Better OKKAM GROUP

Медиаинвестиции в устойчивое развитие

Обновленные данные за 2025 год и январь-апрель 2026 года

OKKAM

Медиаивестиции в устойчивое развитие — барометр актуальности повестки, несмотря на ее трансформацию

Better OKKAM GROUP

Основная часть расходов в категории «Устойчивое развитие» приходится на ТВ (>50%) и наружную рекламу (>40%) в 2025-2026 годах

45

млрд рублей

в 2025 году потратили государство, бизнес и НКО на поддержку повестки устойчивого развития в медиа

vs 4 млрд рублей в 2018 году

8%

доля расходов

на медийную поддержку социальных и экологических инициатив внутри общих медийных бюджетов стейкхолдеров в 2025-2026 годах

vs 1,3% в 2018 году

19

млрд рублей

в 2025 году потратил бизнес на поддержку повестки устойчивого развития в медиа

vs 0,8% в 2018 году

OKKAM

Источники: Mediascope, оценка Okkam, рекламные бюджеты с учетом средних скидок, все медиа, рубли без НДС, без учета performance-рекламы

Категория «Устойчивое развитие» в медиа ▲: в 2025 году — на 37% относительно 2024-го, в январе–апреле 2026-го — на 38%

Better OKKAM GROUP

2025 vs 2024

Вся категория **+37%**

Бизнес **+10%**

янв.–апр. '26 vs янв.–апр. '25

Вся категория **+38%**

Бизнес **+79%**

Динамика рекламных расходов в категории «Устойчивое развитие»



