



РОСКОМНАДЗОР

ЕРИР АКАР

РОССИЙСКИЙ РЫНОК ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ В 2025 ГОДУ

НА ОСНОВЕ ДАННЫХ ЕРИР
(ЕДИНОГО РЕЕСТРА ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ)

ОГЛАВЛЕНИЕ

01	ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РЫНКА ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ В 2025 ГОДУ	3
02	ПОКВАРТАЛЬНОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОТДЕЛЬНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ В 2025 ГОДУ.....	4
03	КОМПАНИИ ПО РАЗМЕРУ БИЗНЕСА	6
04	ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА В РЕГИОНАХ	9
05	РАСПРЕДЕЛЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ БЮДЖЕТОВ И КОЛИЧЕСТВА РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ МСП ПО РЕГИОНАМ	12
06	ОБЪЕМЫ РЕКЛАМНЫХ БЮДЖЕТОВ КРУПНЕЙШИХ КОМПАНИЙ-РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ ПО ИНДУСТРИЯМ	14
07	РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БЮДЖЕТОВ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ ПО ГРУППАМ ОКВЭД.....	15
08	РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БЮДЖЕТОВ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ ПО КЛАССИФИКАТОРУ КАТЕГОРИЙ ТОВАРОВ И УСЛУГ (ККТУ)	25

01

ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РЫНКА ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ В 2025 ГОДУ

691 027 775 тыс. руб.
объем рекламных бюджетов
рекламодателей

1 421 934 671
рекламный креатив

1 246 828
рекламодателей

5 426
рекламных агентств

95 206
операторов рекламных систем
и рекламораспространителей

554,2 тыс. руб.
средний размер бюджета
рекламодателя за год

В отчете все стоимостные показатели приведены с НДС.

ПОКВАРТАЛЬНОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОТДЕЛЬНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ В 2025 ГОДУ

В отчете за 2025 год представлены данные ЕРИР о поквартальном распределении рекламных бюджетов.

Поквартальные показатели	I кв. 2025 года	II кв. 2025 года	III кв. 2025 года	IV кв. 2025 года	Итого за 2025 год
Объем рекламных бюджетов, тыс. руб.	194 962 294	149 361 066	154 699 989	192 004 426	691 027 775
Количество рекламодателей	669 994	660 069	631 366	632 830	1 246 828
Средний размер бюджета рекламодателя, тыс. руб.	291,0	226,3	245,0	303,4	554,2
Количество рекламных агентств	3 430	3 496	3 435	3 186	5 426
Количество операторов рекламных систем и рекламо-распространителей	50 221	53 059	52 451	51 163	95 206
Количество рекламных креативов за период (креативы с показами)	742 635 396	336 564 959	315 915 426	374 706 150	1 421 934 671

Поквартальное распределение рекламных бюджетов от ЕРИР и от рекламной индустрии (АКАР и АРИР) в целом совпадает с поправкой на изменения в нормативных требованиях к маркировке, появившихся в 2025 году. Отклонения по отдельным кварталам не превышают 1-2 п. п., это еще раз подчеркивает корректность работы ЕРИР и в целом системы учета интернет-рекламы в России.

ОБЪЕМ РЕКЛАМНЫХ БЮДЖЕТОВ, МЛРД РУБ.



КОЛИЧЕСТВО РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ, ТЫС.



КОЛИЧЕСТВО РЕКЛАМНЫХ АГЕНТСТВ



КОЛИЧЕСТВО ОРС И РЕКЛАМОРАСПРОСТРАНТЕЛЕЙ



СРЕДНИЙ РАЗМЕР БЮДЖЕТА РЕКЛАМОДАТЕЛЯ, ТЫС. РУБ.



КОЛИЧЕСТВО РЕКЛАМНЫХ КРЕАТИВОВ, МЛРД ЕД.



КОМПАНИИ ПО РАЗМЕРУ БИЗНЕСА

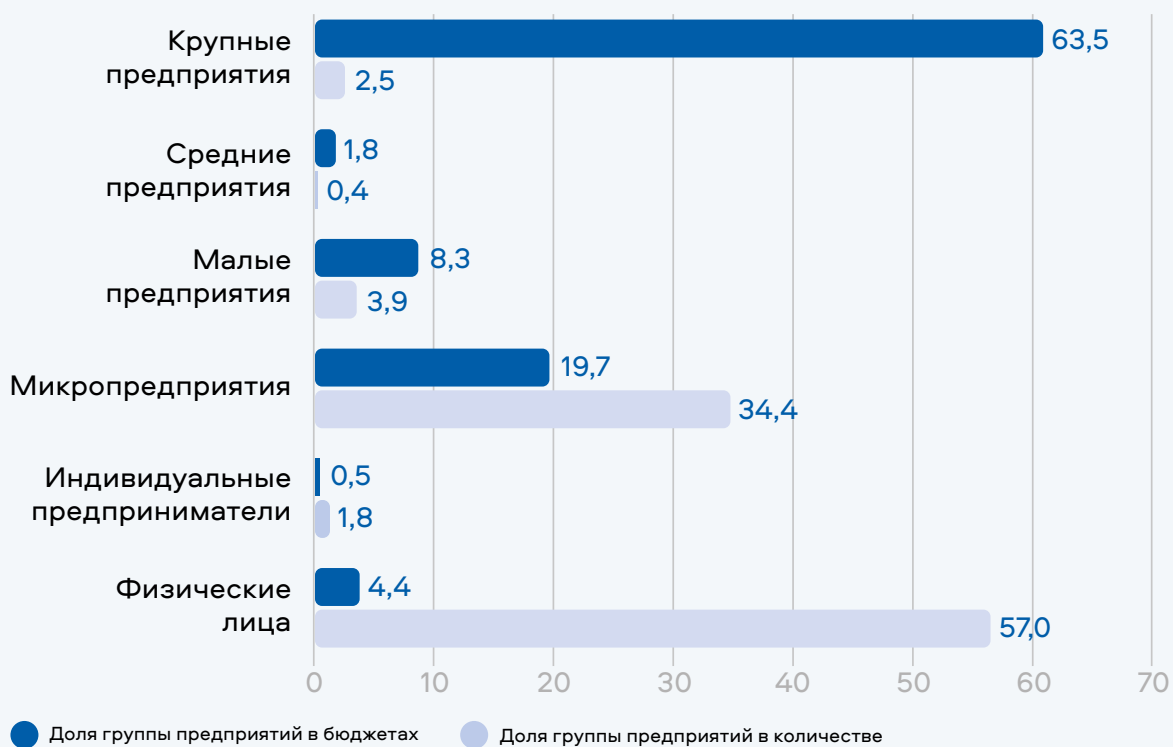
ПО ТИПАМ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО РАЗМЕРУ

На российском рынке интернет-рекламы представлены различные по размеру бизнеса компании. На рекламодателей, относящихся к категории крупных компаний, в 2025 году суммарно пришлось **63,5%** от всех рекламных бюджетов в интернете, зарегистрированных в ЕРИР, и лишь **2,5%** от общего количества рекламодателей.

Суммарная доля компаний МСП (предприятия, зарегистрированные в реестре МСП) составила соответственно **28,5** и **40,1%**, доля индивидуальных предпринимателей и физических лиц – **4,9** и **58,7%**.

