

# ОЦЕНКА ОБЪЕМА РЫНКА ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКАЗОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ В 2019 И 2020

гг.

# АКАР

АССОЦИАЦИЯ  
КОММУНИКАЦИОННЫХ  
АГЕНТСТВ РОССИИ

Презентация подготовлена на основе большого исследования «Оценка объема государственных заказов в социальных сетях в 2019 и 2020 гг.» и содержит наиболее значимые показатели и основные **Выводы.**

Май 2021 Москва

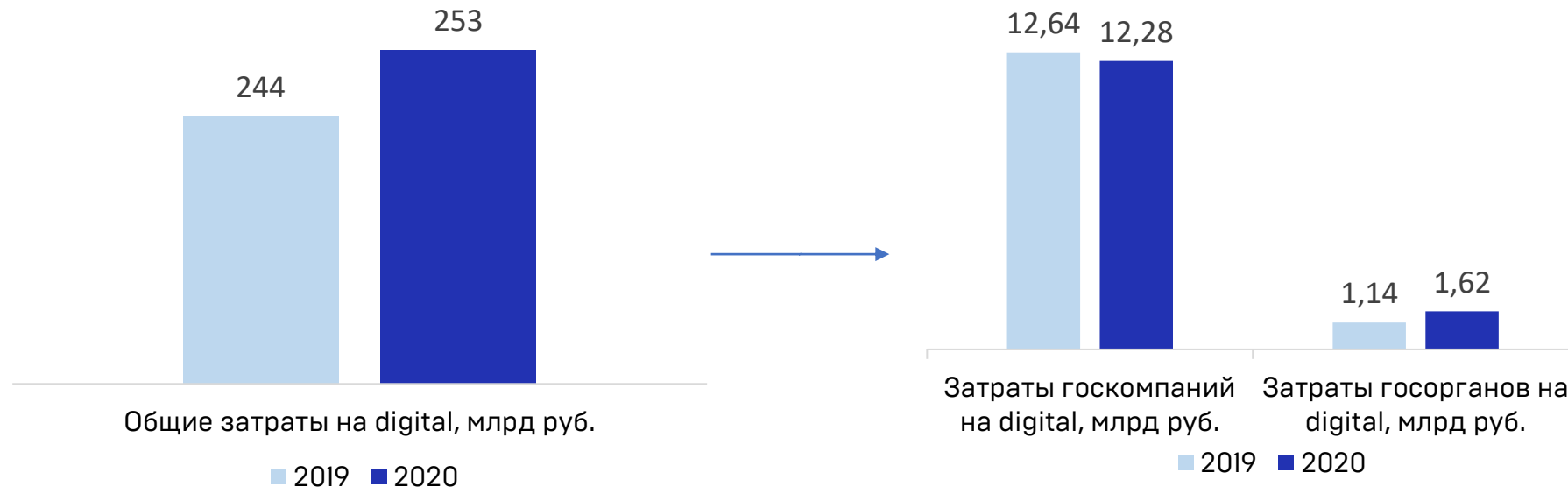
## 2 | ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ИССЛЕДОВАНИЯ

- Общие затраты на рекламу в России по итогам 2020 года составили 473 млрд рублей;
- Общие затраты на digital России по итогам 2020 года составили 253 млрд рублей;
- Затраты госкомпаний на digital России составили 12,28 млрд рублей, госорганов – 1,62 млрд рублей;
- Объем рекламного рынка в 2020 году согласно оценкам АКАР сократился на 4% (на 22 млрд рублей) по сравнению с 2019 годом, однако объем затрат организаций с государственным участием на социальные сети вырос на 12% (на 440 млн рублей);
- Такой рост возможен за счет роста доли digital на рекламном рынке на 5% (11 млрд руб. в абсолютных значениях).

### 3 | ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ИССЛЕДОВАНИЯ

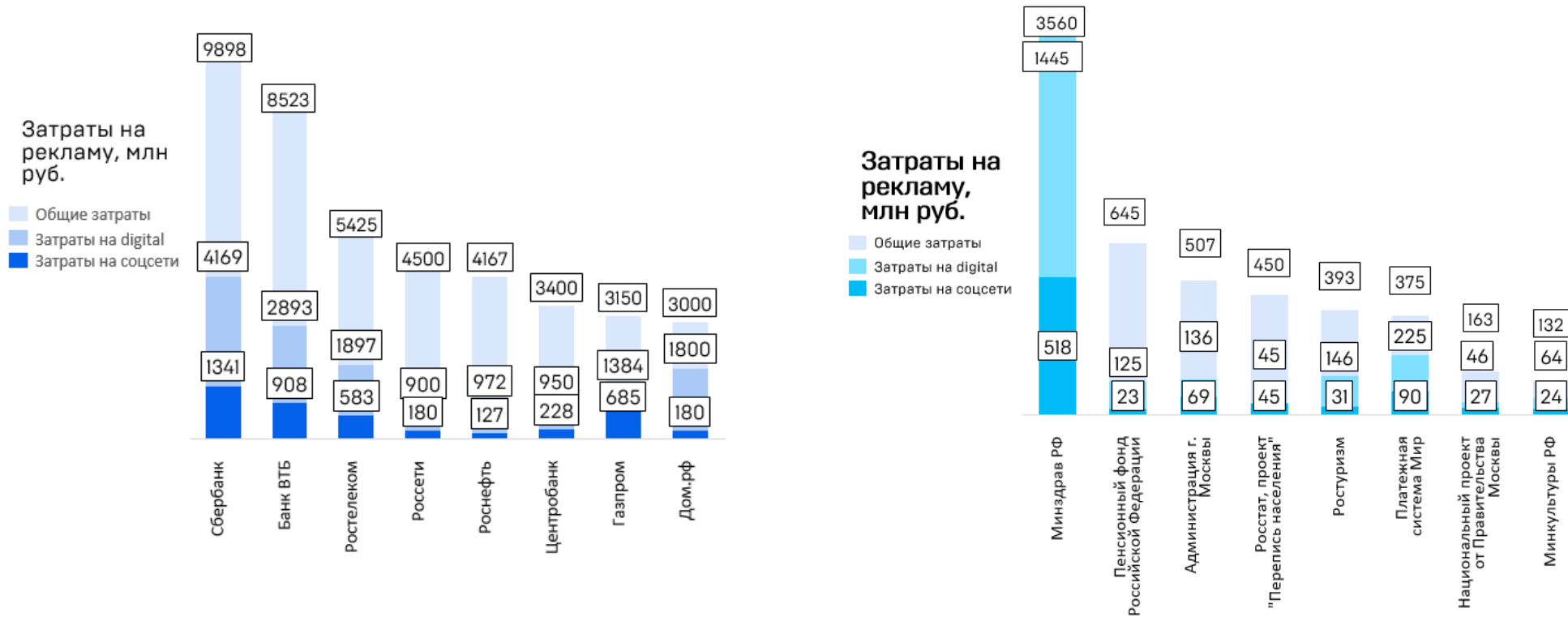
В отличие от объема затрат государственных компаний на digital, затраты государственных органов на digital возросли на 42% (480 млн руб. в абсолютных значениях).

