

# — Вещателям прописали доход

18 апреля 2013 11:55

Источник: Коммерсант

Наиболее успешно в прошлом году монетизировали свою аудиторию два молодежных телеканала — MTV и "Муз-ТВ", подсчитало специально для "Ъ" агентство "Квенди Русмедиааудит". Именно эти два вещателя подверглись переменам. "Муз-ТВ" еще минувшей осенью был переименован в "Ю", сохранив, правда, большую часть своих программ. А MTV этим летом будет полностью переформатирован: на его частоте заработает новый канал "Пятница".

Третий год подряд агентство "Квенди Русмедиааудит" оценивает для "Ъ" возможные доходы телеканалов от размещения рекламы и спонсорских заставок в федеральном эфире (когда один и тот же ролик транслируется во всех городах вещания). Расчеты базируются на определении эффективной стоимости одного пункта рейтинга — условной единицы, по которой на ТВ продается реклама. Каждый такой пункт рейтинга отражает количество зрителей, увидевших рекламный ролик. Зная общий объем проданных пунктов рейтингов в целевой аудитории каждого канала, уже можно вычислить его возможную рекламную выручку. Доходы от региональной рекламы (когда в каждом городе транслируется свой ролик) подсчитать корректно пока не представляется возможным. Гендиректор "Квенди Русмедиааудита" Дмитрий Кураев напоминает, что 50% всего рекламного инвентаря в федеральном телеэфире покупают первые 16 рекламодателей. Они имеют наиболее выгодные условия, все же остальные рекламодатели покупают телерекламу по гораздо более высоким расценкам. Поэтому получившаяся средняя стоимость одного пункта рейтинга для каждого канала — весьма условный показатель, оговаривается господин Кураев. Допустимая погрешность в оценке доходов может составлять плюс-минус 10%. В целом 17 каналов заработали в прошлом году на рекламе в федеральном эфире, по версии "Квенди Русмедиааудита", 128,6 млрд руб. с НДС и комиссией продавца. Аналитический центр "Видео Интернешнл" оценил по итогам 2012 года сегмент федеральной телерекламы в 128,8 млрд руб. также с НДС. Из вещателей выручку по МСФО с отдельной разбивкой по доходам от федеральной и региональной рекламы публикует только холдинг "СТС Медиа", управляющий СТС, "Домашним" и "Перцем". В 2012 году на федеральной телерекламе СТС заработал 16,975 млрд руб. с НДС, "Домашний" — 3,449 млрд руб., "Перец" — 2,651 млрд руб., следует из отчетности холдинга. Оценки "Квенди Русмедиааудита" близки к этим цифрам (см. таблицу). Подробнее: <http://www.kommersant.ru/doc/2171416>