По рекламодателям	Объем рекламных бюджетов, тыс. руб.	Количество рекламодателей	Средний размер бюджета рекламодателя, тыс. руб.
Крупные предприятия	451 437 606	30 977	14 573,3
Средние предприятия	12 292 756	5 478	2 244,0
Малые предприятия	57 107 638	48 948	1 166,7
Микропредприятия	136 293 543	429 122	317,6
Индивидуальные предприятия	3 217 711	21 948	146,6
Физические лица	30 678 522	710 355	43,2
ИТОГО	691 027 776	1 246 828	554,2

ДОЛИ В СУММАРНЫХ РЕКЛАМНЫХ БЮДЖЕТАХ И В КОЛИЧЕСТВЕ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ ОТДЕЛЬНЫХ ТИПОВ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ ПО РАЗМЕРАМ, %



ПО ГРУППАМ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО ВЕЛИЧИНЕ РЕКЛАМНОГО БЮДЖЕТА

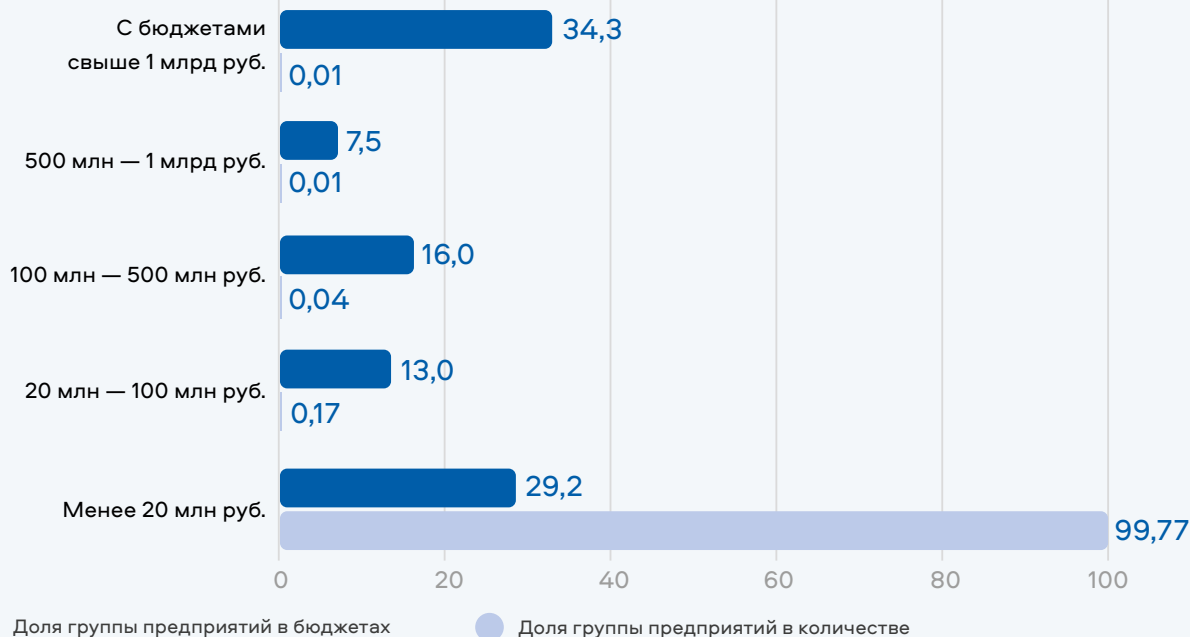
Более трети всех рекламных бюджетов в интернете приходится на **84** крупнейших рекламодателей (суммарно почти **237 млрд руб.**), каждый из которых потратил на размещение рекламы в интернете свыше **1 млрд руб.** Их средний бюджет в интернет-рекламе превысил **2 821 млн руб.**, но их количество составило всего **0,01%** от общего числа рекламодателей в интернете.

Вместе с тем доля рекламодателей с годовыми бюджетами менее **20 млн руб.** на каждого равняется **99,77%** от общего числа всех рекламодателей в интернете. На них пришлось лишь **29,2%** рекламных бюджетов в интернете при среднем годовом размере бюджета на каждого рекламодателя в интернет-рекламе в **162,2 тыс. руб.**

ДОЛИ В СУММАРНЫХ РЕКЛАМНЫХ БЮДЖЕТАХ И В КОЛИЧЕСТВЕ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ ОТДЕЛЬНЫХ ТИПОВ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ ПО РАЗМЕРАМ, %

По рекламодателям	Объем рекламных бюджетов, тыс. руб.	Количество рекламодателей	Средний размер бюджета рекламодателя, тыс. руб.
Свыше 1 млрд руб.	236 995 852	84	2 821 379
500 млн – 1 млрд руб.	51 949 968	77	674 675
100–500 млн руб.	110 547 551	532	207 796
20–100 млн руб.	89 802 114	2 165	41 479
Менее 20 млн руб.	201 732 291	1 243 970	162
Итого	691 027 776	1246 828	554

ДОЛИ ГРУПП РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ ПО ВЕЛИЧИНЕ РЕКЛАМНЫХ БЮДЖЕТОВ, %



ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА В РЕГИОНАХ

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ БЮДЖЕТОВ И КОЛИЧЕСТВА РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ ПО РЕГИОНАМ

Данные ЕРИР позволяют анализировать показатели рекламной активности участников рынка интернет-рекламы по всем субъектам РФ (распределение осуществляется на основе данных по месту регистрации компаний). Наибольшая доля рекламных бюджетов приходится на Москву (**55,5%** всех рекламных бюджетов, внесенных в ЕРИР), Санкт-Петербург (**8,6%**) и Московскую область (**7,1%**). В эти суммы включены бюджеты, расходуемые на размещение интернет-рекламы как на федеральном, так и на региональных рынках.

Поскольку большое число наиболее крупных компаний федерального уровня зарегистрировано именно в этих трех субъектах РФ, то и доли данных регионов по доле бюджетов выглядят такими значительными. Но и многие другие регионы представлены на рынке интернет-рекламы весьма сильно: в 2025 году в трех российских регионах суммарные бюджеты рынка интернет-рекламы составили от **10 млрд до 20 млрд руб.**, еще в пяти регионах они варьировались от **5 млрд до 10 млрд руб.**, всего же объемы рекламных бюджетов в интернете в 2025 году превысили сумму в **2,0 млрд руб.** в 34 регионах страны, еще в 16 регионах были зафиксированы бюджеты объемом от **1 млрд до 2 млрд руб.**

№	Регион	Суммарные бюджеты рекламодателей, тыс. руб.	Количество рекламодателей	Средний размер бюджета рекламодателя, тыс. руб.
1	г. Москва	383 822 310	150 378	2 552,4
2	г. Санкт-Петербург	59 568 423	73 136	814,5
3	Московская область	48 852 520	76 954	634,8
4	Краснодарский край	19 224 166	44 970	427,5
5	Новосибирская область	16 364 756	28 192	580,5
6	Свердловская область	11 942 721	42 391	281,7
7	Республика Татарстан	9 382 074	29 362	319,5
8	Нижегородская область	8 159 785	29 000	281,4
9	Самарская область	7 733 872	28 183	274,4
10	Ростовская область	6 865 672	31 643	217,0
11	Челябинская область	5 585 365	36 964	151,1
12	Ленинградская область	4 629 129	17 672	261,9
13	Приморский край	4 319 228	15 879	272,0
14	Пермский край	4 052 277	24 342	166,5
15	Тюменская область	4 050 944	16 783	241,4
16	Республика Башкортостан	3 640 844	29 628	122,9
17	Владимирская область	3 631 651	11 084	327,6
18	Удмуртская Республика	3 524 825	16 819	209,6
19	Красноярский край	3 368 185	25 445	132,4
20	Калининградская область	3 293 467	10 420	316,1
21	Алтайский край	3 211 448	16 126	199,1
22	Тульская область	2 594 046	10 989	236,1
23	Ярославская область	2 586 564	10 993	235,3
24	Иркутская область	2 580 426	18 690	138,1
25	Воронежская область	2 538 269	17 191	147,7
26	Ульяновская область	2 406 014	7 970	301,9
27	Кемеровская область	2 386 107	18 145	131,5
28	Костромская область	2 259 870	5 533	408,4
29	Пензенская область	2 212 667	9 690	228,3
30	Калужская область	2 196 062	8 858	247,9
ИТОГО по 30 регионам		636 983 687	863 430	737,7
ИТОГО по всем регионам		691 027 775	1 246 828	554,2

