

28 listopada 2025 r.

Branża reklamowa coraz bardziej konkurencyjna - w ciągu 15 lat liczba agencji na polskim rynku podwoiła się. Jednak tempo rozwoju zaczyna spadać

Od 2010 roku liczba agencji reklamowych w rejestrze KRS rosła w średnim tempie ok. 5 proc. rocznie, przy czym w roku 2016 nastąpiło gwałtowne przyspieszenie. Większość podmiotów, bo około 60 proc. jest w dobrej kondycji finansowej. Jednak w obliczu rosnącej konkurencji firmy muszą szukać przewag wychodzących poza standardowe działania. Marketingowy powerhouse By The People Group intensywnie inwestuje w rozwój technologii zwiększających potencjał kreatywny i operacyjny zespołów.

Na polskim rynku zarejestrowanych jest obecnie **niemal 60 tys. agencji reklamowych** pod kodem PKD 73.11. Nieco ponad 191 tys. podmiotów ma ten kod PKD wpisany jako pomocniczy. W ciągu ostatnich 15 lat liczba firm zarejestrowanych w tej branży podwoiła się, rosnąc średnio w każdym roku o ok. 5 proc. Wyraźne przyspieszenie wzrostu nastąpiło w 2016 roku, obecnie widoczne jest lekkie spowolnienie. To dane z **najnowszej analizy Krajowego Rejestru Sądowego**, przeprowadzonej przez wywiadownię gospodarczą Dun & Bradstreet na zlecenie By The People Group, marketingowego powerhouse'u zrzeszającego profesjonalistów, strategów i wizjonerów tworzących nową jakość komunikacji z wykorzystaniem autorskich narzędzi sztucznej inteligencji i zaawansowanych rozwiązań strategicznych.

Procentowy wzrost liczby firm zarejestrowanych w branży agencji reklamowych w latach 2015-2025:

Rok	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Wzrost	0,6 proc.	4,6 proc.	4,9 proc.	7 proc.	6,6 proc.	6,2 proc.	6,5 proc.	5,5 proc.	5,3 proc.	5,5 proc.	5,3 proc.

W dobrej sytuacji finansowej znajduje się **60 proc.** analizowanych podmiotów z branży agencji reklamowych, a w złej **40 proc.**, co nie odbiega od średniej dla wszystkich firm zarejestrowanych w Polsce.

Jak pokazują dane z KRS, rynek reklamowy w Polsce staje się coraz bardziej konkurencyjny, co wymusza na firmach szukanie przewag wychodzących poza standardową ofertę. Z kolei klienci coraz częściej poszukują partnerów, z którymi będą mogli nawiązać kompleksową współpracę na lata. Tymczasem wiele agencji nie potrafi działać

BY THE PEOPLE GROUP.

marketing powerhouse

długodystansowo. Kluczowym czynnikiem staje się również rozumienie i efektywne wykorzystanie nowoczesnych technologii, m.in. sztucznej inteligencji. W By The People Group na sam rozwój technologii w 2025 roku przeznaczaliśmy więcej, niż wynosi roczny przychód 80 proc. agencji marketingowych w Polsce - mówi Anna Ślosorz, CCO Enyo i coFounder By The People Group. - Trzeba jednak pamiętać, że sztuczna inteligencja nie zastąpi kreatywności i strategicznego myślenia, które nadają kampaniom autentyczny i unikalny charakter. Obserwowane spowolnienie tempa rozwoju branży może świadczyć o tym, że rynek wchodzi w etap weryfikacji i konsolidacji. Przyszłość będzie należeć do tych, którzy potrafią połączyć innowacje technologiczne z ekspercką wiedzą i talentami prawdziwych ludzi.

Inwestycja w rozwój technologii

Marketingowy powerhouse By The People Group optymalizuje wspólne działania, a jednocześnie pielęgnuje specjalizację i autonomię każdego ze zrzeszonych w grupie podmiotów. Inwestuje w rozwój narzędzi opartych na sztucznej inteligencji, automatyzację procesów i dostęp do zaawansowanych rozwiązań strategicznych, które na co dzień są poza zasięgiem mniejszych podmiotów. Tylko w tym roku **co trzecia złotówka z zysku została przeznaczona na rozwój technologii zwiększających potencjał kreatywny i operacyjny zespołów**. Grupa obsługuje blisko 30 klientów i realizuje **ponad 500 projektów rocznie** w Polsce oraz na rynkach międzynarodowych.

Dane cytowane w tekście pochodzą z badania Dun & Bradstreet przeprowadzonego w listopadzie 2025 r., obejmującego lata 2010-2025. Analizie poddano dane z rejestru KRS. Ocena kondycji finansowej branży odbywała się na podstawie danych finansowych z lat 2022-2024. W przypadku spółek prawa handlowego za podstawę do oceny brano bilans i rachunek wyników. W przypadku podmiotów nieprowadzących pełnej księgowości oparto się na danych o przychodach, kosztach i wyniku finansowym podmiotu zadeklarowanych przez właścicieli firm.

BY THE PEOPLE GROUP to marketingowy powerhouse stworzony przez osiem agencji, na których czele stoją wysoko wyspecjalizowani eksperci i eksperci. Zatrudnia ponad 150 osób i współpracuje z ponad 30 klientami, obsługując ponad 500 projektów z branż kosmetycznej, modowej, gamingowej, technologicznej, FMCG, sztuki oraz motoryzacji w Polsce i na całym świecie. Jest obecna na rynkach polskim, hiszpańskim, włoskim, czeskim i austriackim.

<https://bpgmp.com/>