**Общие затраты и затраты на digital госкомпаний и госорганов в 2019-2020 гг.**



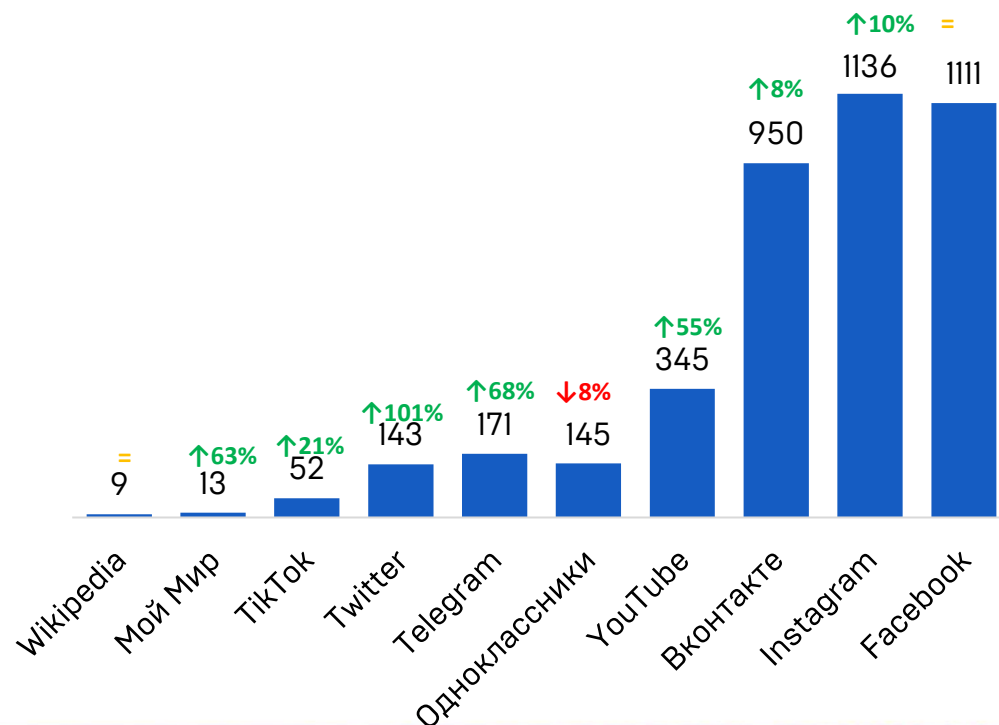
## 4 | ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ИССЛЕДОВАНИЯ

Сбербанк, Банк ВТБ и Ростелеком – тройка лидеров среди госкомпаний по объему рекламных затрат, затрат на digital и социальные сети в 2020 году. Среди государственных органов наибольшие затраты у Минздрава РФ, Пенсионного фонда РФ и Администрации Москвы. Также значительные объемы затрат в интернете у компаний Ростелеком и Газпром, а среди государственных органов – Ростуризм и МИД РФ.



## 5 | ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ИССЛЕДОВАНИЯ

Согласно результатам исследования Instagram, Facebook и ВКонтакте – социальные сети соответствующие наибольшим объемам затрат организаций с государственным участием. Тройка лидеров не изменилась с 2019 года. Среди исследованных социальных сетей падение бюджетов наблюдается только в Одноклассниках (объем затрат уменьшился на 8%).

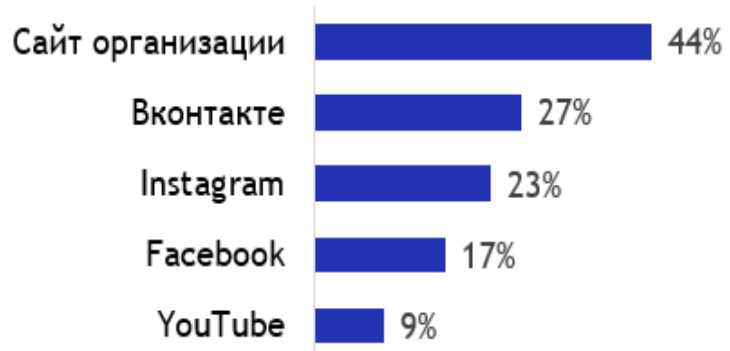


**Объемы затрат организаций с государственным участием на социальные сети за 2020 год и их динамика относительно 2019 года, млн руб.**

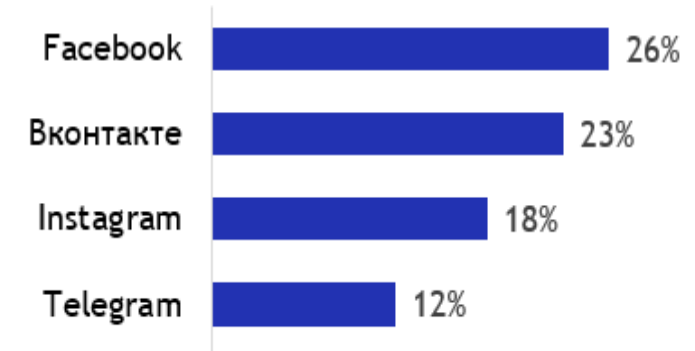
## 6 | ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ИССЛЕДОВАНИЯ

По результатам исследования для 44% организаций с государственным участием главным ресурсом в интернете является сайт организации. Структура прочих ресурсов в интернете (групп, аккаунтов, страниц в социальных сетях) приоритетных для организаций с государственным участием схожа со структурой их затрат.