ДОЛИ ОТДЕЛЬНЫХ РЕГИОНОВ В РЕКЛАМНЫХ БЮДЖЕТАХ И В КОЛИЧЕСТВЕ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ ПО ВСЕЙ СТРАНЕ В 2025 ГОДУ

№	Регион	Доля региона в бюджетах, %	Доля региона в количестве рекламодателей, %
1	г. Москва	55,5	12,1
2	г. Санкт-Петербург	8,6	5,9
3	Московская область	7,1	6,2
4	Краснодарский край	2,8	3,6
5	Новосибирская область	2,4	2,3
6	Свердловская область	1,7	3,4
7	Республика Татарстан	1,4	2,4
8	Нижегородская область	1,2	2,3
9	Самарская область	1,1	2,3
10	Ростовская область	1,0	2,5
11	Челябинская область	0,8	3,0
12	Ленинградская область	0,7	1,4
13	Приморский край	0,6	1,3
14	Пермский край	0,6	2,0
15	Тюменская область	0,6	1,3
16	Республика Башкортостан	0,5	2,4
17	Владимирская область	0,5	0,9
18	Удмуртская Республика	0,5	1,3
19	Красноярский край	0,5	2,0
20	Калининградская область	0,5	0,8
21	Алтайский край	0,5	1,3
22	Тульская область	0,4	0,9
23	Ярославская область	0,4	0,9
24	Иркутская область	0,4	1,5
25	Воронежская область	0,4	1,4
26	Ульяновская область	0,3	0,6
27	Кемеровская область	0,3	1,5
28	Костромская область	0,3	0,4
29	Пензенская область	0,3	0,8
30	Калужская область	0,3	0,7
ИТОГО по 30 регионам		92,2	69,3
ИТОГО по всем регионам		100,0	100,0

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ БЮДЖЕТОВ И КОЛИЧЕСТВА РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ МСП ПО РЕГИОНАМ

МСП – малое и среднее предпринимательство (средние предприятия, малые предприятия, микропредприятия) по-разному представлены на рекламном рынке в интернете в разных регионах.

В 2025 году **483 тыс.** компаний МСП суммарно потратили на размещение рекламы в интернете свыше 205 млрд руб. В среднем за год на российском рынке интернет-рекламы на МСП пришлось **29,8%** в объеме рекламных бюджетов и **38,8%** в общем количестве рекламодателей.

По отдельным регионам данные показатели варьируются в весьма широких интервалах, а в ряде случаев доля малого и среднего предпринимательства превышает **80-95%**.

205 693 937 тыс. руб.

бюджеты
рекламодателей МСП

483 548

количество
рекламодателей МСП

425,4 тыс. руб.

средний бюджет
рекламодателей МСП

29,8%

доля МСП в общих
бюджетах РД

38,8%

доля МСП
в общем количестве РД

МСП В ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЕ В ОТДЕЛЬНЫХ РЕГИОНАХ

№	Регион	Бюджеты рекламодателей МСП	Количество рекламодателей МСП	Средний бюджет рекламодателей МСП, тыс. руб.	Доля МСП в общих бюджетах РД, %
1	г. Москва	72 621 563	81 753	888,3	18,9
2	г. Санкт-Петербург	21 962 056	37 928	579,0	36,9
3	Московская область	13 499 842	33 520	402,7	27,6
4	Краснодарский край	6 522 472	19 719	330,8	33,9
5	Свердловская область	6 292 565	17 943	350,7	52,7
6	Новосибирская область	5 793 970	13 426	431,5	35,4
7	Республика Татарстан	5 358 270	13 421	399,2	57,1
8	Нижегородская область	3 733 242	10 354	360,6	45,8
9	Самарская область	3 656 058	9 673	378,0	47,3
10	Челябинская область	3 537 477	12 702	278,5	63,3
11	Ростовская область	3 292 176	9 676	340,2	48,0
12	Тюменская область	2 898 597	8 899	325,7	71,6
13	Удмуртская Республика	2 705 650	7 366	367,3	76,8
14	Красноярский край	2 524 913	9 419	268,1	75,0
15	Республика Башкортостан	2 460 716	10 267	239,7	67,6
16	Калининградская область	2 456 290	4 661	527,0	74,6
17	Пермский край	2 343 437	7 901	296,6	57,8
18	Ленинградская область	2 217 241	6 607	335,6	47,9
19	Приморский край	2 159 970	7 574	285,2	50,0
20	Иркутская область	1 832 252	6 980	262,5	71,0
21	Алтайский край	1 749 981	6 096	287,1	54,5
22	Республика Калмыкия	1 620 066	3 619	447,7	97,5
23	Омская область	1 476 609	4 474	330,0	75,4
24	Воронежская область	1 427 841	5 790	246,6	56,3
25	Хабаровский край	1 269 303	4 270	297,3	79,8
26	Республика Крым	1 222 351	3 725	328,1	66,5
27	Кемеровская область	1 204 826	5 721	210,6	50,5
28	Владимирская область	1 108 835	3 413	324,9	30,5
29	Саратовская область	1 018 271	4 405	231,2	50,0
30	Ставропольский край	981 944	5 944	165,2	44,9
ИТОГО по 30 регионам		180 948 784	377 246	479,7	28,5

ОБЪЕМЫ РЕКЛАМНЫХ БЮДЖЕТОВ КРУПНЕЙШИХ КОМПАНИЙ- РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ ПО ИНДУСТРИЯМ

Степень концентрации бюджетов варьируется в зависимости от индустрии.

10 крупнейших банков за 2025 год потратили на рекламу в интернете свыше **45 млрд руб.**, 10 компаний электронной торговли (без учета крупнейших маркетплейсов) – **почти 17 млрд руб.**, а следующая за ними четверка крупнейших маркетплейсов – более **14 млрд руб.** Высокая степень концентрации рекламных бюджетов в интернете также наблюдается в сегментах телекома, онлайн-кинотеатров и букмекеров.

ОБЪЕМЫ РЕКЛАМНЫХ БЮДЖЕТОВ КРУПНЕЙШИХ КОМПАНИЙ-РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ ПО ИНДУСТРИЯМ

45 623 270 тыс. руб.
топ-10 банков

16 912 329 тыс. руб.
топ-10 компаний электронной
торговли (без учета крупнейших
маркетплейсов)

14 457 845 тыс. руб.
крупнейшие маркетплейсы

12 403 649 тыс. руб.
топ-10 онлайн-кинотеатров

12 409 982 тыс. руб.
топ-4 компании телекома

8 086 887 тыс. руб.
топ-10 букмекеров

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БЮДЖЕТОВ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ ПО ГРУППАМ ОКВЭД

Данные рассчитаны на основании Общероссийского классификатора видов экономической деятельности (ОКВЭД) с последующим дополнительным укрупнением по группам индустрий в соответствии с их рекламной активностью в интернете.

