

# **Протокол собрания ААС**

## **25.02.2010**

## Sales-Houses

- **Casa-Media** в лице - Октавиана Хангану (заочно)
- **Alkasar-Media** в лице – Александр Паскаль
- **Nova-TV** в лице – Евгения Сергеева
- **Media PRO** в лице - Геннадия Брагиша

## Рекламные Агентства

- **Indigo** в лице - Дианы Бойко
- **Apron Group** в лице - Галины Забловской
- **Insight** в лице - Натальи Пухляковой
- **Smart-Media** в лице – Висктории Караман
- **Initiative-Media** в лице - Тимура Ефремова
- **Media-Perfect** в лице – Окишор Марины
- **ADV-prime** в лице - Ирины Павленко
- **Brandson** в лице - Лилианы Урски
- **Galart** в лице - Ирины Цехович
- **Priormedia** в лице – Владис Мигай
- **Target Group WW** в лице – Ганенко Татьяны

## Представители ООН

- **Standart** в лице – Андрей Жикол
- **Varo-Inform** в лице – Сергей Хасанов

## Представители Радиостанций

- **Хит-ФМ** в лице - Ольги Ципордей
- **Стильное радио Шансон** в лице - Ольги Ципордей
- **Radio Alla** в лице - Ольги Ципордей
- **PRO-FM** в лице - Геннадия Брагиша
- **Радио 7** в лице – Виктора Купершлак

## Представители Телеканалов

- **СТС/TV DIXI** в лице - Дана Лозован и Ольги Ципордей
- **PRO-TV** в лице - Геннадия Брагиша

## Представители Прессы

- **Комсомольская правда** в лице – Аллы Истрати
- **Антенна** в лице - Вячеслава Клименко и Алены Мелиховой
- **Makler** в лице – Татьяны Морарь

## Internet

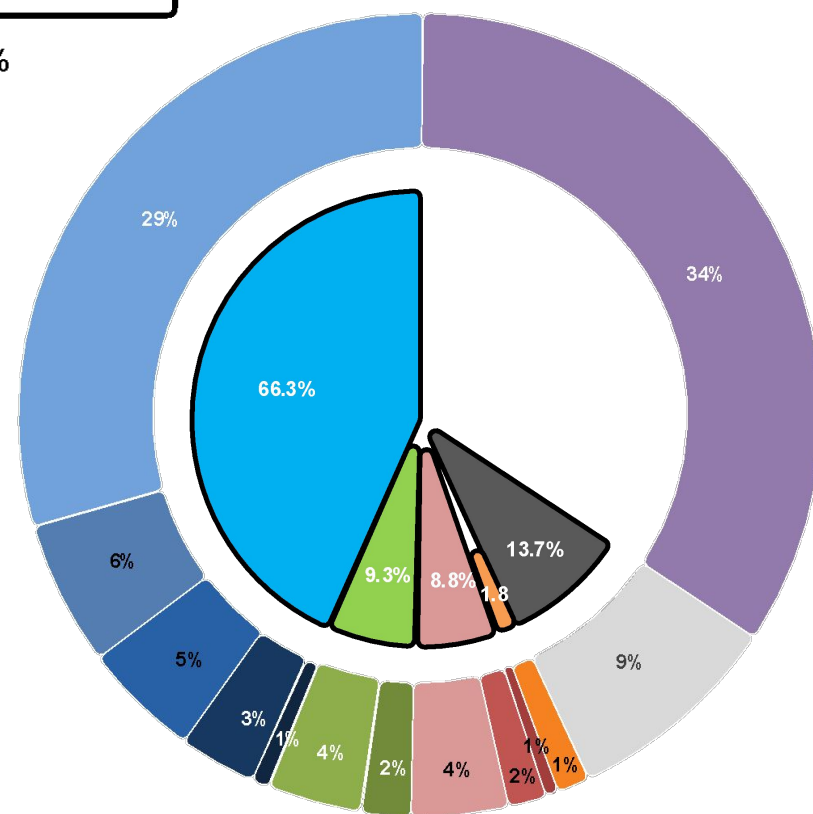
- **allmoldova.md & allfun.md** в лице - Павла Зинган
- **protv.md** в лице - Геннадия Брагиша
- **Deeplace** в лице - Оксаны Стопвец