Главный для организации ресурс в интернете, %



Наиболее востребованные площадки, %



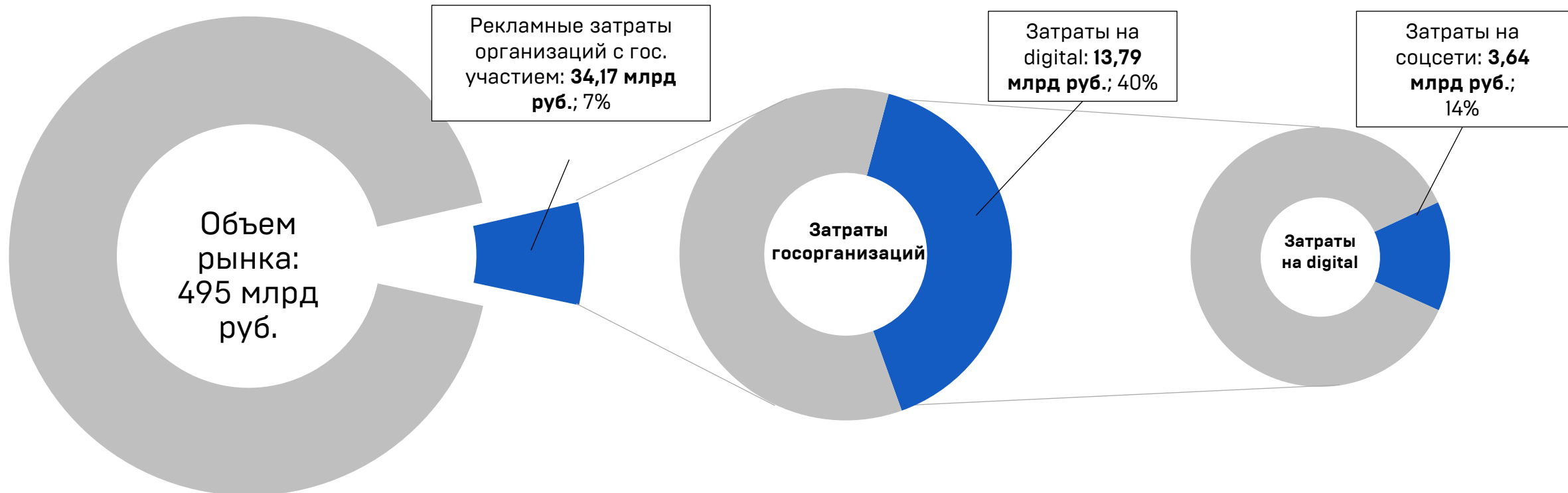
# 7 | ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ИССЛЕДОВАНИЯ

Большинство опрошенных компаний (73%) планируют закупки в социальных сетях в 2021 году, при этом около половины из них планируют увеличить бюджет. Около 36% планируют добавить размещения в новые для них социальные сети, ключевые новые направления – TikTok и YouTube.



## 8 | РЕКЛАМНЫЕ ЗАТРАТЫ ОРГАНИЗАЦИЙ С ГОСУДАРСТВЕННЫМ УЧАСТИЕМ, 2019

- Общие затраты на рекламу организаций с государственным участием за 2019 г. составили 34 173 100 000 рублей.
- Доля затрат на digital в 2019 г. равна 40%, что составляет 13 784 000 000 рублей.
- Доля затрат на соцсети от digital – 14%, что составляет 3 640 000 000 рублей