%, по сравнению с аналогичным периодом прошлого года

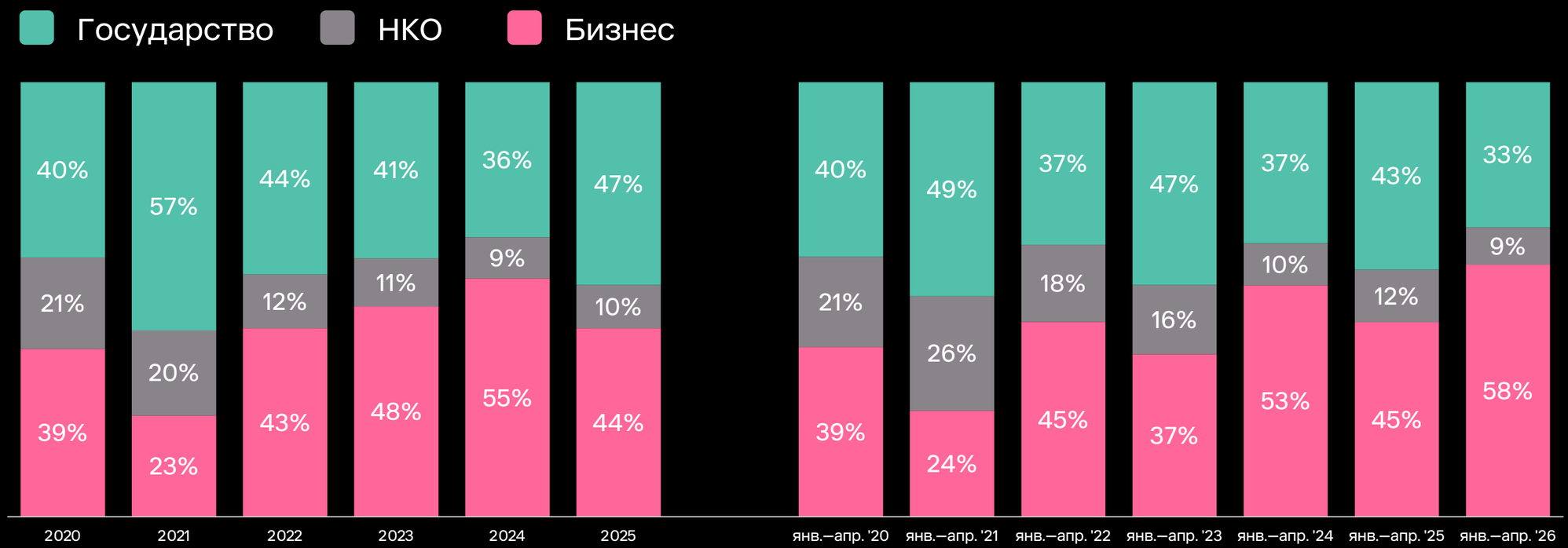
OKKAM

Источники: Mediascope, оценка Okkam, рекламные бюджеты с учетом средних скидок, все медиа, рубли без НДС, без учета performance-рекламы

В 2026 году основная доля расходов в категории «Устойчивое развитие» приходится на бизнес. Весь 2025-й лидировало государство

Better OKKAM GROUP

Доля рекламных расходов по сегментам в категории «Устойчивое развитие»



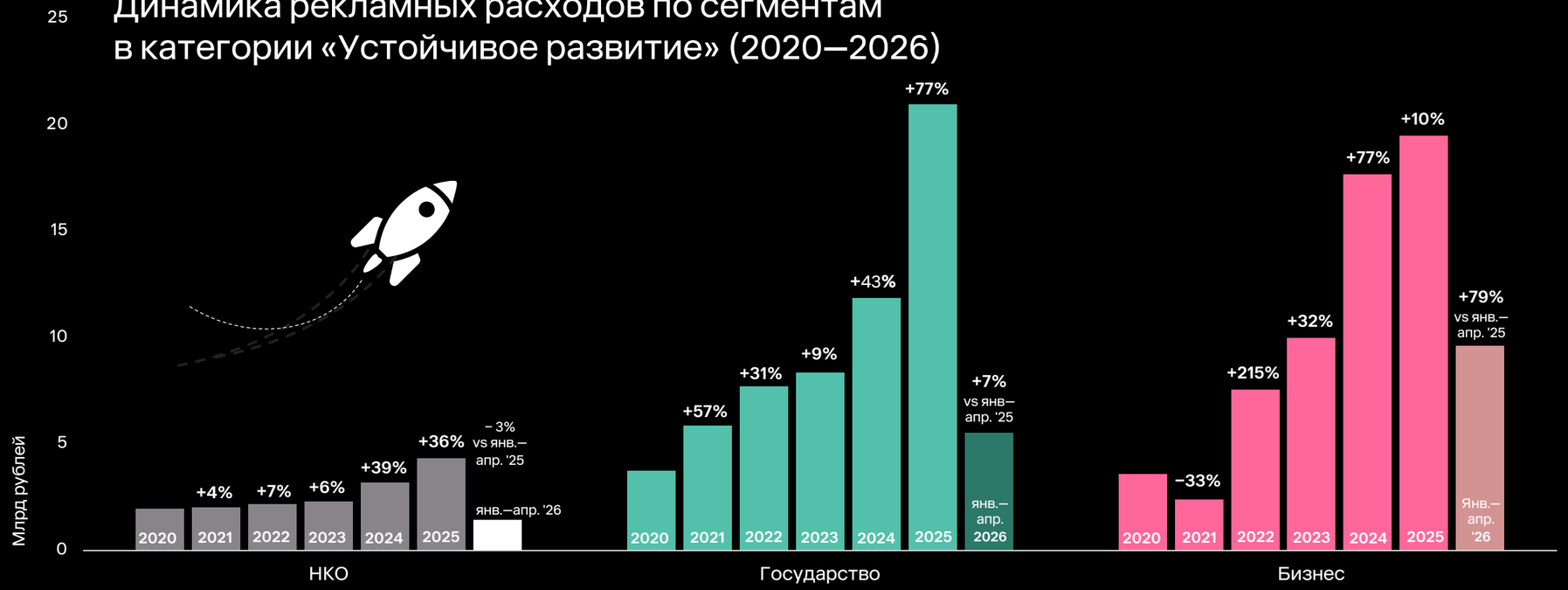
OKKAM

Источники: Mediascope, оценка Okkam, рекламные бюджеты с учетом средних скидок, все медиа, рубли без НДС, без учета performance-рекламы

В 2026 году основным драйвером роста категории «Устойчивое развитие» стал бизнес: ▲ рекламных расходов на 79%

Better OKKAM GROUP

Динамика рекламных расходов по сегментам в категории «Устойчивое развитие» (2020—2026)



2026 vs 2025 (янв.—апр.)