# Структура ТВ рынка 2009 год

www.agb.com

|                   | SHR%         | CSHR%        |
|-------------------|--------------|--------------|
| <b>Casa-Media</b> | <b>43.6%</b> | <b>66.3%</b> |
| Prime             | 29.4%        | 44.7%        |
| NIT               | 5.0%         | 7.6%         |
| 2plus             | 5.9%         | 8.9%         |
| CTC/TV DIXI       | 2.5%         | 3.8%         |
| Muz TV            | 0.8%         | 1.3%         |
| <b>Alkassar</b>   | <b>6.2%</b>  | <b>9.3%</b>  |
| TV7-HTB           | 3.9%         | 5.9%         |
| THT-Bravo         | 2.3%         | 3.4%         |
| <b>Nova TV</b>    | <b>5.8%</b>  | <b>8.8%</b>  |
| N4                | 3.7%         | 5.6%         |
| Euro TV           | 1.8%         | 2.7%         |
| Ren TV            | 0.3%         | 0.5%         |

|                          | SHR%         | CSHR%        |
|--------------------------|--------------|--------------|
| <b>Media PRO</b>         | <b>1.2%</b>  | <b>1.8%</b>  |
| <b>PRO TV*</b>           | <b>1.2%</b>  | <b>1.8%</b>  |
| <b>Independent Sales</b> | <b>9%</b>    | <b>13.7%</b> |
| Moldova 1                | 9%           | 13.7%        |
| <b>No advertising</b>    |              |              |
| <b>OTHERS</b>            | <b>34.2%</b> |              |



\* Компания Mediapro провела в 2009 году аудит панели AGB. В следствии выявленных нарушений, компания не согласна с явно заниженной коммерческой долей телеканала PRO TV, которая следует из данных AGB.

# Объем ТВ рынка на 2009 г.

- Ниже приведены мнения **СЕЙЛЗ-ХАУСОВ** относительно объема TV рынка в 2009 году, включая политическую рекламу.

| CSHR                    | Sales-House                                                                                         | mln. €      |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| 66,3%                   |  <b>CASA-MEDIA</b> | 10          |
| 9,3%                    |  <b>ALKASAR</b>    | 11          |
| 8,8%                    |  <b>NOVA TV</b>    | 11          |
| 1,8%                    |  <b>MEDIA PRO</b>  | 11          |
| <b>Средневзвешенное</b> |                                                                                                     | <b>10,2</b> |

Средневзвешенный  
объем ТВ рынка  
составляет **€ 10,2 mln.**

- По оценкам **СЕЙЛЗ-ХАУСОВ**, рекламный бюджет коммерческой рекламы на 2009 год составляет **~10,2\*** млн. евро.
- Объем политической рекламы составляет **~1 млн. евро** без учета НДС.
- Соответственно, объем всего ТВ рынка в 2009 году, включая политическую рекламу составил **~11,2 млн. евро** без учета НДС.