На лидера – группу «Оптовая и розничная торговля» – пришлось более четверти всех рекламных бюджетов (**27,4%**) и почти треть (**30,1%**) всех рекламодателей, при этом средний размер рекламного бюджета оказался весьма скромным – чуть более **1,1 млн руб.**

Укрупненная группа «Информационные технологии» заняла на рынке долю почти в **16%** по бюджетам, но лишь **3,5%** в количестве рекламодателей. Соответственно, средний размер рекламных бюджетов в этой группе существенно выше – **5,5 млн руб.**

На группу «Финансы» пришлось более **11%** бюджетов и лишь **0,6%** от общего количества рекламодателей, что обеспечило средний годовой бюджет на одного рекламодателя по группе на уровне более **22 млн руб.**

КРУПНЕЙШИЕ БЮДЖЕТЫ ГРУПП ПО КОДАМ ОКВЭД, 2025 ГОД

№	Группа	Коды ОКВЭД	Бюджет, тыс. руб.	Количество контрагентов	Средний размер бюджета, тыс. руб.
1	Оптовая и розничная торговля ¹	46, 47	180 504 642	161 602	1 117
2	Информационные технологии	62, 63	103 514 733	18 727	5 528
3	Финансы	64, 65, 66	75 906 977	3 337	22 747
4	Недвижимость и строительство	41, 42, 43, 68, 71	47 428 021	51 830	915
5	Авто ²	29, 45	30 621 830	29 014	1 055
6	Реклама и исследования рынков	73	23 916 051	11 280	2 120
7	Медицина и фармацевтика	21, 86	23 258 725	20 634	1 127
8	Производство продуктов и напитков	10, 11	19 618 789	5 041	3 892
9	Культура, туризм, досуг и развлечения	79, 90, 91, 93	15 620 922	28 644	545
10	Телеком	61	15 338 110	918	16 708
11	Гостиницы, рестораны и кафе	55, 56	14 316 504	39 146	366
12	Образование	85	13 798 548	19 886	694
13	Медиа ³	58, 59, 60	12 941 248	3 036	4 263
14	Букмекеры, лотереи	92	10 056 443	35	287 327
15	Консалтинг, юридические и бухгалтерские услуги	69, 70	9 792 569	13 932	703
Всего по топ-15 категорий			596 634 112	407 062	1 466
ИТОГО ⁴			660 349 254	536 473	1 231

¹ Без торговли автомобилями.

² Производство, продажа и ремонт автомобилей.

³ ТВ, радио, кино, издательства.

⁴ Без учета физических лиц.

ДОЛИ КРУПНЕЙШИХ ГРУПП ПО КОДАМ ОКВЭД, 2025 ГОД

№	Группа	Коды ОКВЭД	Доля группы в общих бюджетах, %	Доля группы в количестве контрагентов, %
1	Оптовая и розничная торговля ¹	46, 47	27,4	30,1
2	Информационные технологии	62, 63	15,7	3,5
3	Финансы	64, 65, 66	11,5	0,6
4	Недвижимость и строительство	41, 42, 43, 68, 71	7,2	9,7
5	Авто ²	29, 45	4,6	5,4
6	Реклама и исследования рынков	73	3,6	2,1
7	Медицина и фармацевтика	21, 86	3,5	3,8
8	Производство продуктов и напитков	10, 11	3,0	0,9
9	Культура, туризм, досуг и развлечения	79, 90, 91, 93	2,4	5,3
10	Телеком	61	2,3	0,2
11	Гостиницы, рестораны и кафе	55, 56	2,2	7,3
12	Образование	85	2,1	3,7
13	Медиа ³	58, 59, 60	2,0	0,6
14	Букмекеры, лотереи	92	1,5	0,0
15	Консалтинг, юридические и бухгалтерские услуги	69, 70	1,5	2,6
Всего по топ-15 категорий			90,4	75,9
ИТОГО⁴			100,0	100,0

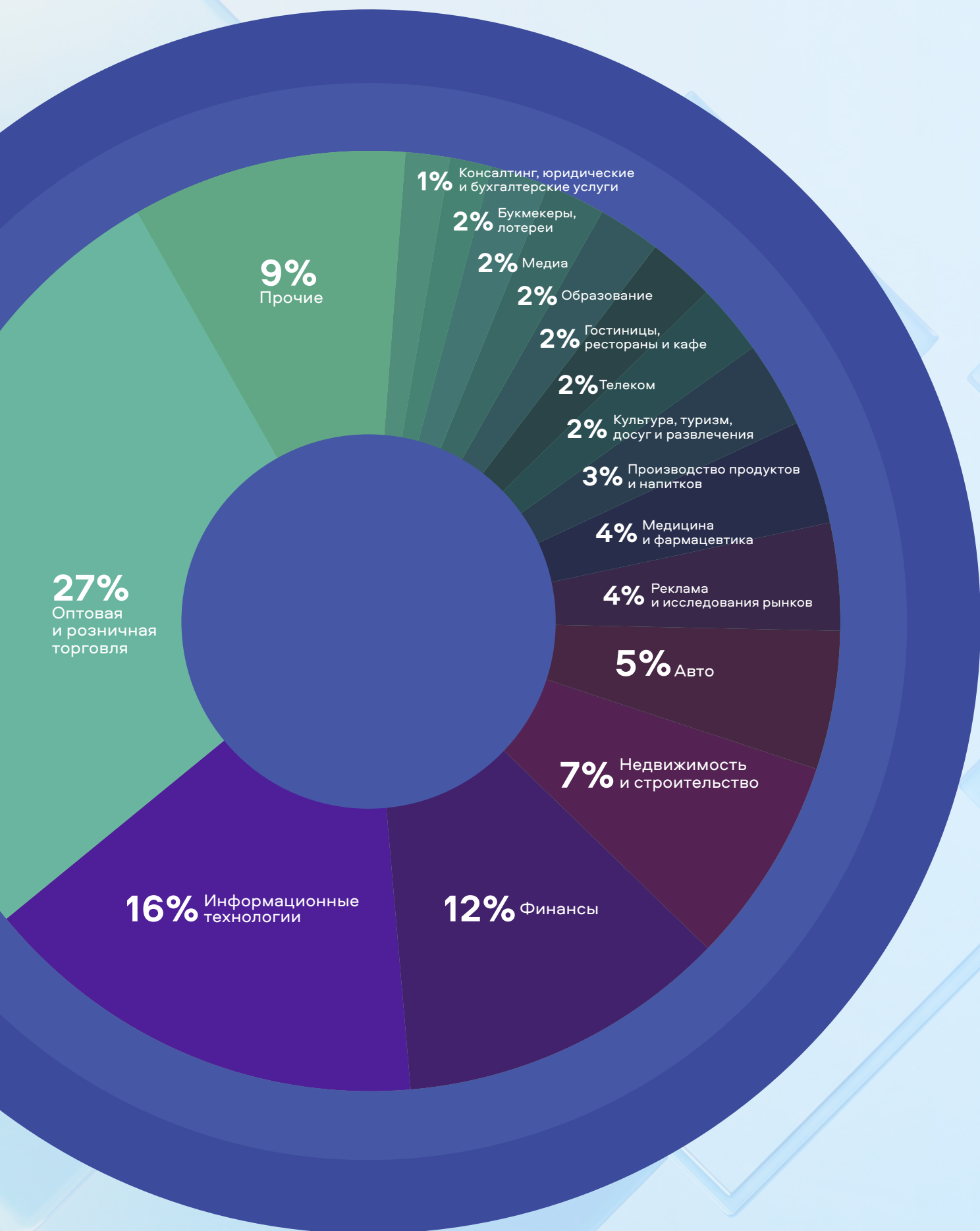
¹ Без торговли автомобилями.