Всего +38%

НКО – 3%

Государство +7%

Бизнес +79%

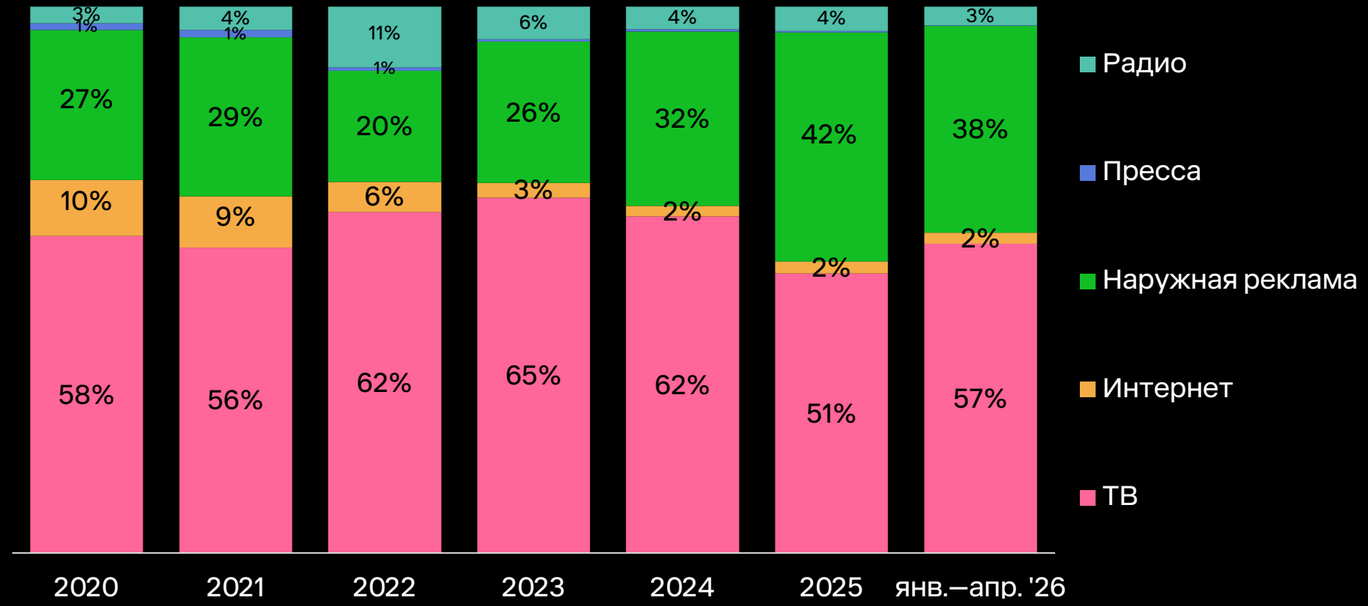
% - по сравнению с аналогичным периодом прошлого года

