



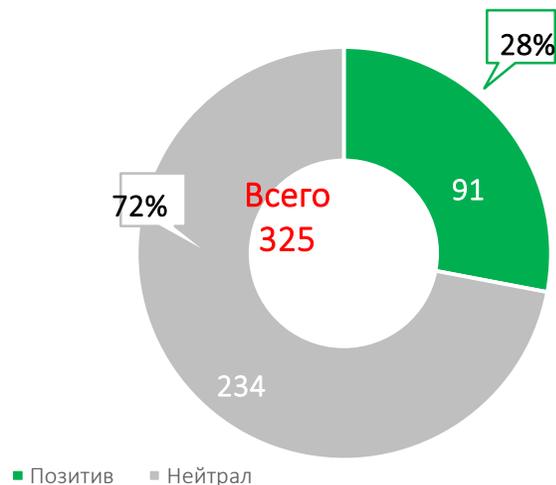
РОССИЙСКИЙ СОЮЗ
ВЫСТАВОК И ЯРМАРОК

Анализ присутствия Российского союза выставок и ярмарок в инфополе СМИ

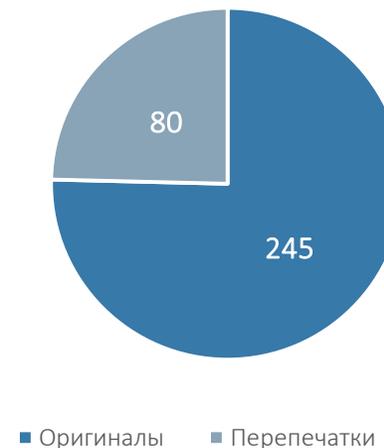
ПЕРИОД: 01.11.2022 Г.- 31.10.2023 Г.

Базовые показатели присутствия в СМИ

Количество упоминаний; тональность



Распределение публикаций по оригиналам и перепечаткам



Присутствие Российского союза выставок и ярмарок в СМИ рассматривалось по параметру упоминание «главной роли», который позволяет более релевантно определить уровень присутствия объекта в информационном поле.

Сообщений с негативной тональностью в 2023 году не выявлено.

**Анализ инфополя проводился по системе Медialogия*

75% (245) всех публикаций с упоминанием РСВЯ составляют оригинальные материалы и лишь 25% - перепечатки (80). Это говорит о том, что материалы или инфоповоды, инициированные Союзом, отражают **официальную повестку** и вызывают **небольшой интерес СМИ**.

Динамика присутствия в СМИ



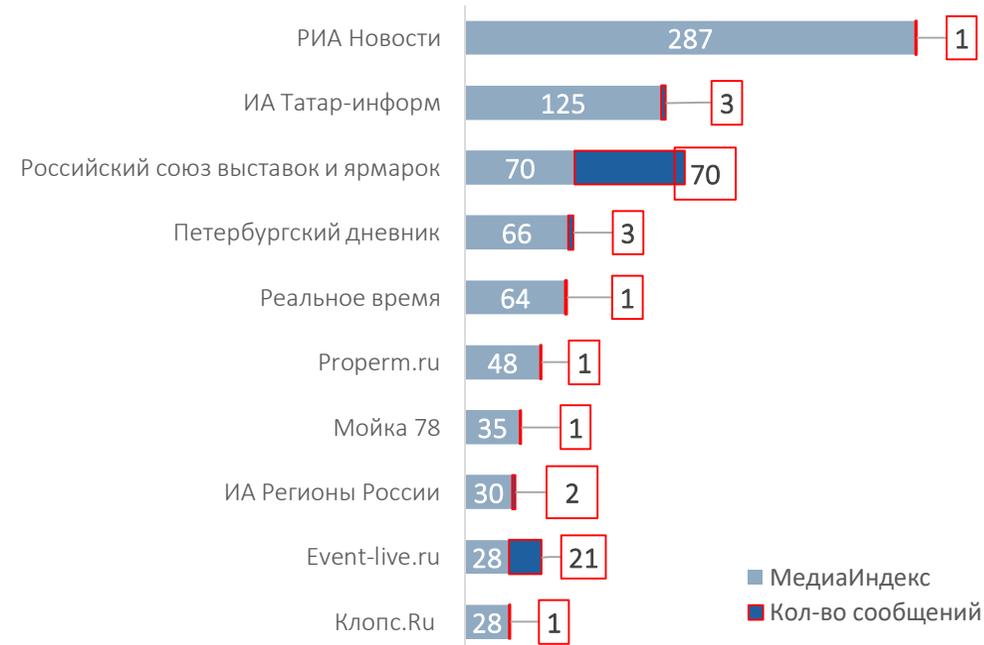
Информационные пики с упоминаниями РСВЯ распределены неравномерно, в большинстве случаев они связаны с участием в мероприятиях, либо с официальными новостями. Наиболее значимый инфоповод по совещению в СМИ приходится на участие РСВЯ в ПМЭФ-2023, на полях которого было подписано соглашение между Российским экспортным центром и РСВЯ о совместном продвижении товарного знака «Сделано в России».

