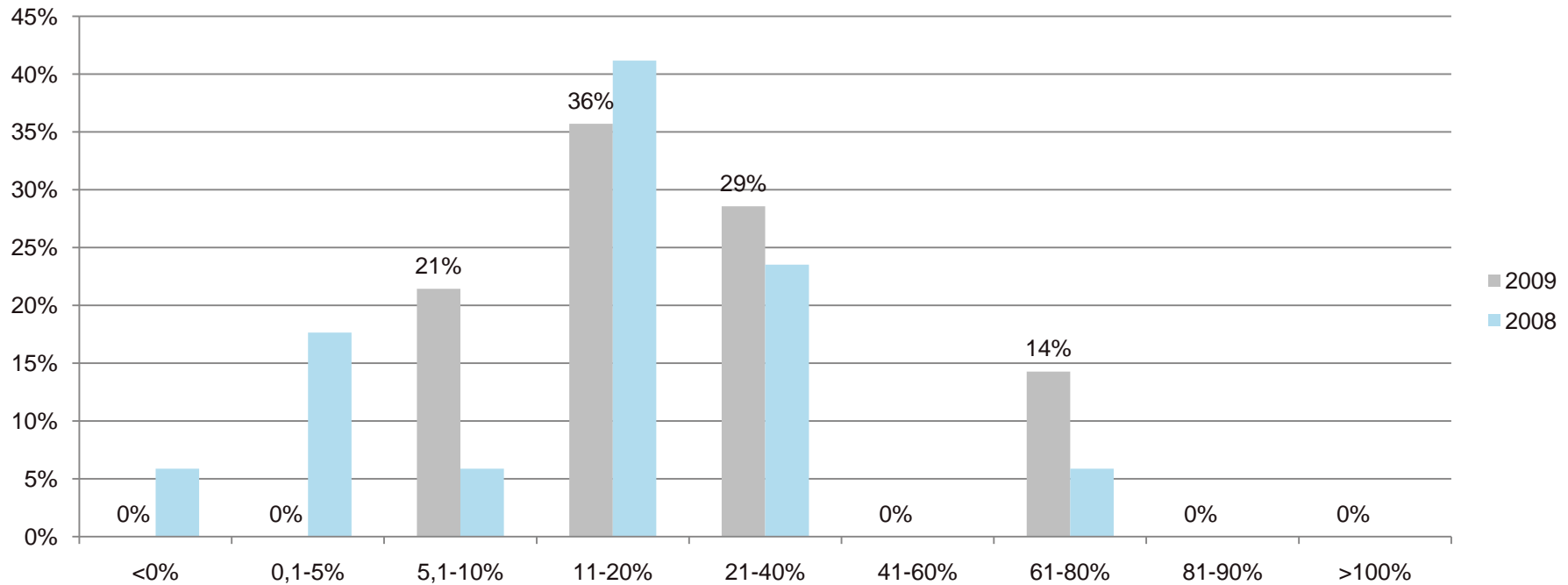
Poniżej zostały zaprezentowane dane dotyczące średnich udziałów (%) poszczególnych sektorów w całkowitej liczbie aktywnych klientów w 2008 i 2009 roku **dla tych samych 8 podmiotów, które wzięły udział w badaniach.**



Prognozy wzrostu obrotów w 2010

Poniżej zostały zaprezentowane odpowiedzi na pytanie „Jakiego wzrostu obrotów może się spodziewać Państwa firma na zamknięcie roku bieżącego 2010 w stosunku do roku 2009?”

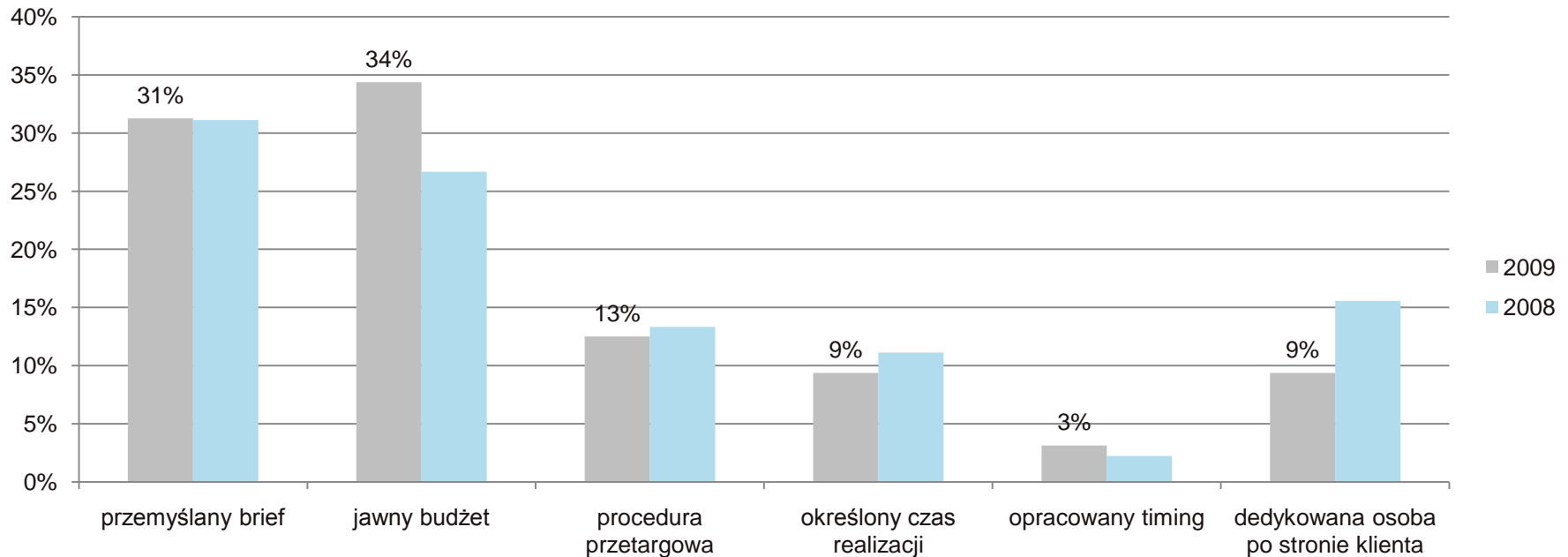
Odpowiedzi przekazało 14 uczestników badania. Dane dotyczące 2008 roku pochodzą z zeszłorocznego raportu.



Kluczowe oczekiwania względem przetargów

Poniżej zostały zaprezentowane odpowiedzi na pytanie „Co uważa Państwa firma za kluczowe podczas udziału w przetargu?”

Odpowiedzi dla 2009 roku przekazało 11 uczestników badania. Dane dotyczące 2008 roku pochodzą z zeszłorocznego raportu.



© 2010 PricewaterhouseCoopers. All rights reserved. "PricewaterhouseCoopers" refers to the network of member firms of PricewaterhouseCoopers International Limited, each of which is a separate and independent legal entity.

