

2 НОЯБРЯ 2021 ГОДА

Автор:

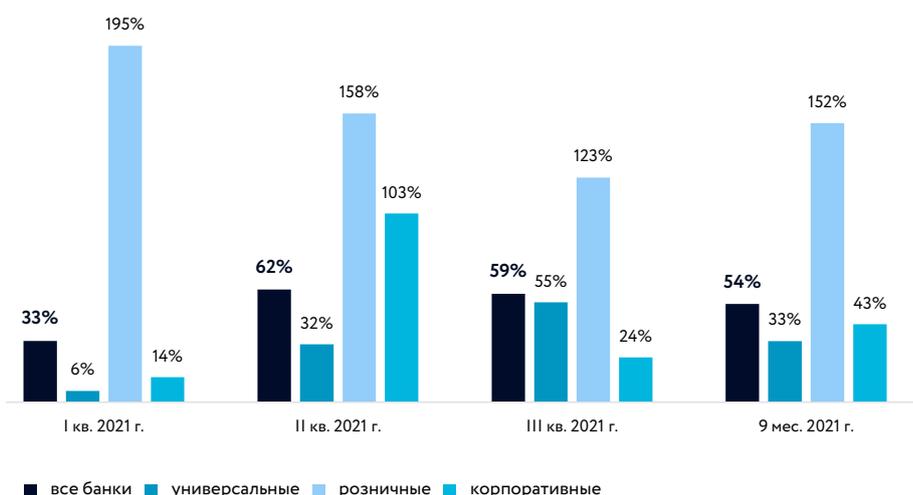
Дмитрий Рышков
dmitrii.ryshkov@ratings.ru
 +7 (495) 136-40-47

РОЗНИЧНЫЕ БАНКИ В 2,5 РАЗА УВЕЛИЧИЛИ РАСХОДЫ НА РЕКЛАМУ С НАЧАЛА 2021 ГОДА

За первые 9 месяцев текущего года российские кредитные организации увеличили расходы на рекламу на 54% по сравнению с тем же периодом 2020 года. Значительнее всего нарастили рекламные бюджеты розничные банки: их расходы выросли в 2,5 раза. По мнению НКР, в IV квартале затраты российских банков на рекламу продолжат расти и в годовом выражении могут прибавить более 40%, в то время как за весь прошлый год подъём составил всего 8%.

В 2020 году пандемия COVID-19 и спад деловой активности потребовали от банков пересмотра маркетинговых бюджетов, однако в 2021 году ситуация заметно изменилась: на фоне восстановления экономической активности увеличилось и присутствие кредитных организаций в медийном пространстве. В результате за январь–сентябрь текущего года расходы банковского сектора на рекламу составили 51,5 млрд руб., показав прирост год к году в размере 18 млрд руб., или 54%. Наибольший рост – 62% – пришёлся на II квартал, тогда как годом ранее расходы в апреле–июне сократились на 17%.

Рост банковских расходов на рекламу в годовом выражении, %



Контакты для СМИ:

Игорь Илюхин

igor.ilyukhin@ratings.ru

+7 (495) 136-40-47, доб. 126

Для оценки расходов на рекламу НКР использует символ 48407 формы отчётности 0409102. Для сопоставления мы разделили российские банки на три группы, исключив из анализа saniруемые кредитные организации. В каждой группе более 50% активов представлены соответствующими кредитными портфелями: розничные (физлица), корпоративные (юрлица и ИП) и универсальные (доля какого-либо сегмента не превышает 50% портфеля).

Больше остальных нарастили рекламные расходы розничные банки: вероятно, сказалось усиление конкуренции в сегментах потребительского и ипотечного кредитования на фоне рекордного спроса. В I квартале розничные банки увеличили затраты на рекламу на 195% (год к году), в последующие два квартала тенденция сохранялась: 158% во втором и 123% в третьем кварталах.

Наименьший прирост (33%) расходов на рекламу за 9 месяцев 2021 продемонстрировали универсальные банки. В I квартале показатель повысился всего на 6%, впрочем, уже в апреле–июне последовал рост на 32%. В III квартале расходы на рекламу ускорили подъём до 55% год к году. Впрочем, по объёмам рекламных бюджетов универсальные банки продолжают лидировать, формируя более 60% всех расходов.

Корпоративные банки наращивали расходы на рекламу неравномерно. За первый квартал затраты увеличились всего на 14%, а уже во втором наблюдался скачок на 103%. По итогам 9 месяцев совокупные расходы на рекламу данной группы банков поднялись на 43%.