Характер присутствия в СМИ

ТОП-СМИ по количеству сообщений



ТОП-СМИ по МедиаИндексу (с количеством сообщений)

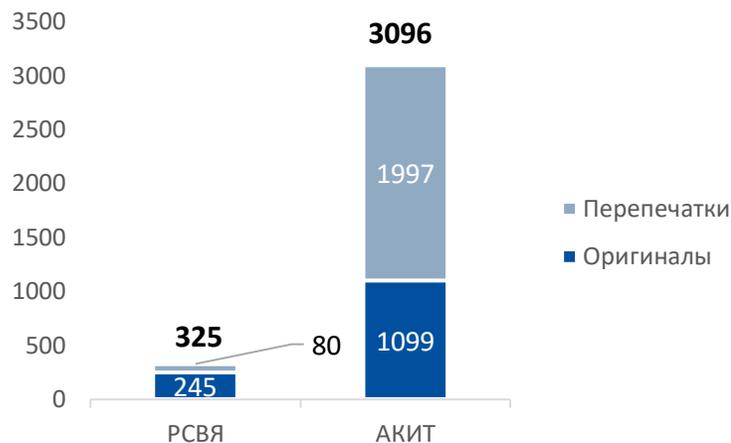


Абсолютное большинство публикаций с упоминанием РСВЯ размещено на **собственном новостном ресурсе** (сайте) Российского союза выставок и ярмарок (70 публикаций). В топ-10 по количеству сообщений также вошли **отраслевые выставочные издания** – Event-live.ru (21 упоминание), ЭкспоФорум-Интернэшнл (16), Выставочный мост (13) и ЦВК Экспоцентр (9). Кроме того, часто публикации с РСВЯ можно встретить на **новостных агрегаторах**.

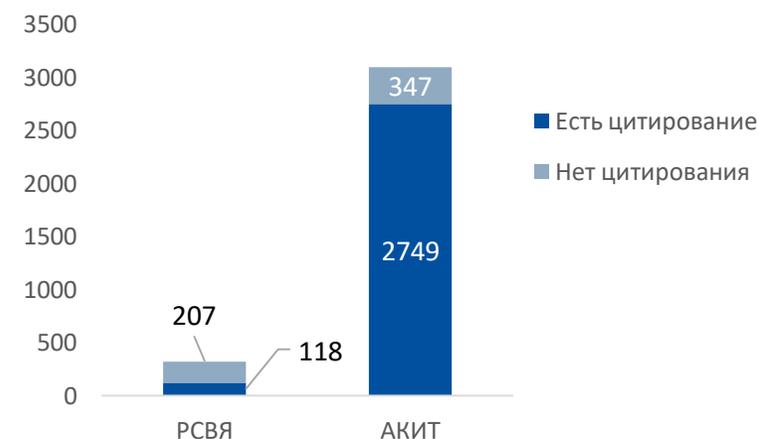
Сообщения в крупных федеральных СМИ с упоминанием РСВЯ встречаются редко. Самая значимая и единственная публикация за последний год была в [РИА Новости](#) о соглашении РЭЦ и РСВЯ по продвижению знака «Сделано в России».