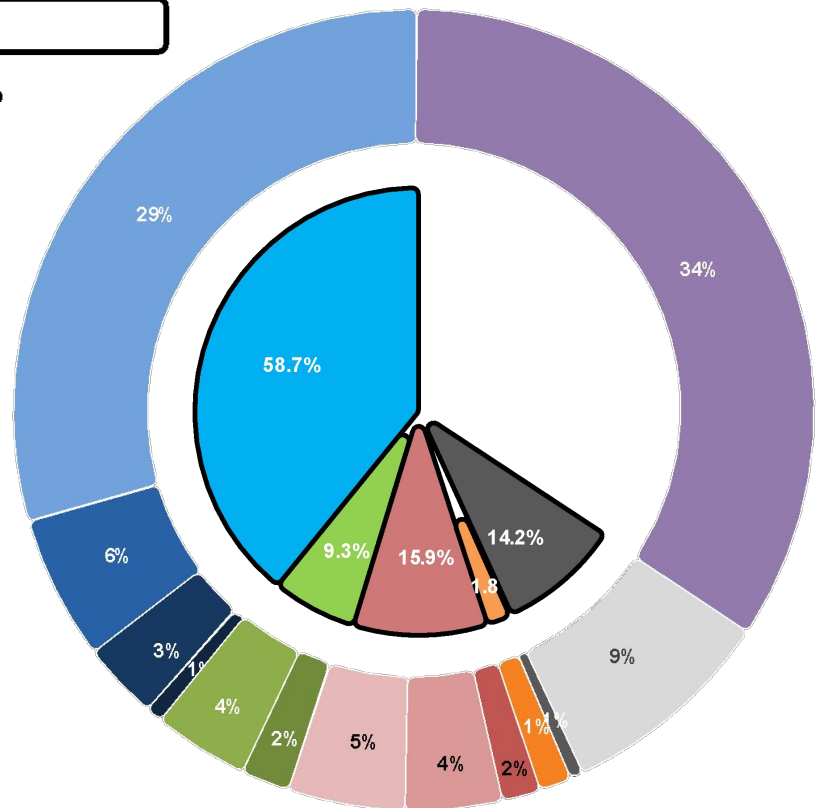
\*включая все комиссии, без учета НДС и политической рекламы

# Структура ТВ рынка 2010 год

www.agb.com

|                   | SHR%         | CSHR%        |
|-------------------|--------------|--------------|
| <b>Casa-Media</b> | <b>38.6%</b> | <b>58.7%</b> |
| Prime             | 29.4%        | 44.7%        |
| 2plus             | 5.9%         | 8.9%         |
| CTC/TV DIXI       | 2.5%         | 3.8%         |
| Muz TV            | 0.8%         | 1.3%         |
| <b>Alkasar</b>    | <b>6.2%</b>  | <b>9.3%</b>  |
| TV7-HTB           | 3.9%         | 5.9%         |
| THT-Bravo         | 2.3%         | 3.4%         |
| <b>Nova TV</b>    | <b>10.5%</b> | <b>15.9%</b> |
| NIT               | 5.0%         | 7.6%         |
| N4                | 3.7%         | 5.6%         |
| Euro TV           | 1.8%         | 2.7%         |
| TVC 21**          | -            | -            |

|                          | SHR%         | CSHR%        |
|--------------------------|--------------|--------------|
| <b>Media PRO</b>         | <b>1.2%</b>  | <b>1.8%</b>  |
| PRO TV*                  | 1.2%         | 1.8%         |
| <b>Independent Sales</b> | <b>9.3%</b>  | <b>14.2%</b> |
| Moldova 1                | 9%           | 13.7%        |
| Ren TV                   | 0.3%         | 0.5%         |
| <b>No advertising</b>    |              |              |
| <b>OTHERS</b>            | <b>34.2%</b> |              |



\* Компания Mediapro провела в 2009 году аудит панели AGB. В следствии выявленных нарушений, компания не согласна с явно заниженной коммерческой долей телеканала PRO TV, которая следует из данных AGB.

\*\* телеканал TVC 21 в 2009 году не измеряется.

- Ниже приведены мнения **СЕЙЛЗ-ХАУСОВ** относительно изменения объемов TV рынка в 2010 году.

| CSHR             | Sales-House                                                                       |            | Изменение % |
|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------|-------------|
| 58,7%            |  | CASA-MEDIA | 0%          |
| 9,3%             |  | ALKASAR    | +5%         |
| 15,9%            |  | NOVA TV    | +5%         |
| 1,8%             |  | MEDIA PRO  | +2,5%       |
| Средневзвешенное |                                                                                   |            | +1,5%       |

Рост ТВ рынка составит  
**+1,5%**

- По оценкам **СЕЙЛЗ-ХАУСОВ**, объем коммерческой ТВ рекламы в 2010 году увеличится на **1,5%**.