OKKAM

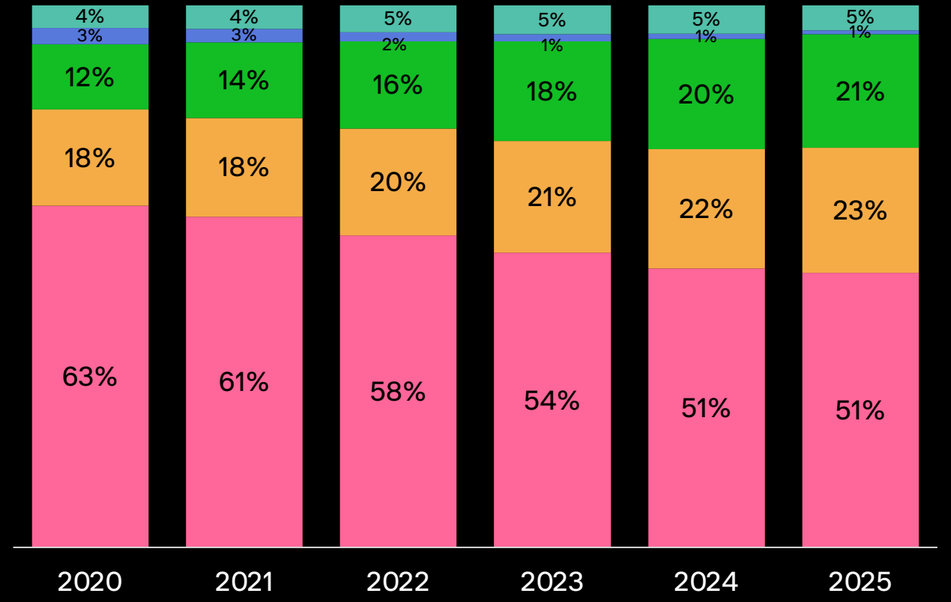
Источник: Mediascope, оценка Okkam, рекламные бюджеты с учётом средних скидок, все медиа, рубли без НДС, без учета performance-рекламы

Основная часть расходов в категории «Устойчивое развитие» приходится на ТВ и наружную рекламу

Доля рекламных расходов по медиа в категории «Устойчивое развитие»