Сравнительный анализ присутствия в СМИ РСВЯ и АКИТ*

Количество упоминаний, распределение публикаций по оригиналам и перепечаткам



Наличие цитирования в публикациях



Общее количество упоминаний Ассоциации компаний интернет-торговли в СМИ за отчетный период почти **в 10 раз** превышает количество упоминаний РСВЯ – 3096 сообщений против 325.

Кроме того, анализ распределения публикация **по оригиналам и перепечаткам** у АКИТ демонстрирует внушающий перевес перепечаток – 65% против 35% оригинальных сообщений. У РСВЯ обратная ситуация – перепечаток лишь 25%. Это говорит о высокой востребованности публикуемых материалов АКИТ и об интересе СМИ к ее инфоповодам. Это же подтверждает и исключительно высокий уровень цитирования в материалах АКИТ – почти 90% всех публикаций, что говорит о высокой значимости мнения ее представителей для отрасли.

У РСВЯ цитирование представителей Союза содержат больше трети (**36%**) всех публикаций. Это неплохой результат, который показывает активное участие руководства в поддержке информационных поводов организации.

**В качестве успешного ориентира информационного продвижения выбрана Ассоциация компаний интернет-торговли, так как оба объединения представляют интересы компаний, создающие инфраструктуру и условия для развития и продвижения бизнеса в разных отраслях (АКИТ – сегменте e-commerce, РСВЯ – выставки/ярмарки в офлайн-формате), и сопоставимы по количеству участников и влиянию на отрасль.*

Основной контекст информационного присутствия РСВЯ и АКИТ в СМИ

ТОП-10 инфоповодов (по количеству сообщений)



В ТОП-10 информационных поводов по количеству сообщений не вошло ни одной новости с упоминанием РСВЯ. Самым ярким информационным поводом РСВЯ стал совместный [договор](#) с РЭЦ о продвижении товарный знак «Сделано в России» (38 публикаций).

В течение последнего года АКИТ активно генерировал информационные поводы. Чаще всего в ТОП новостной повестки попадали экспертные [материалы](#) с результатами исследований. Кроме того, АКИТ регулярно становился инициатором [правил](#) и нововведений по регулированию онлайн-продаж, позиционируя себя как структуру, отстаивающую интересы бизнеса в онлайн-торговле.