Больше всех на рекламу с начала года потратил Тинькофф банк: расходы крупнейшего розничного банка составили 11 млрд руб. (+215% год к году), или чуть более 1% его средних активов за тот же период. По доле в активах он с существенным отрывом опережает остальные банки из топ-10 по расходам на рекламу. На втором месте – ВТБ, потративший на рекламу 9 млрд руб. (+11% год к году), что, однако, составляет менее 0,1% его средних активов. Рост таких расходов более чем вдвое (на 136%) среди крупнейших игроков показал и Совкомбанк (6-е место): его совокупный рекламный бюджет за 9 месяцев превысил 3 млрд руб. (0,2% активов). СберБанк увеличил рекламные расходы на 75%, однако сумма в 4,5 млрд руб. существенно ниже бюджетов ВТБ и Тинькофф банка.

По мнению НКР, до конца 2021 года рекламные расходы банков продолжат органически расти. С учётом традиционно высокой доли IV квартала совокупные расходы по итогам года могут достигнуть отметки 90 млрд руб., показав рост более чем на 40% по сравнению с 2020 годом. Конец года – время традиционных рекламных акций и представления новых сезонных продуктов на банковском рынке. Ужесточение регулирования розничного кредитования – дополнительный фактор, усиливающий борьбу за лучших заёмщиков и повышающий необходимость присутствия в медийном пространстве. Слабый приток средств населения в систему также может потребовать от банков увеличения бюджетов на рекламу вкладов.

II Топ-10 российских банков по расходам на рекламу за 9 месяцев 2021 года

	Расходы на рекламу, млрд руб.	Темп прироста к 9 мес. 2020 г., %	Доля расходов на рекламу в средних активах
Тинькофф банк	11	215%	1,25%
ВТБ	9	11%	< 0,1%
СберБанк	4,5	75%	< 0,1%
Альфа-банк	3,3	41%	< 0,1%
Газпромбанк	3,2	35%	< 0,1%
Совкомбанк	3	136%	0,19%
Райффайзенбанк	2,2	64%	0,15%
Открытие	2,1	40%	< 0,1%
Почта Банк	1,6	86%	0,34%
Ак Барс	1,5	5%	0,25%

**© 2021 ООО «НКР»
Ограничение
ответственности**

Все материалы, автором которых выступает Общество с ограниченной ответственностью «Национальные Кредитные Рейтинги» (далее — ООО «НКР»), являются интеллектуальной собственностью ООО «НКР» и/или его лицензиаров и защищены законом. Представленная [на сайте ООО «НКР» в сети Интернет](#) информация предназначена для использования исключительно в ознакомительных целях.

Вся информация о присвоенных ООО «НКР» кредитных рейтингах и/или прогнозах по кредитным рейтингам, предоставленная [на сайте ООО «НКР» в сети Интернет](#), получена ООО «НКР» из источников, которые, по его мнению, являются точными и надёжными. ООО «НКР» не осуществляет проверку представленной информации и не несёт ответственности за достоверность и полноту информации, предоставленной контрагентами или связанными с ними третьими лицами.

ООО «НКР» не несёт ответственности за любые прямые, косвенные, частичные убытки, затраты, расходы, судебные издержки или иного рода убытки или расходы (включая недополученную прибыль) в связи с любым использованием информации, автором которой является ООО «НКР».

Любая информация, являющаяся мнением кредитного рейтингового агентства, включая кредитные рейтинги и прогнозы по кредитным рейтингам, является актуальной на момент её публикации, не является гарантией получения прибыли и не служит призывом к действию, должна рассматриваться исключительно как рекомендация для достижения инвестиционных целей.

Кредитные рейтинги и прогнозы по кредитным рейтингам отражают мнение ООО «НКР» относительно способности рейтингуемого лица исполнять принятые на себя финансовые обязательства (кредитоспособность, финансовая надёжность, финансовая устойчивость) и/или относительно кредитного риска его отдельных финансовых обязательств или финансовых инструментов рейтингуемого лица на момент публикации соответствующей информации.

Воспроизведение и распространение информации, автором которой является ООО «НКР», любым способом и в любой форме запрещено, кроме как с предварительного письменного согласия ООО «НКР» и с учётом согласованных им условий. Использование указанной информации в нарушение указанных требований запрещено.

Любая информация, размещённая [на сайте ООО «НКР»](#), включая кредитные рейтинги и прогнозы по кредитным рейтингам, аналитические обзоры и материалы, методологии, запрещена к изменению, ранжированию.

Содержимое не может быть использовано для каких-либо незаконных или несанкционированных целей или целей, запрещённых законодательством Российской Федерации.

Кредитные рейтинги и прогнозы по кредитным рейтингам доступны [на официальном сайте ООО «НКР» в сети Интернет](#).