² Производство, продажа и ремонт автомобилей.

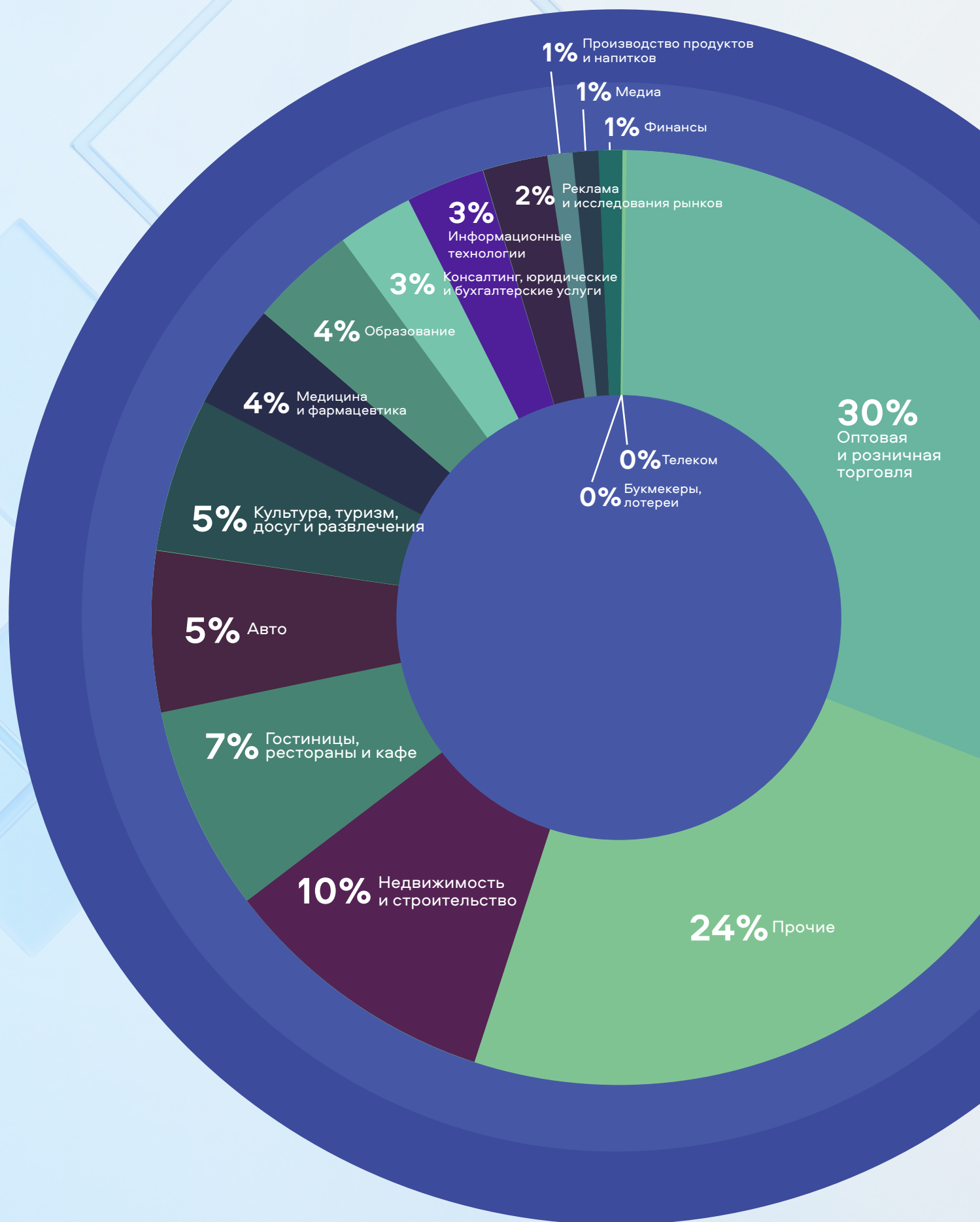
³ ТВ, радио, кино, издательства.

⁴ Без учета физических лиц.

ДОЛИ ОТДЕЛЬНЫХ ГРУПП ПО КОДАМ ОКВЭД В БЮДЖЕТАХ, %



ДОЛИ ОТДЕЛЬНЫХ ГРУПП ПО КОДАМ ОКВЭД В КОЛИЧЕСТВЕ КОНТРАГЕНТОВ, %



РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БЮДЖЕТОВ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ ПО ГРУППАМ ОКВЭД

Первые семь укрупненных категорий товаров и услуг в 2025 году сохранили все те же места, что они занимали и в 2024 году. При этом категория «Производство продуктов и напитков» за прошедший год поднялась на две позиции выше (с 10-го на 8-е место), также на два места поднялась категория «Гостиницы, рестораны и кафе» (с 13-го на 11-е).

Наибольшее падение по количеству позиций зафиксировано для категорий «Образование» – на три места (с 9-го на 12-е место) и «Консалтинг, юридические и бухгалтерские услуги» (с 12-го на 15-е место).

Наибольшее увеличение доли в рекламных бюджетах на рынке показали категории «Производство продуктов питания и напитков» (прирост в 1,0 п. п. – с доли в **2,0%** до доли в **3,0%**), «Финансы» (+0,8 п. п.) и «Оптовая и розничная торговля» (+0,5 п. п.). Самое значительное снижение доли в бюджетах показала категория «Информационные технологии» – на 2,4 п. п. (с **18,1%** в 2024 году до **15,7%** в 2025 году); на 0,6 п. п. сократилась доля категории «Реклама и исследования рынков» (с **4,2** до **3,6%**). Суммарная доля топ-15 категорий за год фактически не изменилась: в 2024 году она составляла **90,7%**, в 2025 году – **90,4%**.

