

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

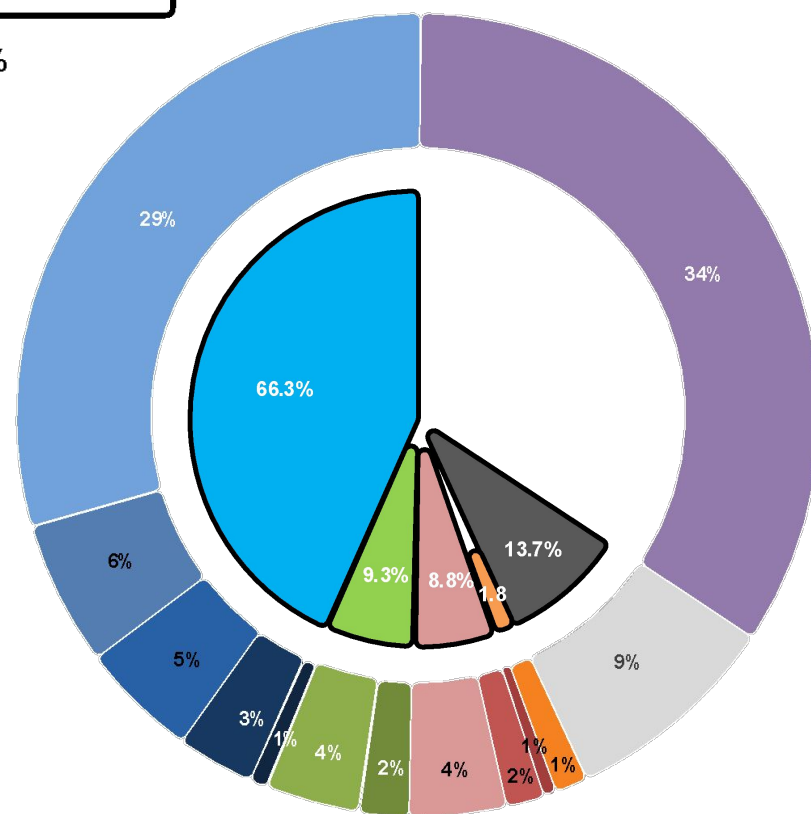
- **allmoldova.md & allfun.md** в лице - Павла Зинган
- **protv.md** в лице - Геннадия Брагиша
- **Deeplace** в лице - Оксаны Стопвец

Структура ТВ рынка 2009 год

www.agb.com

	SHR%	CSHR%
Casa-Media	43.6%	66.3%
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%
Alkassar	6.2%	9.3%
TV7-HTB	3.9%	5.9%
THT-Bravo	2.3%	3.4%
Nova TV	5.8%	8.8%
N4	3.7%	5.6%
Euro TV	1.8%	2.7%
Ren TV	0.3%	0.5%

	SHR%	CSHR%
Media PRO	1.2%	1.8%
PRO TV*	1.2%	1.8%
Independent Sales	9%	13.7%
Moldova 1	9%	13.7%
No advertising		
OTHERS	34.2%	



* 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%	 CASA-MEDIA	10
9,3%	 ALKASAR	11
8,8%	 NOVA TV	11
1,8%	 MEDIA PRO	11
Средневзвешенное		10,2

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.