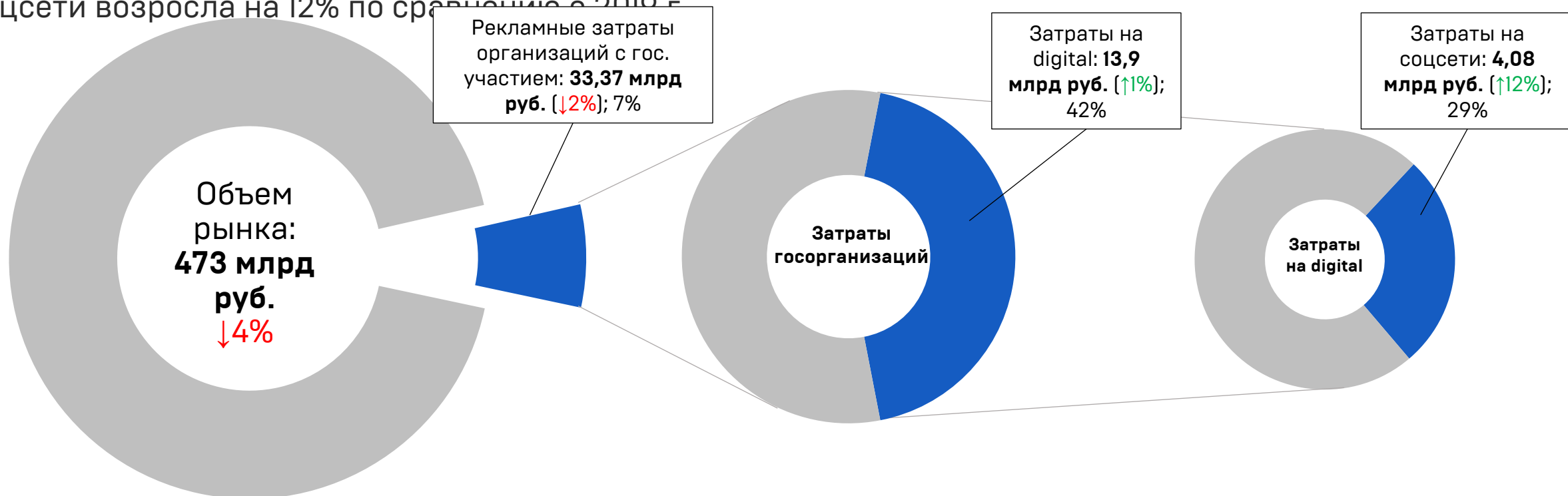


На графиках представлены доли рекламных затрат организаций с государственным участием на digital и социальные сети от общего объема рекламного рынка в 2019 году.



## 9 | РЕКЛАМНЫЕ ЗАТРАТЫ ОРГАНИЗАЦИЙ С ГОСУДАРСТВЕННЫМ УЧАСТИЕМ, 2020

Общие затраты на рекламу организаций с государственным участием за 2020 г. составили 33 370 504 000 рублей, что на 2% меньше, чем в 2019 г. Доля затрат на digital в 2020 г. равна 40%, что составляет 13 897 564 000 рублей. Сумма затрат на digital возросла на 1% относительно 2019 г. Доля затрат на соцсети от digital – 14%, что составляет 4 083 000 000 рублей. Сумма затрат на соцсети возросла на 12% по сравнению с 2019 г.

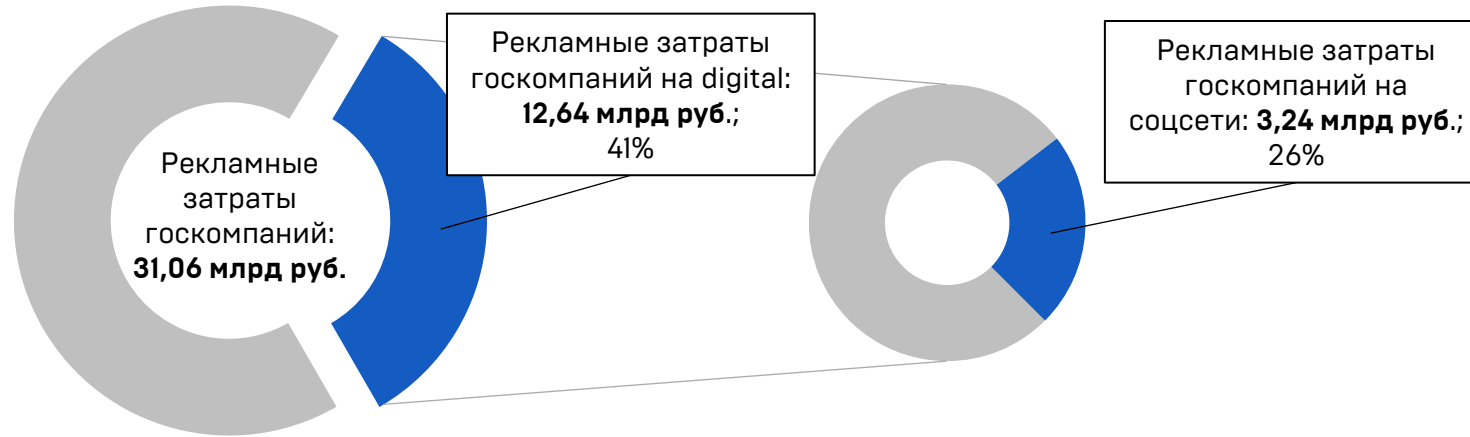


На графиках представлены доли рекламных затрат организаций с государственным участием на digital и социальные сети от общего объема рекламного рынка в 2020 году и их динамика относительно 2019 года.