Место в 2024 году	Место в 2025 году	Группа	Коды ОКВЭД	Доля в бюджетах, %			Доля в количестве рекламодателей, %		
				Доля в 2024 году	Доля в 2025 году	Изменение доли в п. п.	Доля в 2024 году	Доля в 2025 году	Изменение доли в п. п.
1	1	Оптовая и розничная торговля ¹	46, 47	26,8	27,4	0,5	31,6	30,1	-1,4
2	2	Информационные технологии	62, 63	18,1	15,7	-2,4	3,7	3,5	-0,2
3	3	Финансы	64, 65, 66	10,7	11,5	0,8	0,7	0,6	-0,1
4	4	Недвижимость и строительство	41, 42, 43, 68, 71	7,5	7,2	-0,3	10,0	9,7	-0,3
5	5	Авто ²	29, 45	5,1	4,6	-0,5	5,1	5,4	0,3
6	6	Реклама и исследования рынков	73	4,2	3,6	-0,6	2,2	2,1	-0,1
7	7	Медицина и фармацевтика	21, 86	3,3	3,5	0,2	3,5	3,8	0,4
10	8	Производство продуктов и напитков	10, 11	2,0	3,0	1,0	0,9	0,9	0,0
8	9	Культура, туризм, досуг и развлечения	79, 90, 91, 93	2,5	2,4	-0,1	4,9	5,3	0,5
11	10	Телеком	61	1,8	2,3	0,5	0,2	0,2	0,0
13	11	Гостиницы, рестораны и кафе	55, 56	1,8	2,2	0,4	6,6	7,3	0,7
9	12	Образование	85	2,1	2,1	0,0	3,7	3,7	0,0
14	13	Медиа ³	58, 59, 60	1,5	2,0	0,4	0,6	0,6	0,0
15	14	Букмекеры, лотереи	92	1,4	1,5	0,1	0,0	0,0	0,0
12	15	Консалтинг, юридические и бухгалтерские услуги	69, 70	1,8	1,5	-0,3	2,8	2,6	-0,2
Всего по топ-15 категорий				90,7	90,4	-0,2	76,4	75,9	-0,5

¹ Без торговли автомобилями.

² Производство, продажа и ремонт автомобилей.

³ ТВ, радио, кино, издательства.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БЮДЖЕТОВ В РАМКАХ ОТДЕЛЬНЫХ ГРУПП ПО КОДАМ ОКВЭД ПО РАЗМЕРАМ ПРЕДПРИЯТИЙ

№	Группа	Коды ОКВЭД	Крупные предприятия %	Средние предприятия %	Малые предприятия %	Микро-предприятия %	ИП %
1	Оптовая и розничная торговля ¹	46, 47	71,1	2,0	8,4	17,7	0,9
2	Информационные технологии	62, 63	81,4	1,1	6,1	11,3	0,1
3	Финансы	64, 65, 66	95,4	0,4	1,0	3,1	0,0
4	Недвижимость и строительство	41, 42, 43, 68, 71	43,1	2,7	9,7	33,1	11,4
5	Авто ²	29, 45	62,2	4,4	8,2	24,9	0,4
6	Реклама и исследования рынков	73	60,6	2,3	10,3	26,6	0,2
7	Медицина и фармацевтика	21, 86	34,7	4,8	26,8	33,8	0,0
8	Производство продуктов и напитков	10, 11	92,9	0,8	1,9	4,1	0,3
9	Культура, туризм, досуг и развлечения	79, 90, 91, 93	34,3	0,9	14,4	48,8	1,5
10	Телеком	61	98,1	0,4	0,8	0,7	0,0
11	Гостиницы, рестораны и кафе	55, 56	42,1	1,9	14,8	40,2	1,0
12	Образование	85	45,3	0,0	8,5	45,6	0,7
13	Медиа ³	58, 59, 60	84,9	3,0	4,4	7,8	0,0
14	Букмекеры, лотереи	92	91,7	0,1	3,8	4,3	0,0
15	Консалтинг, юридические и бухгалтерские услуги	69, 70	35,1	3,6	19,7	41,0	0,5
Всего по топ-15 категорий			70,7%	1,8	7,9	18,4	1,3
ИТОГО⁴			68,3%	1,9	8,7	20,7	0,4

¹ Без торговли автомобилями.

² Производство, продажа и ремонт автомобилей.

³ ТВ, радио, кино, издательства.

⁴ Без учета физических лиц.

Доли различных по размеру компаний, размещавших рекламу в интернете, в различных индустриях также разные. Например, доля МСП по бюджетам в группе «Телеком» – менее 2%, в группе «Финансы» – около 5%, у букмекеров – 8%. В то же время в таких группах, как «Консалтинг и юридические услуги», «Культура, туризм, досуг и развлечения» и «Медицина и фармацевтика», на долю малого и среднего бизнеса приходится свыше 60% всех рекламных бюджетов.

ДОЛЯ КРУПНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО БЮДЖЕТАМ В ГРУППАХ ПО КОДАМ ОКВЭД



ДОЛЯ МСП (СРЕДНИХ, МАЛЫХ И МИКРОПРЕДПРИЯТИЙ) ПО БЮДЖЕТАМ В ГРУППАХ ПО КОДАМ ОКВЭД



Средний рекламный бюджет в отдельных группах компаний по видам экономической деятельности различается очень существенно. Если в группе «Букмекеры, лотереи» средний размер рекламного бюджета составляет почти **300 млн руб.** за год, то в категории «Гостиницы, рестораны и кафе» он не достигает и **400 тыс. руб.**, то есть меньше примерно в **800 раз**.

СРЕДНИЙ РАЗМЕР РЕКЛАМНЫХ БЮДЖЕТОВ ПРЕДПРИЯТИЙ В РАМКАХ ОТДЕЛЬНЫХ ГРУПП ПО КОДАМ ОКВЭД ПО РАЗМЕРАМ ПРЕДПРИЯТИЙ, ТЫС. РУБ.

№	Группа	Коды ОКВЭД	В среднем по категории	Крупные предприятия	Средние предприятия	Малые предприятия	Микро-предприятия	ИП
1	Оптовая и розничная торговля ¹	46, 47	1 117,0	28 425,9	2 142,6	1 003,3	239,7	216,1
2	Информационные технологии	62, 63	5 527,6	79 964,7	5 567,9	3 099,0	783,2	177,3
3	Финансы	64, 65, 66	22 747,1	68 993,4	5 733,7	2 742,8	1 234,2	63,8
4	Недвижимость и строительство	41, 42, 43, 68, 71	915,1	11 207,1	3 699,4	1 181,3	456,9	128,1
5	Авто ²	29, 45	1 055,4	13 649,9	2 424,3	886,6	328,2	106,6
6	Реклама и исследования рынков	73	2 120,2	47 503,5	15 321,1	4 397,1	634,5	246,3
7	Медицина и фармацевтика	21, 86	1 127,2	7 876,9	4 512,0	1 522,6	516,5	86,5
8	Производство продуктов и напитков	10, 11	3 891,8	31 141,8	680,4	454,0	247,9	205,2
9	Культура, туризм, досуг и развлечения	79, 90, 91, 93	545,3	1 914,1	4 526,3	2 169,7	322,2	96,8
10	Телеком	61	16 708,2	188 016,8	1 943,1	439,6	210,8	224,6
11	Гостиницы, рестораны и кафе	55, 56	365,7	11 897,7	1 451,3	514,7	177,9	44,9
12	Образование	85	693,9	1 332,9	507,1	4 903,1	443,9	283,4
13	Медиа ³	58, 59, 60	4 262,6	29 779,1	13 202,5	1 714,2	443,2	153,0
14	Букмекеры, лотереи	92	287 326,9	512 444,9	4 974,2	126 792,7	54 636,4	87,3
15	Консалтинг, юридические и бухгалтерские услуги	69, 70	702,9	3 688,9	7 290,9	3 110,1	335,3	-
Всего по топ-15 категорий			1 465,7	19 937,3	2 908,1	1 294,9	341,4	229,6
ИТОГО⁴			1 230,3	14 649,4	2 242,6	1 165,2	316,9	183,5

¹ Без торговли автомобилями.

² Производство, продажа и ремонт автомобилей.

³ ТВ, радио, кино, издательства.