Ключевые спикеры РСВЯ и АКИТ СМИ

Ключевые спикеры, количество упоминаний

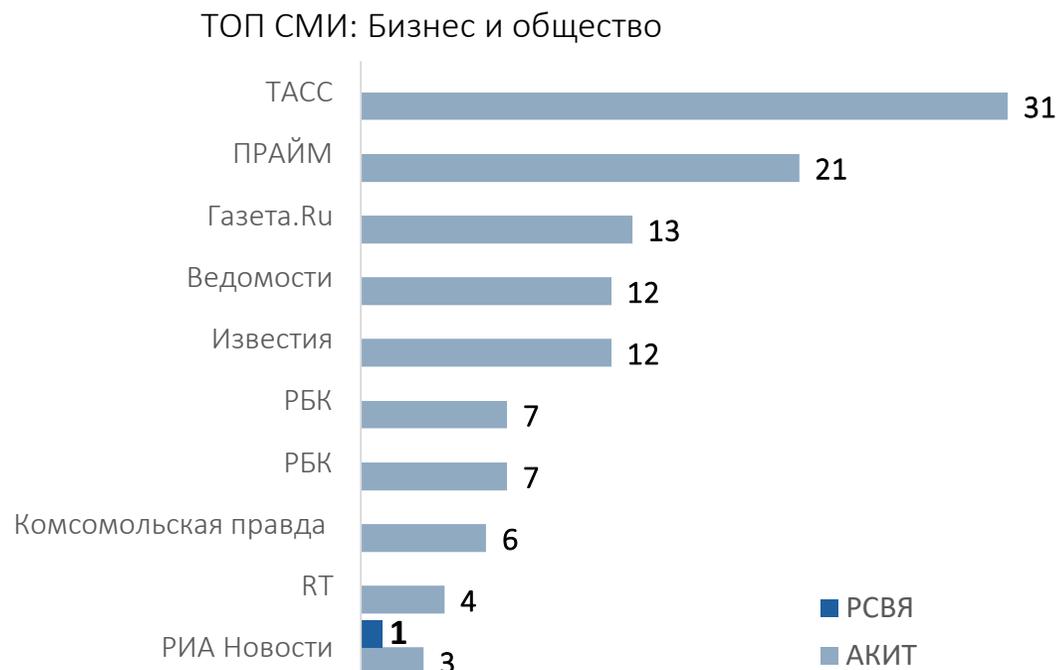


Практически единственным спикером Ассоциации выступает ее **президент Артем Соколов** (1400), который активно высказывается и комментирует разные инициативы и события. По присутствию в инфополе можно сказать, что он в значительной степени **определяет повестку дня своей отрасли**.

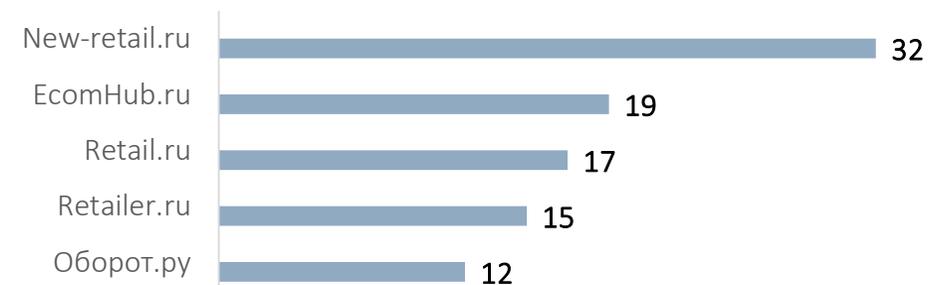
РСВЯ представляют в СМИ **президент Союза Сергей Воронков** (113 упоминаний) и первый вице-президент РСВЯ **Сергей Алексеев** (44 упоминания). При этом Сергей Воронков основной объем упоминаний собрал комментируя все ту же новость об объединении усилий с РЭЦ (единственный крупный инфоповод текущего года).

Сергей Алексеев часто упоминается как инициатор создания Всемирного дня выставок, кроме того, выступает с экспертными данными в конгрессо-выставочной индустрии.

Характер присутствия РСВЯ и АКИТ в СМИ



ТОП отраслевых СМИ: ритейл



ТОП отраслевых СМИ: выставочная деятельность



РСВЯ плохо представлена в федеральных СМИ, информационные поводы либо не имеют продвижения, либо не интересны. Единственной новостью, которая попала в топ-СМИ (РИА Новости) – соглашение о партнерстве с РЭЦ. При этом, упоминания РСВЯ в профильных узкоспециализированных СМИ о выставочной деятельности встречаются достаточно часто.