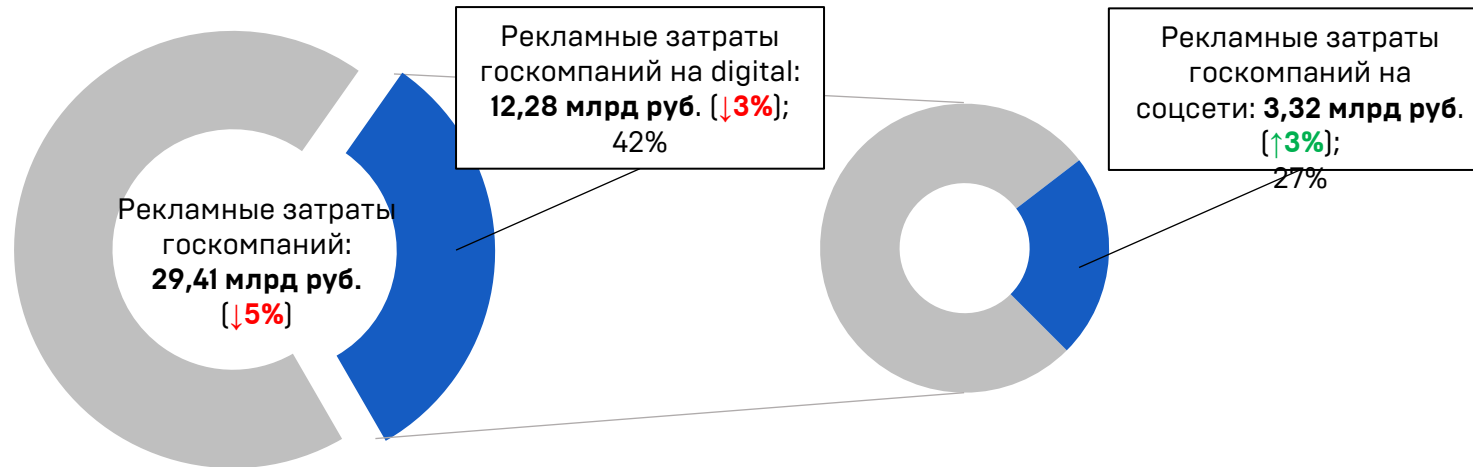
# 10 РЕКЛАМНЫЕ ЗАТРАТЫ КОМПАНИЙ С ГОСУДАРСТВЕННЫМ УЧАСТИЕМ, 2019-2020

- Совокупные затраты на рекламу компаний с государственным участием за 2019 г. составили 31 062 000 000 рублей. К 2020 г. эта сумма уменьшилась на 5% и составила 29 408 704 000 рублей.
- Доля затрат на digital в 2019 г. равна 41%, что составляет 12 644 325 000 рублей. В 2020 г. эта сумма уменьшилась на 3% и составила 12 279 379 000 рублей.
- Доля затрат на соцсети от digital в 2019 г. – 26%, что составляет 3 239 230 216 рублей, в 2020 г. – 27% и 3 321 140 955 рублей. Затраты на социальные сети увеличились на 3%.

2019



2020

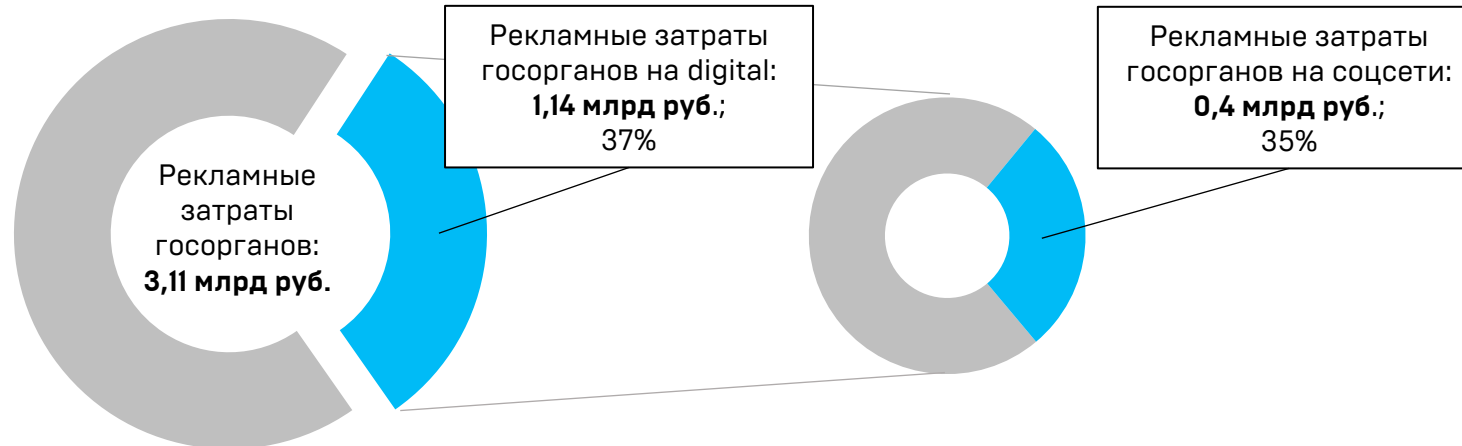


На графиках представлены доли рекламных затрат **госкомпаний** на digital и социальные сети от общих рекламных затрат госкомпаний в 2019 и 2020 году соответственно.

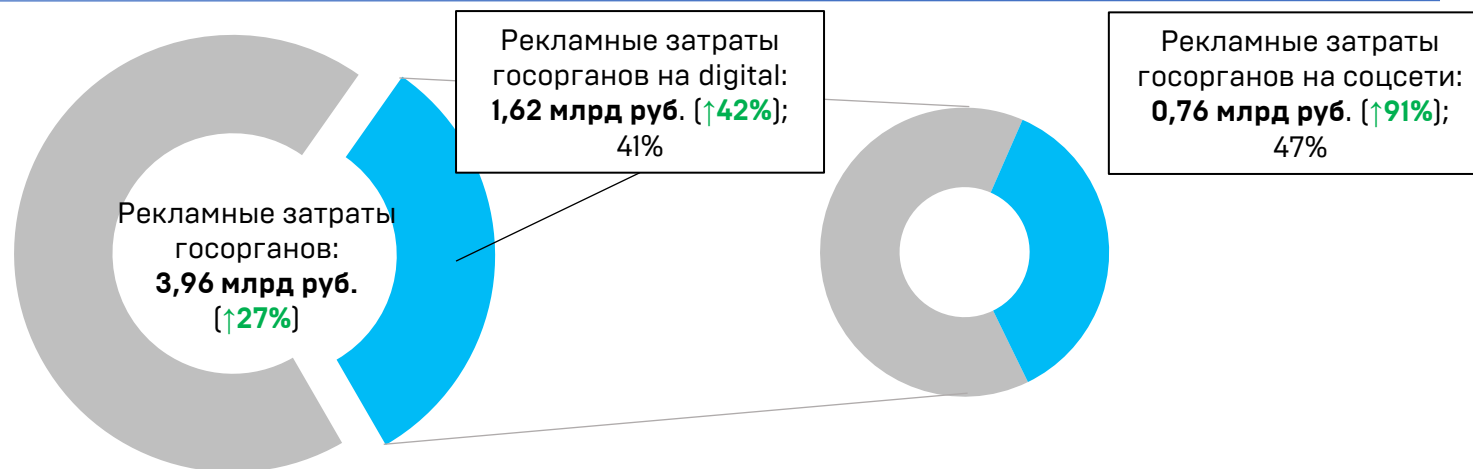
# 11 | РЕКЛАМНЫЕ ЗАТРАТЫ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНОВ, 2019-2020

- Совокупные затраты государственных органов на рекламу за 2019 г. составили 3 111 100 000 рублей. К 2020 г. эта сумма увеличилась на 27% и составила 3 961 800 000 рублей;
- Доля затрат на digital в 2019 г. равна 37%, что составляет 1 139 675 000 рублей. В 2020 г. эта сумма уменьшилась на 42% и составила 1 618 185 000 рублей;
- Доля затрат на соцсети от digital в 2019 г. – 35%, что составляет 400 000 000 рублей, в 2020 г. – 47% и 762 000 000 рублей. Затраты на соцсети увеличились на 91%.