⁴ Без учета физических лиц.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БЮДЖЕТОВ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ ПО КЛАССИФИКАТОРУ КАТЕГОРИЙ ТОВАРОВ И УСЛУГ (ККТУ)

В 2025 году для унифицированной классификации объектов рекламирования впервые был использован **Классификатор категорий товаров и услуг (ККТУ)**, специально разработанный для ЕРИР. Распределение бюджетов рекламодателей по ККТУ и по ОКВЭД основано на разных подходах. В случае с ОКВЭД речь идет о рекламе тех видов деятельности, которые соответствуют рекламодателям, а в случае с ККТУ – о рекламе конкретных товаров и услуг конкретных рекламодателей вне зависимости от их видов деятельности по ОКВЭД.

И тот и другой подходы имеют свои преимущества и дают определенную информацию о распределении рекламных бюджетов между компаниями, продвигающими свои товары и услуги в интернете. Но подход с ККТУ представляется более точным и востребованным рекламной индустрией. Кроме того, использование ККТУ, полностью совместимого с классификатором компании «Медиаскоп», позволяет корректно сравнивать распределение рекламных бюджетов в интернете с другими медиасегментами.

В сводную таблицу крупнейших категорий товаров и услуг в 2025 году включены категории, относящиеся к первому уровню классификации, и категории второго уровня классификации, которые входят в сводную категорию первого уровня «Прочие товары и услуги» (код ККТУ 30.X). Всего выделено 25 категорий товаров и услуг, на каждую из которых пришлось более 1% всех рекламных бюджетов в 2025 году. Суммарная доля этих категорий превысила **77%** общего объема бюджетов.

Крупнейшей стала категория «Досуг, развлечения, туризм и отдых» – ее суммарные рекламные бюджеты превысили **52 млрд руб.**, что составило **8,1% рынка**. На второй позиции оказалась категория «Образование и трудоустройство» с объемом бюджетов в **51,3 млрд руб.** и с долей в **7,9%**. Девять категорий набрали суммарные рекламные бюджеты от **20 млрд руб.** и более, еще семь категорий – от **10 млрд до 20 млрд руб.**

КРУПНЕЙШИЕ КАТЕГОРИИ ТОВАРОВ И УСЛУГ ПО ККТУ, 2025 ГОД

№	Группа	Коды ККТУ	Бюджет, тыс. руб.	Доля рынка, %
1	Досуг, развлечения, туризм и отдых	5	52 420,5	8,1
2	Образование и трудоустройство	30.5	51 281,9	7,9
3	Транспорные средства	10	43 157,6	6,6
4	Финансовые и страховые услуги	29	39 784,5	6,1
5	Недвижимость	13	39 310,2	6,0
6	Медицина и фармацевтика	12	34 360,8	5,3
7	Одежда и обувь	14	28 093,9	4,3
8	Строительные товары и услуги	24	26 768,8	4,1
9	Интернет-сервисы	6	21 934,1	3,4
10	Бытовая техника	3	14 876,5	2,3
11	Бытовой сервис	30.2	14 788,5	2,3
12	Мебель, предметы интерьера	11	14 586,3	2,2
13	Продукты питания	17	14 391,0	2,2
14	Торговые организации	28	12 525,8	1,9
15	Канцтовары, книги и полиграфия	30.4	11 896,3	1,8
16	Интернет-торговля	7	11 076,9	1,7
17	Парфюмерия и косметика	15	9 615,9	1,5
18	Компьютерная техника и программное обеспечение	9	8 506,6	1,3
19	Услуги в области рекламы и маркетинга	30.10	8 505,2	1,3
20	Бытовая химия	4	8 375,0	1,3
21	Производственное оборудование и услуги, технологические материалы	19	8 200,1	1,3
22	Юридические, аудиторские и консалтинговые услуги	30.14	7 545,8	1,2
23	Телеком	25	7 462,5	1,1
24	Услуги в области физкультуры и спорта, спортивный инвентарь	30.11	7 201,8	1,1
25	Аудио-, видеопродукция, игры	30.1	6 509,5	1,0
Всего по топ-25 категорий			503 176,2	77,3
ИТОГО			650 569,4	100,0

КАТЕГОРИИ С КОДАМИ ККТУ

Код ККТУ ¹	Наименование ККТУ	Общий бюджет, руб.
2	АУДИО- И ВИДЕОАППАРАТУРА	1 316 950 608
2.1	АУДИО- И ВИДЕОАППАРАТУРА	1 316 950 608
3	БЫТОВАЯ ТЕХНИКА	14 876 515 455
3.1	КРУПНАЯ БЫТОВАЯ ТЕХНИКА	4 523 345 630
3.2	МЕЛКАЯ И СРЕДНЯЯ БЫТОВАЯ ТЕХНИКА	10 353 169 825
4	БЫТОВАЯ ХИМИЯ	8 375 005 109
4.1	МОЮЩИЕ И ЧИСТЯЩИЕ СРЕДСТВА	1 744 573 676
4.2	СРЕДСТВА БОРЬБЫ С НАСЕКОМЫМИ	65 102 477
4.3	БЫТОВАЯ ХИМИЯ (ПРОЧЕЕ)	6 565 328 956
5	ДОСУГ, РАЗВЛЕЧЕНИЯ, ТУРИЗМ, ОТДЫХ	52 420 526 726
5.1	ЛОТЕРЕИ, УСЛУГИ БУКМЕКЕРСКИЕ	5 370 739 229
5.2	ДОСУГ И РАЗВЛЕЧЕНИЯ	26 968 270 567
5.3	ТУРИЗМ И ОТДЫХ	20 081 516 930
6	ИНТЕРНЕТ-СЕРВИСЫ	21 934 076 706
6.1	ИНТЕРНЕТ-СЕРВИСЫ	21 934 076 706
7	ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ	11 076 941 481
7.1	ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ	11 076 941 481
8	КАФЕ И РЕСТОРАНЫ	4 984 049 110
8.1	КАФЕ И РЕСТОРАНЫ	4 984 049 110
9	КОМПЬЮТЕРНАЯ ТЕХНИКА И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ	8 506 631 114
9.1	КОМПЬЮТЕРЫ И ОРГТЕХНИКА	850 304 711
9.2	ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ	7 656 326 403

¹ Категории кода ККТУ № 1 "Алкогольные напитки, табачные изделия" в таблице не приведены в связи с отсутствием бюджетов на распространение (публикации на ресурсах производителей/продавцов).