Доля рекламных расходов по медиа, **весь рынок** без учета performance-рекламы

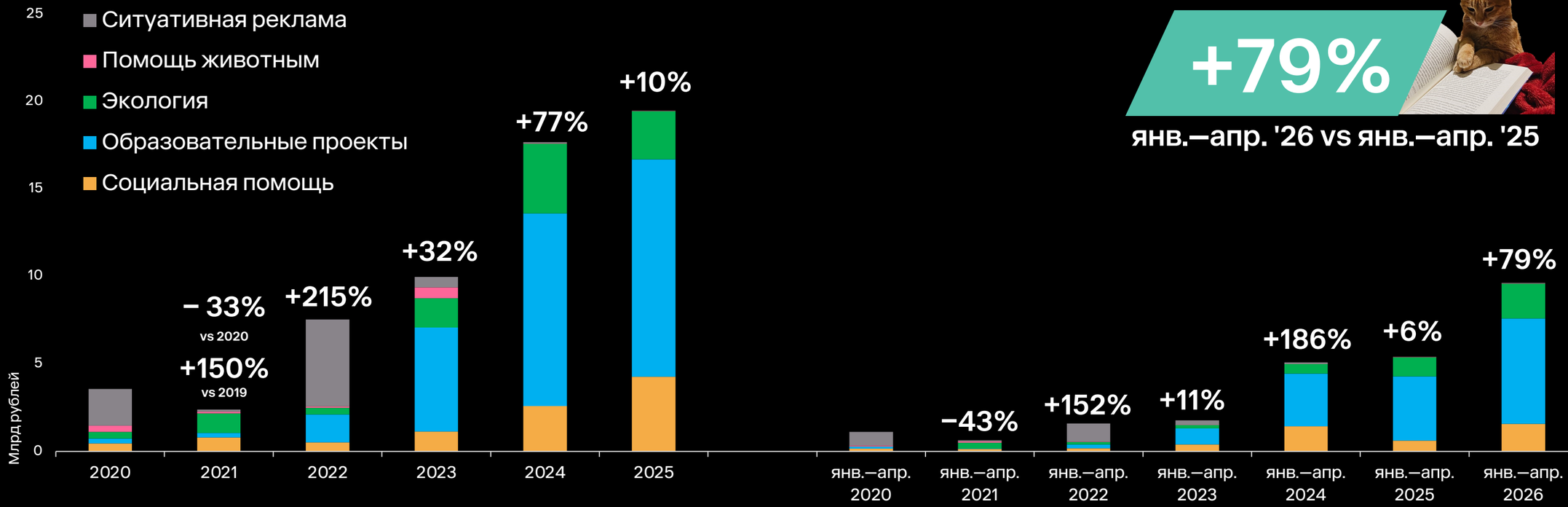


* В 2023 году изменилась методология мониторинга интернета (мониторингу подлежит только instream video), что привело к снижению доли данного медиа в 2023 году

Источники: Mediascope, оценка Okkam, рекламные бюджеты с учетом средних скидок, все медиа, рубли без НДС, без учета performance-рекламы

За январь апрель 2026 года рекламные расходы бизнеса ▲ на 79%. Основной вклад в рост категории внесли образовательные и экологические проекты

Better OKKAM GROUP



OKKAM

Источники: Mediascope, оценка Okkam, рекламные бюджеты с учетом средних скидок, все медиа, рубли без НДС, без учета performance-рекламы

Бизнес растет круче всех

Better OKKAM GROUP

Бизнес

×24 ▲

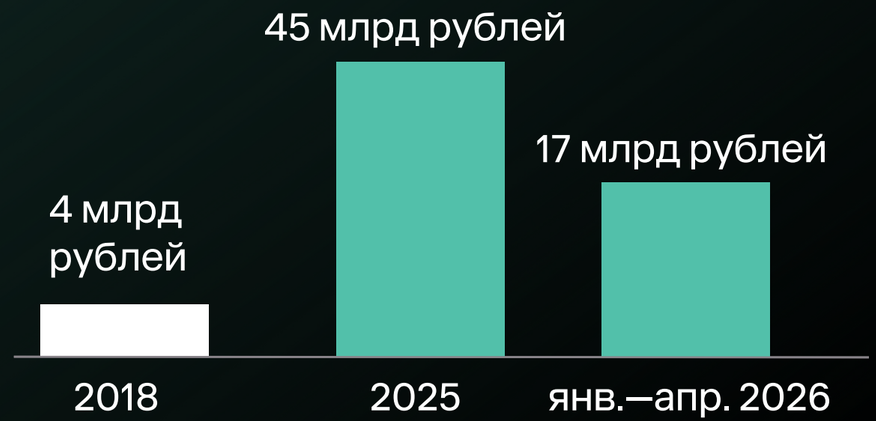
с 2018 года



Вся категория

×11 ▲

с 2018 года





OKKAM

Источники: Mediascope, оценка Okkam, рекламные бюджеты с учетом средних скидок, все медиа, рубли без НДС, без учета performance-рекламы

Среди трендов выделяются технологии для инклюзии и защиты от мошенников, ресейл и продовольственная помощь

Better OKKAM GROUP



МТС (2025)



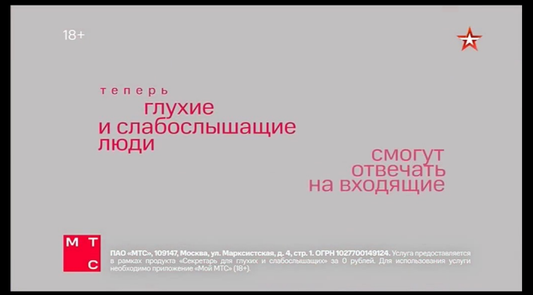
ПСБ (2025)



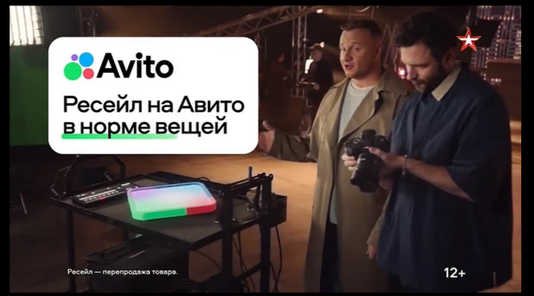
Простоквашино ✖ Пятёрочка (2025)