# Объем ТВ рынка 2009г. Прогноз

2010г

- Ниже приведены мнения **РЕКЛАМНЫХ АГЕНТСТВ** относительно объема TV рынка в 2009 году, включая политическую рекламу.

| Рекламное агентство | mln. € | Изменение % |
|---------------------|--------|-------------|
| Indigo              | 14     | +10%        |
| Apr-om              | 14     | +10%        |
| Galart              | 14     | 0%          |
| Smart-Media         | 14     | 0%          |
| Prior               | 12     | -20%        |
| Insight             | 14     | 0%          |
| Brandson            | 14     | 0%          |
| Средневзвешенное    | 13.7   | 0%          |

Средневзвешенный объем ТВ рынка составляет **€ 13,7 mln.** В 2010 году объем рынка не изменится.

- По оценкам **РЕКЛАМНЫХ АГЕНТСТВ**, рекламный бюджет коммерческой рекламы на 2009 год составляет **~13,7\*** млн. евро.
- В 2010 году объем ТВ рынка существенно не изменится.

\*включая все комиссии, без учета НДС и политической рекламы.8



- Мнения по объему рынка ТВ в 2009 году, а также по прогнозу изменения на 2010 год разделились.
- **РЕКЛАМНЫЕ АГЕНТСТВА** утверждают:
  - Рекламный бюджет коммерческой рекламы на 2009 год составляет ~**13,7\*** млн. евро.
  - В 2010 году объем ТВ рынка существенно не изменится.
- **СЕЙЛЗ-ХАУСЫ** утверждают:
  - Рекламный бюджет коммерческой рекламы на 2009 год составляет ~**10,2\*** млн. евро,.
  - Объем рекламного рынка в 2010 году увеличится на **1,5%**.
- В качестве основы выберем среднее арифметическое между мнениями рекламных агентств и сейлз-хаусов:

# Объем рынка радио рекламы

- В ходе встречи свою оценку радио рынка предоставили радиостанции «ХИТ ФМ», «Шансон», «PRO FM» и «Радио 7».
- Объем радио рынка в 2009 году был оценен в размере **1,3 млн. евро**
- В 2010 году планируется сохранение рынка радио рекламы на прежнем уровне :**1,3 млн. евро**

\*В случае сохранения активности в категории «алкогольные напитки»

| Аудитория радиостанций за месяц |                           |       |
|---------------------------------|---------------------------|-------|
| 1                               | Хит FM                    | 32,1% |
| 2                               | Русское Радио – Poli Disc | 30,2% |
| 3                               | Взрослое радио Шансон     | 19,9% |
| 4                               | Radio Noroc               | 19,4% |
| 5                               | Авто Радио                | 18%   |
| 6                               | Ретро FM                  | 17,8% |
| 7                               | Серебряный Дождь          | 16,3% |
| 8                               | Европа Плюс Молдова       | 14,4% |
| 9                               | Kiss FM                   | 14,1% |
| 10                              | Fresh FM                  | 11,1% |
| 11                              | Radio Moldova             | 9,5%  |
| 12                              | Megapolis Fm – МегаРадио  | 8,6%  |
| 13                              | Antena C                  | 8,3%  |
| 14                              | Pro FM                    | 7,9%  |
| 15                              | Radio Sanatatea           | 7,7%  |
| 16                              | Радио 7                   | 7,6%  |
| 17                              | City FM                   | 7,3%  |
| 18                              | Maestro FM                | 6,9%  |
| 19                              | Radio 21                  | 5,7%  |
| 20                              | Vocea Basarabiei          | 2,9%  |

# Объем рынка прессы

- Объем рекламного рынка прессы в 2009 году оценивается в размере **3,2 млн. евро**,
- Рост бюджетов на рекламу в прессе в 2010 году участники оценили в размере **+5%**

■ Прогн

| Аудитория еженедельных газет за евро<br>полгода |                                  |       |
|-------------------------------------------------|----------------------------------|-------|
| 1                                               | Комсомольская Правда             | 46,4% |
| 2                                               | Маклер – Киши. выпуск за пятницу | 36,5% |
| 3                                               | Антенна                          | 30,4% |
| 4                                               | Маклер - Киш. выпуск за вторник  | 28,2% |
| 5                                               | Аргументы и Факты                | 25,4% |
| 6                                               | Маклер - Киш. выпуск за четверг  | 19,3% |
| 7                                               | Маклер - Бельц. выпуск           | 14,7% |
| 8                                               | Saptamina                        | 14,7% |
| 9                                               | Шанс                             | 14,2% |
| 10                                              | Труд                             | 11,5% |