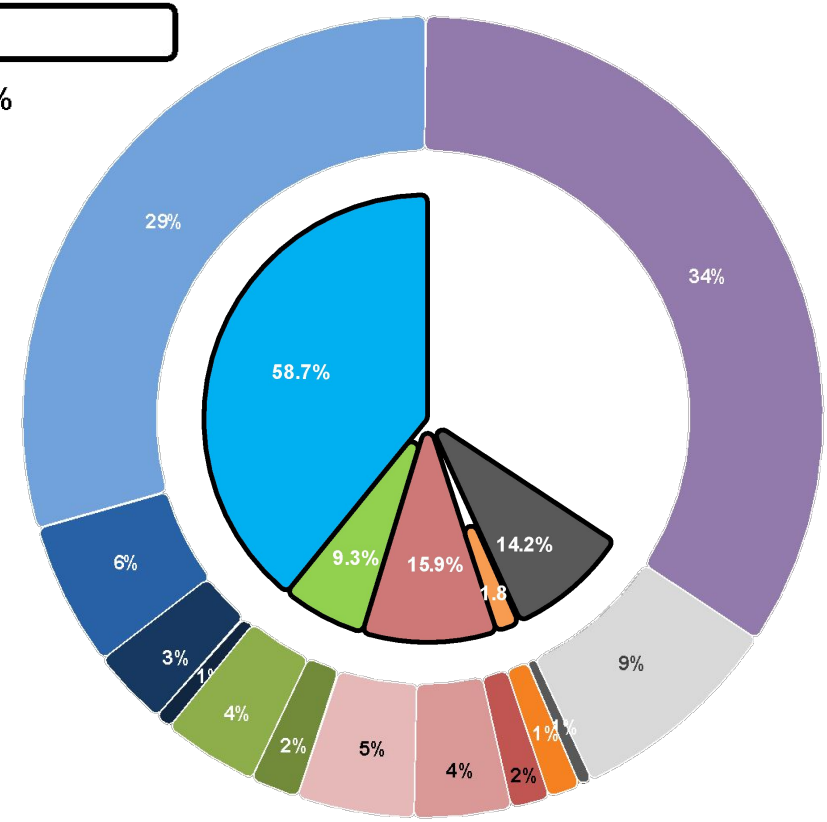
*включая все комиссии, без учета НДС и политической рекламы

Структура ТВ рынка 2010 год

www.agb.com

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

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



* 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 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.**



Internet

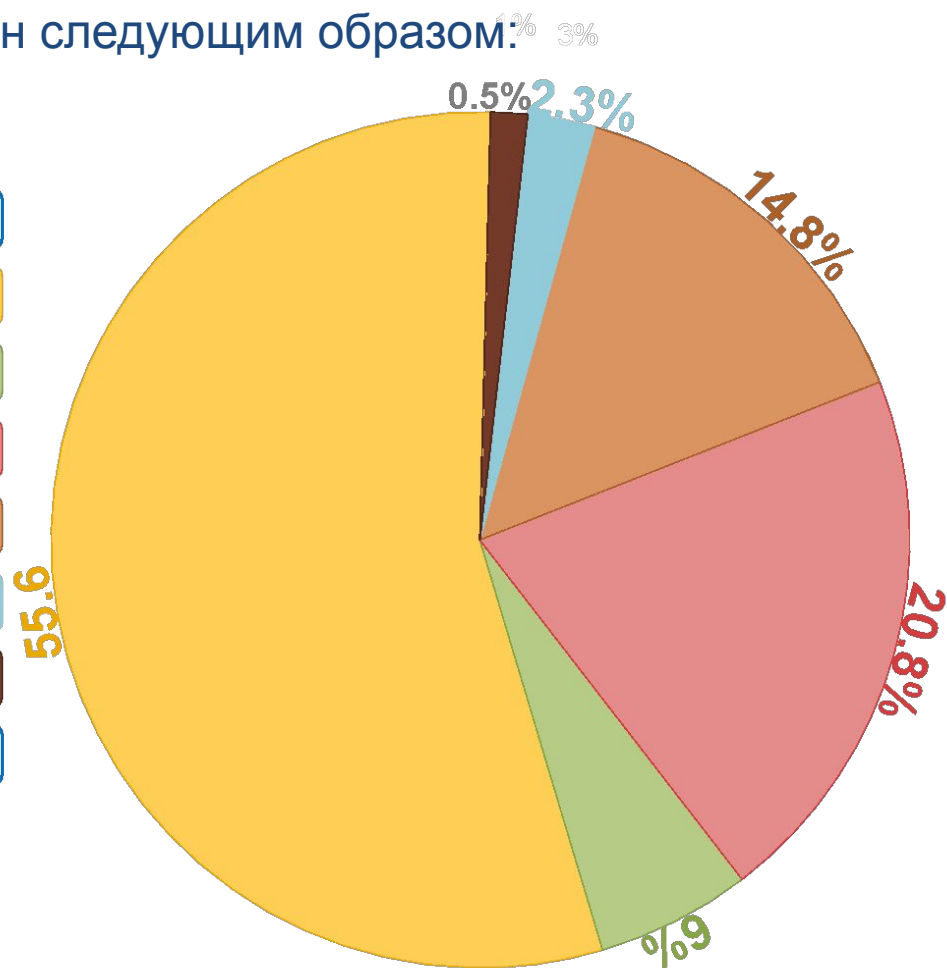
- Объем Internet рынка в 2009 году оценивается в **0,5 млн. евро.**
- В 2010 году прогнозируется прирост рынка в размере **+30%.**
- Объем интернет рынка на 2010 г. оценивается в размере **0,65 млн.**