2019



2020

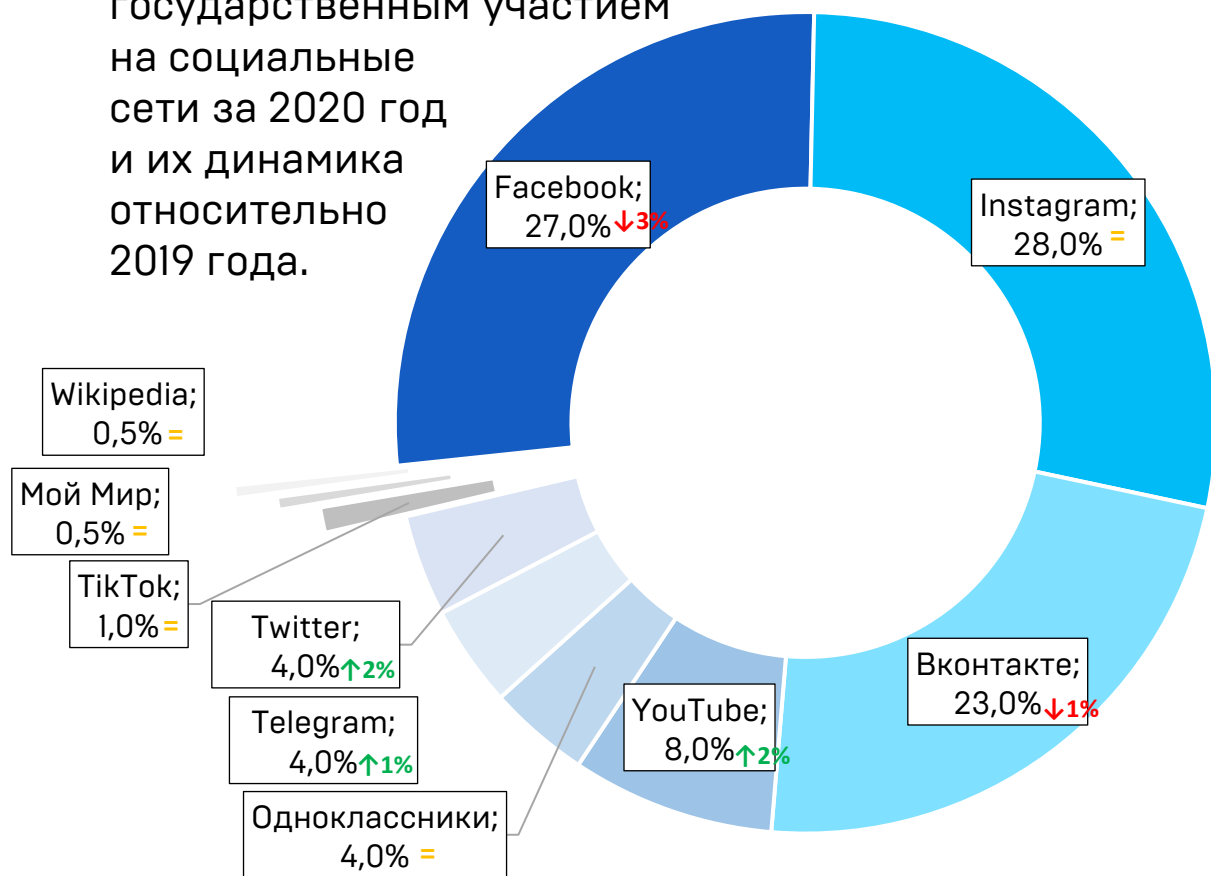


На графиках представлены доли рекламных затрат госорганов на digital и социальные сети от общих рекламных затрат госкомпаний в 2019 и 2020 году соответственно.

# 12 | РЕКЛАМНЫЕ ЗАТРАТЫ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В СОЦСЕТЯХ, 2020

Лидеры с 2019 года: Facebook, Instagram и ВКонтакте. Объемы затрат возросли. Только Одноклассники -8% в 2020 году.

На графике доли затрат организаций с государственным участием на социальные сети за 2020 год и их динамика относительно 2019 года.