Т-Банк (2026)



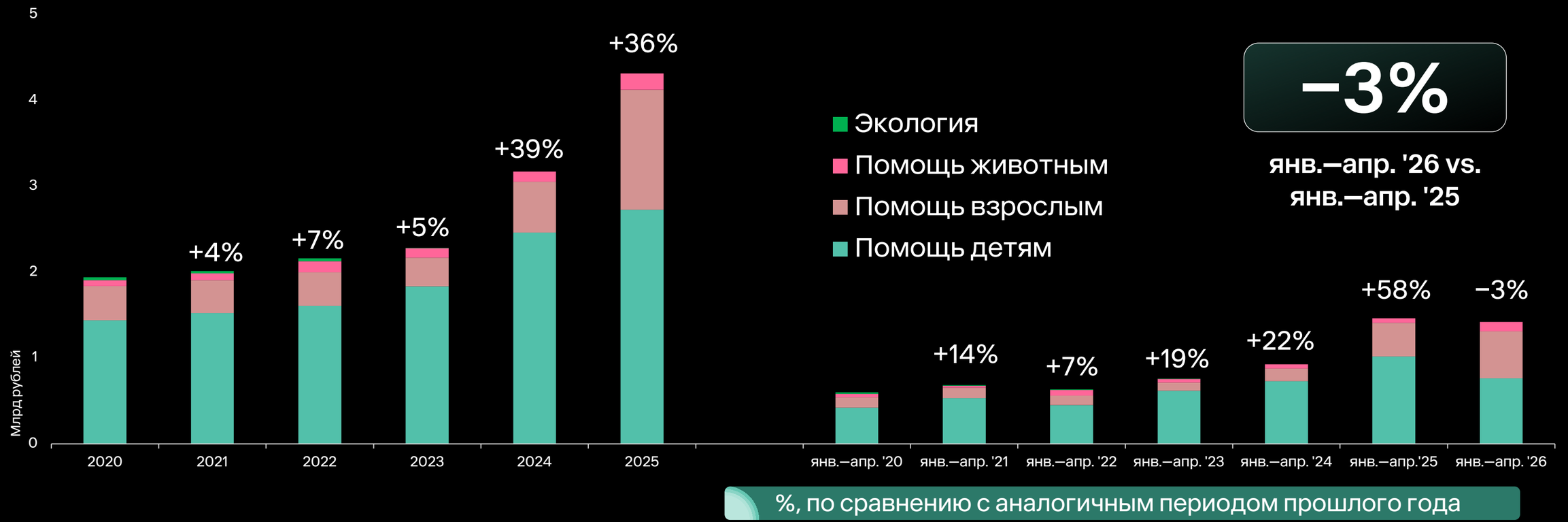
МТС (2026)



Авито (2026)

OKKAM

В 2026 году НКО показали незначительное снижение рекламной активности



Источники: Mediascope, оценка Okkam, рекламные бюджеты с учетом средних скидок, все медиа, рубли без НДС, без учета performance-рекламы

Крупнейшие НКО, размещавшие рекламу, — Алеша и Дом с маяком. В 2026 году к ним присоединились фонд «Милосердие» и WorldVita

Better OKKAM GROUP

В исследовании дана экспертная рыночная оценка стоимости рекламы на основе мониторинга Mediascope.
Однако необходимо иметь в виду, что НКО часто получают медиапродвижение своих инициатив на безвозмездной и/или льготной основе.