Код ККТУ	Наименование ККТУ	Общий бюджет, руб.
10	ТРАНСПОРТНЫЕ СРЕДСТВА	43 157 584 981
10.1	ЛЕГКОВЫЕ АВТОМОБИЛИ	29 326 912 586
10.2	ГРУЗОВЫЕ АВТОМОБИЛИ И АВТОБУСЫ	2 233 274 378
10.3	МОТОТЕХНИКА	30 596 634
10.4	СПОРТИВНЫЕ СУДА И ТЕХНИКА	35 622 030
10.5	АВТОТРАНСПОРТ (ПРОЧЕЕ)	576 100 035
10.6	СТРОИТЕЛЬНАЯ, СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ, ДОРОЖНАЯ И ДРУГАЯ АВТОТЕХНИКА	93 858 917
10.7	ТРАНСПОРТНЫЕ СРЕДСТВА (ПРОЧЕЕ)	631 170 975
10.8	АВТОСЕРВИС	3 981 207 516
10.9	ТОВАРЫ ДЛЯ АВТОМОБИЛЕЙ	6 248 841 910
11	МЕБЕЛЬ, ПРЕДМЕТЫ ИНТЕРЬЕРА	14 586 335 107
11.1	МЕБЕЛЬ, ПРЕДМЕТЫ ИНТЕРЬЕРА	14 586 335 107
12	МЕДИЦИНА И ФАРМАЦЕВТИКА	34 360 844 328
12.1	МЕДИЦИНСКИЕ ТОВАРЫ И УСЛУГИ	22 195 280 348
12.2	ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЕ ТОВАРЫ	12 165 563 980
13	НЕДВИЖИМОСТЬ	39 310 214 510
13.1	НЕДВИЖИМОСТЬ	39 310 214 510
14	ОДЕЖДА И ОБУВЬ	28 093 901 709
14.1	ОДЕЖДА И ОБУВЬ	28 093 901 709
15	ПАРФЮМЕРИЯ И КОСМЕТИКА	9 615 893 853
15.1	СРЕДСТВА ПО УХОДУ ЗА ВОЛОСАМИ	1 549 651 225
15.2	СРЕДСТВА ПО УХОДУ ЗА КОЖЕЙ	3 545 200 281
15.3	ПАРФЮМЕРИЯ И КОСМЕТИКА (ПРОЧЕЕ)	4 521 042 347
16	ПИВО	266 512 959
16.1	ПИВО	266 512 959
17	ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ	14 391 019 096
17.1	МОЛОКО, МОЛОЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ	1 483 824 929
17.2	ПРОДУКТЫ БЫСТРОГО ПРИГОТОВЛЕНИЯ	244 077 613
17.3	ЧАЙ, КОФЕ, КАКАО	1 082 415 208
17.4	ШОКОЛАД И ШОКОЛАДНЫЕ ИЗДЕЛИЯ	504 846 884
17.5	ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ (ПРОЧЕЕ)	11 075 854 462

Код ККТУ	Наименование ККТУ	Общий бюджет, руб.
18	ПРОХЛАДИТЕЛЬНЫЕ НАПИТКИ, СОКИ	2 504 062 407
18.1	ПРОХЛАДИТЕЛЬНЫЕ НАПИТКИ	1 779 017 224
18.2	ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЕ НАПИТКИ	356 950 709
18.3	СОКИ	368 094 474
19	ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ ОБОРУДОВАНИЕ И УСЛУГИ, ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ	8 200 052 602
19.1	ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ	7 999 852 888
19.2	ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ УСЛУГИ	200 199 714
20	СМИ	2 973 256 602
20.1	СМИ	2 973 256 602
21	СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА	3 901 896 829
21.1	СОЦИАЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА	401 528 008
21.2	ЗДОРОВЬЕ	254 126 935
21.3	ОКРУЖАЮЩАЯ СРЕДА, КУЛЬТУРНЫЕ И ИНЫЕ ОБЪЕКТЫ	57 331 754
21.4	СОЦИАЛЬНЫЕ ОТНОШЕНИЯ	881 415 053
21.5	СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА (ПРОЧЕЕ)	2 307 495 079
22	СРЕДСТВА И ПРЕДМЕТЫ ГИГИЕНЫ	1 882 787 586
22.1	БРИТВЕННЫЕ СИСТЕМЫ	70 725 293
22.2	СРЕДСТВА И ПРЕДМЕТЫ ГИГИЕНЫ	1 088 363 703
22.3	СРЕДСТВА И ПРЕДМЕТЫ ГИГИЕНЫ РТА	723 698 590
23	СРЕДСТВА СВЯЗИ, ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ СВЯЗИ	1 938 634 711
23.1	МОБИЛЬНЫЕ УСТРОЙСТВА СВЯЗИ	1 907 903 366
23.2	ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ СВЯЗИ	30731345
24	СТРОИТЕЛЬНЫЕ ТОВАРЫ И УСЛУГИ	26 768 791 444
24.1	СТРОЙМАТЕРИАЛЫ И ОБОРУДОВАНИЕ	17 173 932 587
24.2	СТРОИТЕЛЬСТВО И РЕМОНТ	9 594 858 857
25	ТЕЛЕКОМ	7 462 482 620
25.1	УСЛУГИ СВЯЗИ	7 405 964 061
25.2	ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЕ ОБОРУДОВАНИЕ	56 518 559

Код ККТУ	Наименование ККТУ	Общий бюджет, руб.
26	ТОВАРЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ	1 422 947 457
26.1	ДЕТСКИЕ КОЛЯСКИ	53 012 525
26.2	ИГРУШКИ И ИГРЫ	467 628 009
26.3	СРЕДСТВА ДЕТСКОЙ ГИГИЕНЫ	107 611 838
26.4	ТОВАРЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ (ПРОЧЕЕ)	794 695 085
27	ТОВАРЫ ДЛЯ ЖИВОТНЫХ	2 622 815 323
27.1	КОРМ ДЛЯ ЖИВОТНЫХ	1 157 113 960
27.2	ТОВАРЫ ДЛЯ ЖИВОТНЫХ (ПРОЧЕЕ)	1 465 701 363
28	ТОРГОВЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ	12 525 847 857
28.1	ТОРГОВЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ	12 525 847 857
29	ФИНАНСОВЫЕ И СТРАХОВЫЕ УСЛУГИ	39 784 497 969
29.1	СТРАХОВЫЕ УСЛУГИ	2 495 053 872
29.2	ФИНАНСОВЫЕ УСЛУГИ	37 289 444 097
30	ПРОЧИЕ ТОВАРЫ И УСЛУГИ	231 308 285 100
30.1	АУДИО-, ВИДЕОПРОДУКЦИЯ, ИГРЫ	6 509 502 214
30.2	БЫТОВОЙ СЕРВИС	14 788 476 179
30.3	ГАЛАНТЕРЕЯ И АКСЕССУАРЫ	2 477 296 123
30.4	КАНЦТОВАРЫ, КНИГИ, ПОЛИГРАФИЯ	11 896 346 996
30.5	ОБРАЗОВАНИЕ И ТРУДОУСТРОЙСТВО	51 281 897 429
30.6	ОРУЖИЕ, СРЕДСТВА ЗАЩИТЫ И БЕЗОПАСНОСТИ	655 819 989
30.7	ОХОТНИЧЬИ И РЫБОЛОВНЫЕ ТОВАРЫ	84 224 853
30.8	ТОВАРЫ ДЛЯ САДА И ОГОРОДА	3 357 241 450
30.9	ТРАНСПОРТНЫЕ УСЛУГИ	4 206 269 565
30.10	УСЛУГИ В ОБЛАСТИ РЕКЛАМЫ И МАРКЕТИНГА	8 505 220 355
30.11	УСЛУГИ В ОБЛАСТИ ФИЗКУЛЬТУРЫ И СПОРТА, СПОРТИВНЫЙ ИНВЕНТАРЬ	7 201 819 230
30.12	ЦВЕТЫ И ПРОЧИЕ РАСТЕНИЯ	1 747 432 162
30.13	ЮВЕЛИРНЫЕ ИЗДЕЛИЯ И ЧАСЫ	3 983 578 314
30.14	ЮРИДИЧЕСКИЕ, АУДИТОРСКИЕ И КОНСАЛТИНГОВЫЕ УСЛУГИ	7 545 765 200
30.15	ПРОЧИЕ ТОВАРЫ И УСЛУГИ	107 067 395 041
ИТОГО		650 569 361 359