# Объем рынка наружной рекламы

- Объем рынка наружной рекламы за 2009 год участниками рынка оценён в размере **4,5 млн. евро.**
- Сокращение рынка наружной рекламы в 2010 году прогнозируется в размере **-20%.**
- Прогноз об



# Объем рынка рекламы в кинотеатрах

- Объем рынка рекламы в кинотеатрах за 2009 год оценён в размере **0,1 млн. евро.**
- Прогноз объема рынка на 2009 год ~ **0,1 млн. евро.**



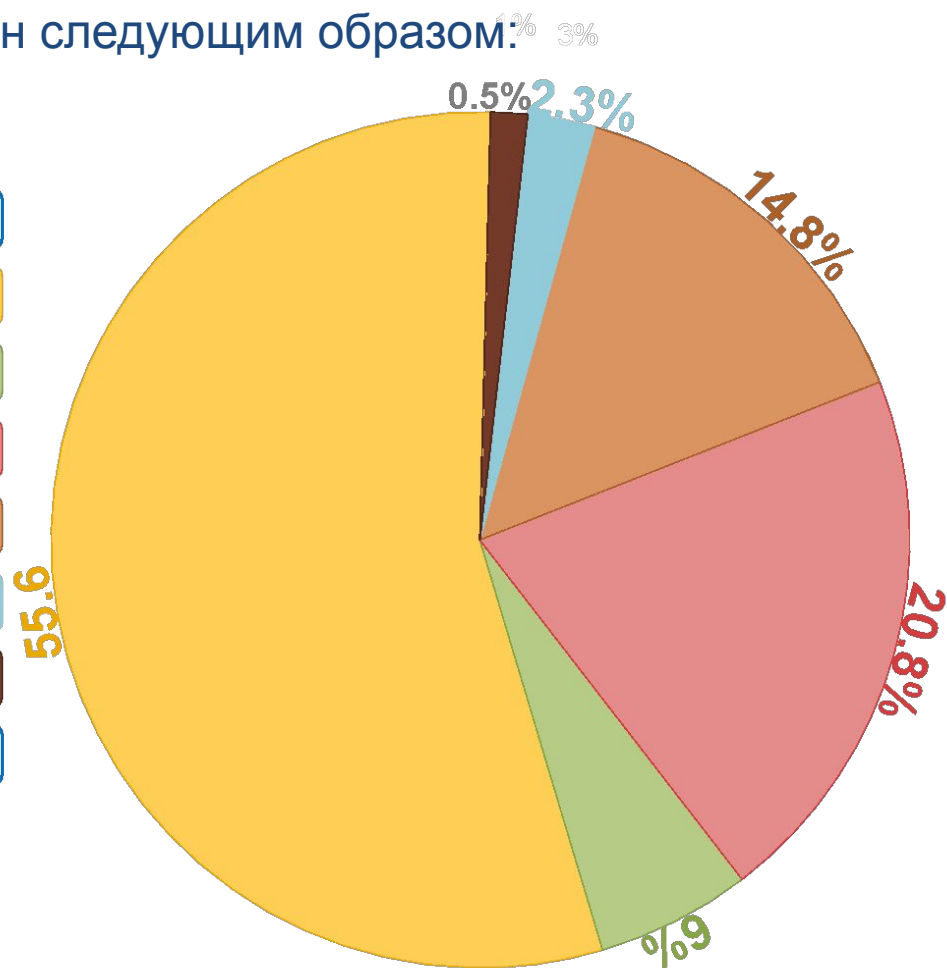
- Объем Internet рынка в 2009 году оценивается в **0,5 млн. евро.**
- В 2010 году прогнозируется прирост рынка в размере **+30%.**
- Объем интернет рынка на 2010 г. оценивается в размере **0,65 млн.**