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	-
TOTAL	21.6	-2.3%

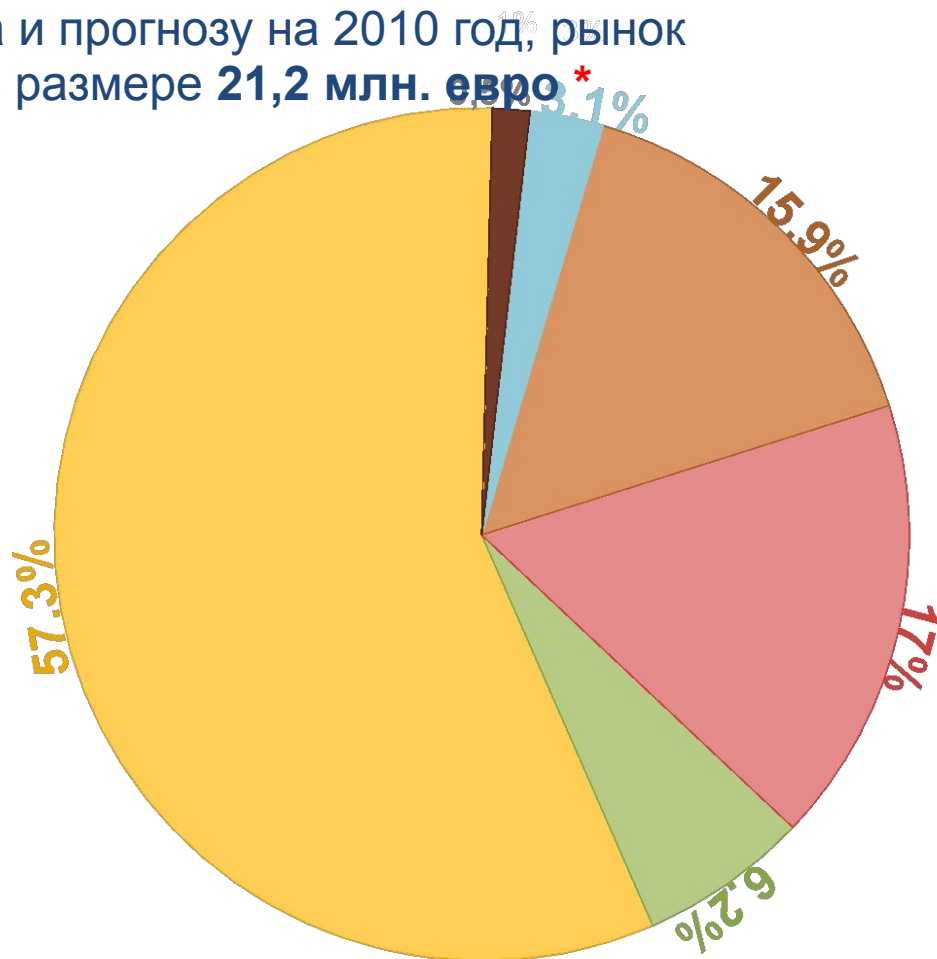


- Общий объем коммерческой рекламы, без учета политической рекламы составил **22,6€ млн***.
- В 2010 совокупный объем коммерческой рекламы уменьшится на **-2,3%**.

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
TOTAL	21.2



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

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!