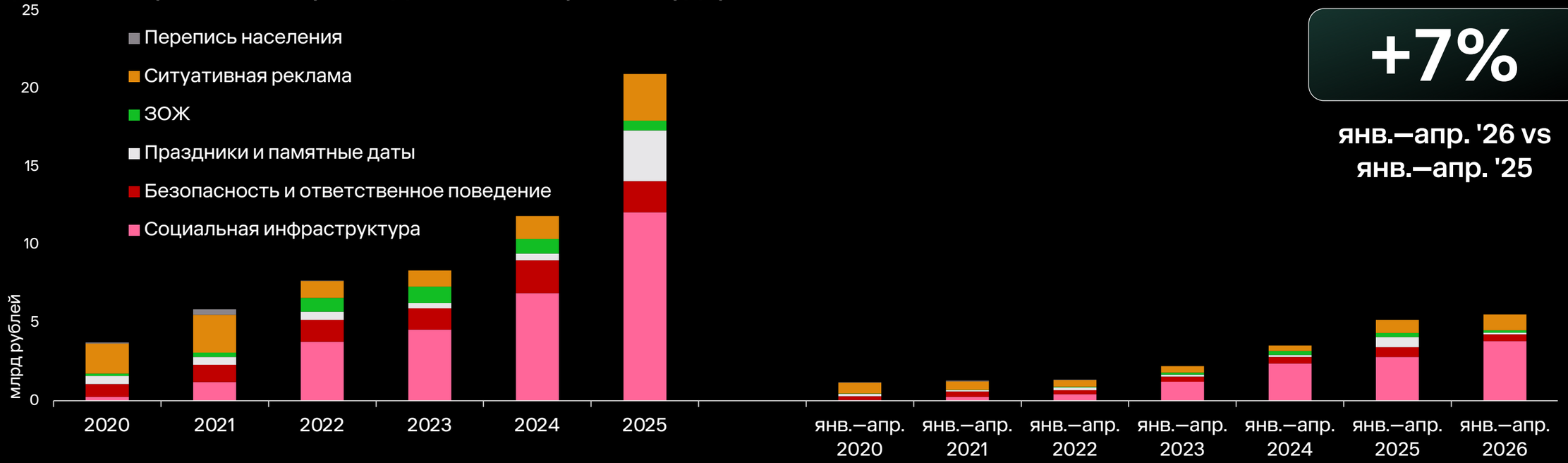
OKKAM

Источники: Mediascope, оценка Okkam, рекламные бюджеты с учетом средних скидок, все медиа, рубли без НДС, без учета performance-рекламы
Данные по рекламным расходам, предоставляемые компанией Mediascope, приводятся по прайс-листам телеканалов, изданий, радиостанций и могут отличаться от реальных инвестиций рекламодателей.
Специфика мониторинга не позволяет оценить источник и характер финансирования рекламного размещения. Даже если кампания размещалась безвозмездно, ей присваивается оценка рекламного бюджета.

Расходы в категории «Государство» выросли на 7% за январь—апрель 2026 года

Better OKKAM GROUP

Динамика рекламных расходов в категории Государство



+7%

янв.—апр. '26 vs янв.—апр. '25

%, по сравнению с аналогичным периодом прошлого года

OKKAM

Источники: Mediascope, оценка Okkam, рекламные бюджеты с учетом средних скидок, все медиа, рубли без НДС, без учета performance-рекламы

Крупнейший рекламодатель в категории «Государство» — Правительство РФ с рекламой различных национальных проектов

Better OKKAM GROUP

Топ-рекламодатели в категории «Государство»



OKKAM

Источники: Mediascope, оценка Okkam, рекламные бюджеты с учетом средних скидок, все медиа, рубли без НДС, без учета performance-рекламы
Данные по рекламным расходам, предоставляемые компанией Mediascope, приводятся по прайс-листам телеканалов, изданий, радиостанций и могут отличаться от реальных инвестиций рекламодателей.
Специфика мониторинга не позволяет оценить источник и характер финансирования рекламного размещения. Даже если кампания размещалась безвозмездно, ей присваивается оценка рекламного бюджета.