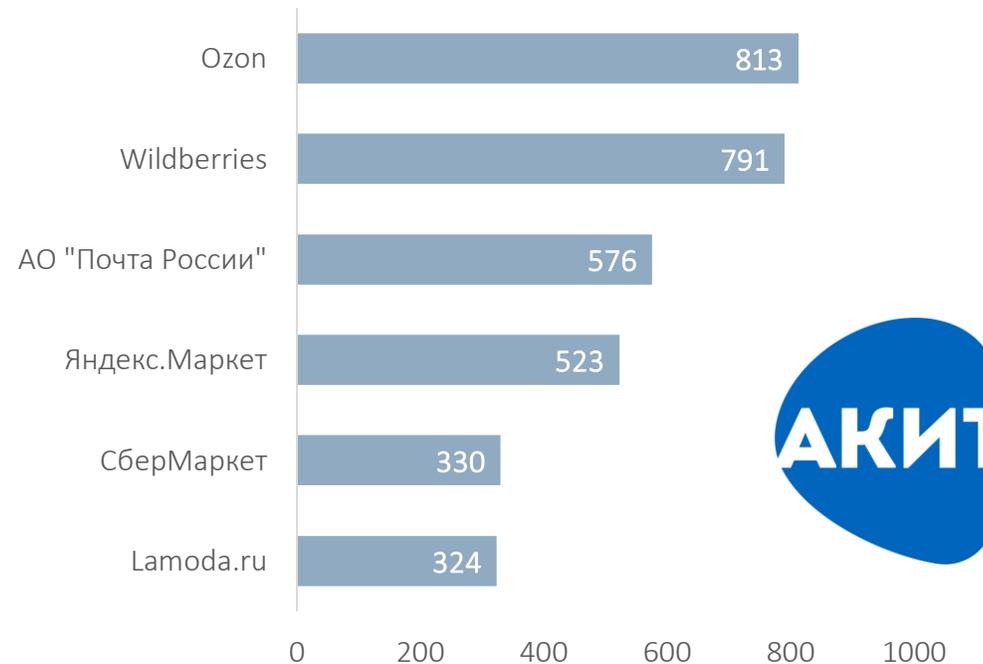
В отличие от РСВЯ (представленного в федеральной повестке одной новостью), АКИТ активно продвигается как в деловых СМИ – бизнес и общество, так и в отраслевых (ритейл) изданиях. Кроме того, информационные сообщения регулярно появляются на закрытых лентах ведущих информационных площадках – ТАСС, РИА Новости, ПРАЙМ.

Качество упоминаний РВСЯ и АКИТ в СМИ

Упоминание РВСЯ совместно с другими объектами, количество упоминаний



Упоминание АКИТ совместно с другими объектами, количество упоминаний



Большинство совместных публикаций у РСВЯ с КВЦ «Экспофорум», это связано с тем, что Сергей Воронок одновременно с президентством в РСВЯ, также является и генеральным директором «Экспофорум». Все комментарии Сергея сопутствуют упоминанием этих объектов вместе.

АКИТ часто упоминается с крупными представителями интернет-торговли, высокая медиаизвестность которых позволяет повышать узнаваемость и АКИТ.

Выводы

- РСВЯ достаточно активно генерирует собственную информационную повестку, однако она не вызывает интереса СМИ, помимо специализированных изданий. Единственная публикация на федеральном уровне последнего года (в РИА Новости о подписании соглашения с РЭЦ) обусловлена скорее интересом к партнеру в лице РЭЦ, нежели к самому Союзу.
- Большинство материалов Союза вышли на ресурсе РСВЯ и далее нигде не были перепечатаны. АКИТ демонстрирует противоположную тенденцию - материалы с его упоминанием широко расходятся в деловых изданиях и информагенствах.
- Инфоповоды РСВЯ зависели от сезонности – большее число заметных событий и публикаций приходится на июнь – период проведения крупных экономических и отраслевых мероприятий – ПМЭФ.
- Невысокий интерес СМИ к материалам РСВЯ связан в значительной степени с официозным характером инфоповодов и соответствующим изложением текста. Важно обратить внимание на содержание публикаций, сделать их более интересными для аудитории.
- В отличие от АКИТ, РСВЯ не выступает с собственными исследованиями или экспертными заключениями, например, касательно развития выставочного рынка, связей с зарубежными партнерами, выхода на зарубежные рынки для отечественных компаний, развития региональной повестки и т.д. Союз не позиционирует себя как отраслевой эксперт и не продвигает собственный бренд.
- В целом можно сказать, что РСВЯ, в отличие от АКИТ не оказывает существенного влияния на формирование информационной повестки отрасли, хотя достаточно активно присутствует в отраслевых мероприятиях.