# Оценка рынка 2009 год

- В ходе собрания рынок был оценен следующим образом:

| MEDIA        | млн. €   2009 | Прогноз 2010 |
|--------------|---------------|--------------|
| TV           | 12            | +0.75%       |
| RADIO        | 1.3           | +10%         |
| OOH          | 4.5           | -20%         |
| PRESS        | 3.2           | +5%          |
| INTERNET     | 0.5           | +30%         |
| CINEMA       | 0.1           | -            |
| <b>TOTAL</b> | <b>21.6</b>   | <b>-2.3%</b> |

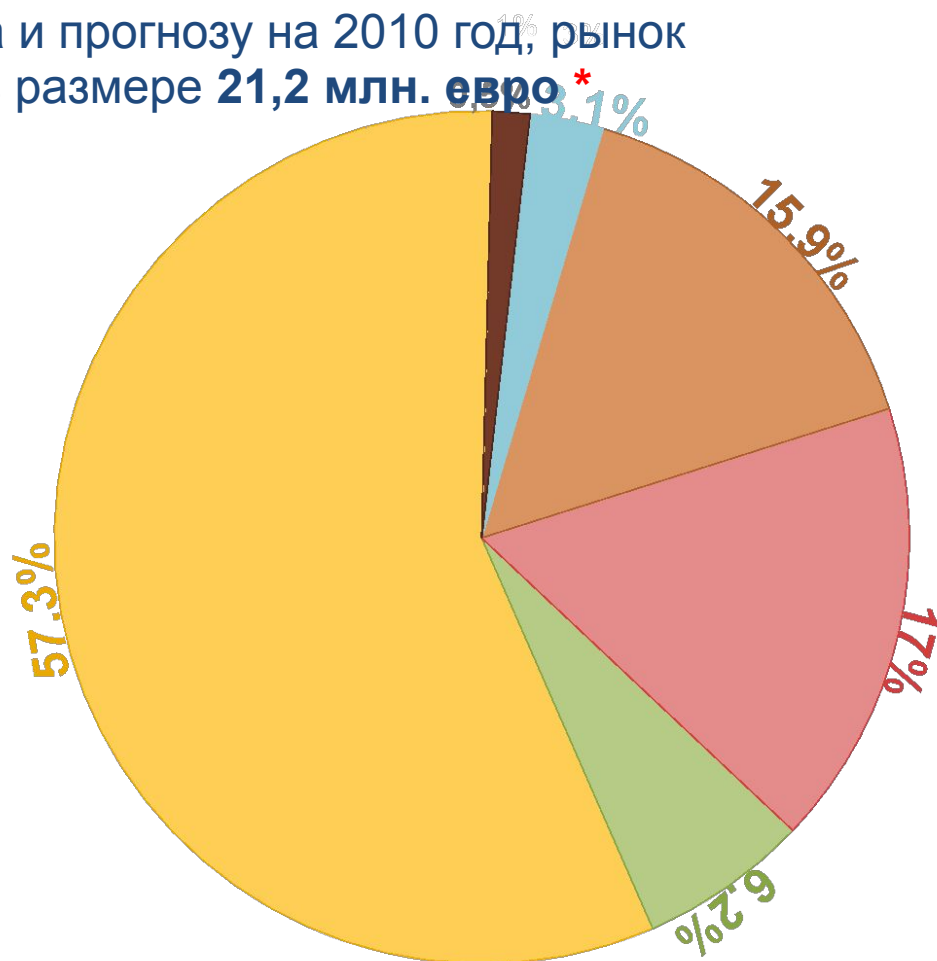


- Общий объем коммерческой рекламы, без учета политической рекламы составил **22,6€ млн\***.
- В 2010 совокупный объем коммерческой рекламы уменьшится на **-2,3%**.

# Прогноз рынка 2010 год

- Согласно объему рынка 2009 года и прогнозу на 2010 год, рынок коммерческой рекламы оценен в размере **21,2 млн. евро\***

| MEDIA        | mln. €   2010 |
|--------------|---------------|
| TV           | 12.1          |
| RADIO        | 1,3           |
| OOH          | 3,6           |
| PRESS        | 3,4           |
| INTERNET     | 0,7           |
| CINEMA       | 0.1           |
| <b>TOTAL</b> | <b>21.2</b>   |



- Средневзвешенное падение рынка в 2010 году составит **-2,3%**



**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**