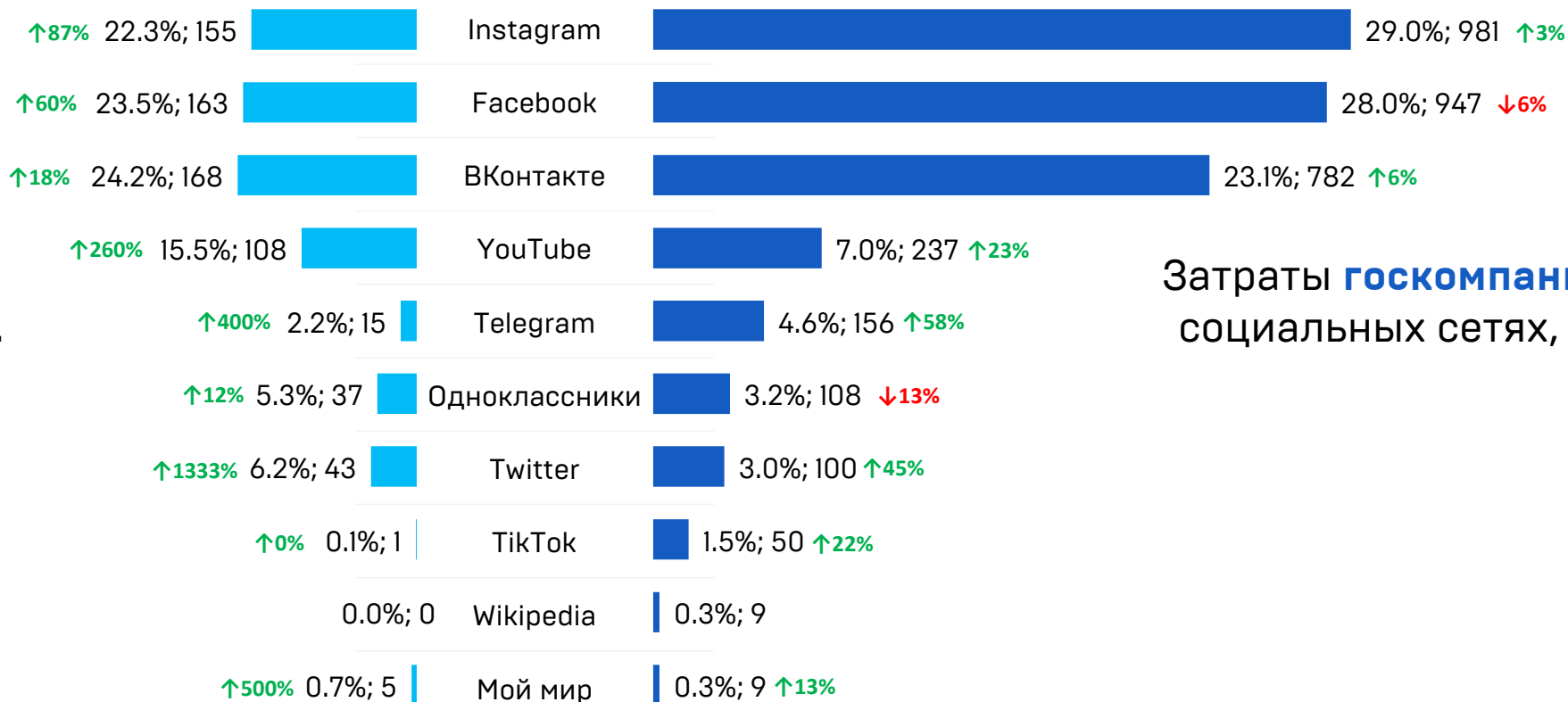


На графике объемы затрат организаций с государственным участием на социальные сети за 2020 год и их динамика относительно 2019 года, млн руб.

# 13 | РЕКЛАМНЫЕ ЗАТРАТЫ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В СОЦСЕТЯХ, 2020

- Наибольший объем рекламных затрат компаний с государственным участием приходится на Instagram (981 млн руб., 29% всех затрат на социальные сети), а по объемам затрат госорганов лидирует ВКонтакте (168 млн. руб., 24% затрат госорганов на соцсети)
- ТОП-3 социальных сетей по затратам одинаков для госкомпаний и госорганов: Instagram, ВКонтакте, Facebook.
- Объемы затрат госорганов выросли по всем обследованным социальным сетям, кроме Wikipedia. Наибольший рост демонстрирует объем затрат на Twitter (+1333%). Объемы затрат госорганов выросли по всем социальным сетям, кроме Facebook и Одноклассники. Наибольший рост демонстрирует объем затрат на Telegram (+58%).

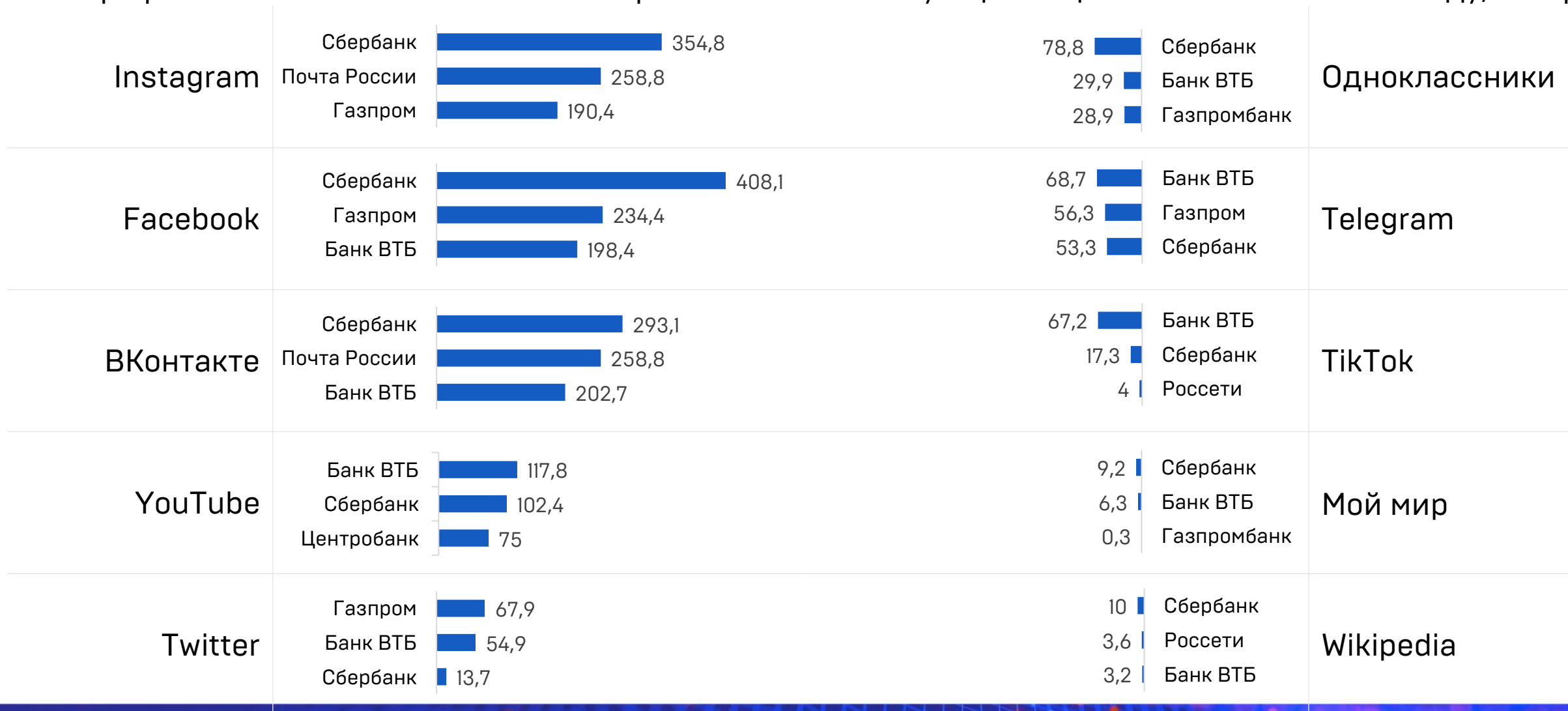
Затраты **госорганов** в социальных сетях, млн руб.



Затраты **госкомпаний** в социальных сетях, млн руб.

# 14 | ЛИДЕРЫ СРЕДИ ГОСКОМПАНИЙ ПО ОБЪЕМУ ЗАТРАТ В СОЦСЕТЯХ, ТОП-3, 2019-2020

На графиках ТОП-3 **госкомпаний** по затратам в соответствующих социальных сетях в 2020 году, млн руб.



# 15 | ЛИДЕРЫ СРЕДИ ГОСОРГАНОВ ПО ОБЪЕМУ ЗАТРАТ В СОЦСЕТЯХ, ТОП-3, 2019-2020

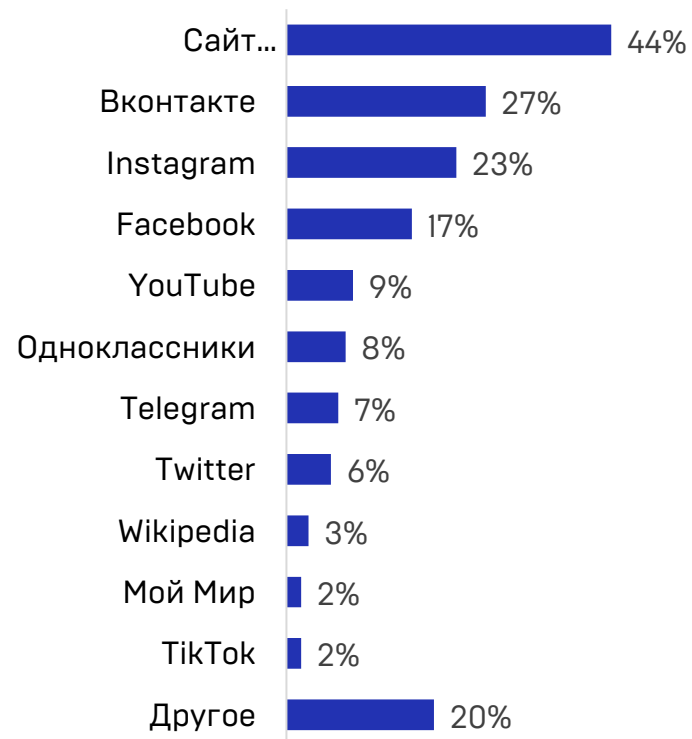
На графиках ТОП-3 **госорганов** по затратам в соответствующих социальных сетях в 2020 году, млн руб.

Instagram	<ul style="list-style-type: none"> <li>Минздрав РФ 135,4</li> <li>Платежная система МИР 45</li> <li>Ростуризм 7,7</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>20,8 Минздрав РФ</li> <li>14 Пенсионный фонд РФ</li> <li>11,3 Перепись населения</li> </ul>	Одноклассники
Facebook	<ul style="list-style-type: none"> <li>Минздрав РФ 33,6</li> <li>Национальные Проекты 13,3</li> <li>Министерство науки и... 12,6</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>6,8 Перепись населения</li> <li>4 Минобрнауки РФ</li> <li>3,1 Ростуризм</li> </ul>	Telegram
ВКонтакте	<ul style="list-style-type: none"> <li>Минздрав РФ 185,1</li> <li>Платежная система МИР 36</li> <li>Администрация Москвы 33,7</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1,4 Минкультуры РФ</li> <li>1,2 Минобрнауки РФ</li> </ul>	TikTok
YouTube	<ul style="list-style-type: none"> <li>Росмолодежь 30</li> <li>Администрация Москвы 25</li> <li>Минздрав РФ 21,1</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>4,5 Перепись населения</li> </ul>	Мой мир
Twitter	<ul style="list-style-type: none"> <li>ФСРАР РФ 4,3</li> <li>Минэкономразвития РФ 3,4</li> <li>Россотрудничество 3</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>0,2 Администрация Москвы</li> </ul>	Wikipedia

# 16 | ПРИОРИТЕТЫ В СОЦСЕТЯХ И ИНТЕРНЕТЕ, 2020

Структура приоритетных ресурсов в интернете для организаций с государственным участием схожа со структурой затрат. Тем не менее, почти половина респондентов указали на то, что главным ресурсом в интернете для организаций является сайт организации.

Главный для организации ресурс в интернете, %



Ответы на вопрос Q10. Укажите, что Вы считаете главным ресурсом организации в интернете?

Наиболее востребованные площадки, %



Ответы на вопрос Q8. Укажите в отмеченных Вами социальных сетях, какие площадки (страницы, группы, сообщества) Вы считаете наиболее приоритетными (важными, целевыми, востребованными)?



# 17 | ПЛАНИРОВАНИЕ РАЗМЕЩЕНИЙ В 2021 ГОДУ

Большинство опрошенных компаний (73%) планируют закупки в соцсетях в 2021 году, при этом около половины из них планируют увеличить бюджет на соцсети. Около 36% планируют добавить размещения в новые для них соцсети, ключевые новые направления – TikTok и YouTube.

