

Vizeum
Connections that Count

ТВ РЫНОК СЕГОДНЯ И ЗАВТРА



Текущая ситуация на рынке ТВ рекламы, прогнозы и ожидания на 2014 год.

В 2013 году на рынке ТВ рекламы работают два крупных игрока: Альянс и Группа 1+1. В конце прошлого года перед созданием Альянса сейлз-хаусов StarLight Sales, Интер Медиа Групп и Медиа Партнерство рынку была озвучена основная цель объединения, а именно: увеличение инвестиций в телевидение на 25%. Это амбициозная цель, особенно с учетом темпов развития экономики нашей страны, факта уже состоявшегося на тот момент бюджетирования у большинства крупных рекламодателей и роста возможностей Интернета, как медиа.

Двусторонние попытки Альянса и Группы 1+1 договориться о совместных продажах на 2014 год не увенчались успехом. Рынок продолжит практику выбора из двух возможных эксклюзивных сделок: каналы Альянса или Группы 1+1.

Фигурирующие в прессе заявления от сейлз-хаусов демонстрируют, что финансовые ожидания у продавцов стали более реалистичными. Альянс предоставлял информацию об инфляции на уровне 20%, Группа 1+1 – на уровне 10-15%.

Ожидаем, что среднерыночная инфля-

ция не превысит коридор 10-15% и именно она будет драйвером роста инвестиций рекламодателей. Средний же рост рынка будет колебаться от 0 до 10%, и точная цифра напрямую коррелирует с экономическими показателями страны.

Относительно возможной девальвации доллара и валютных рисках - бюджетирование большинства рекламодателей происходит в национальной валюте, как и расчеты с продавцами рекламы. Тем не менее, продавцы, покупающие ТВ контент/форматы за иностранную валюту, пытаются застраховаться от возможной девальвации. В условиях закупки на 2014 год предусмотрен пункт о пересмотре цен в сторону увеличения в случае роста курса НБУ выше 8,8 грн за доллар. Если до этого дойдет, на рынке могут возникнуть серьезные трения: рекламодатели гривневые инвестиции в медиа забюджетировали и достать экстрара бюджет на погашение валютных колебаний будет просто неоткуда.

В сфере телеизмерений с 2014 года грядут изменения. Рекламодатели с большим вниманием следят за новостями по теме ТВ измерений и ждут результаты смены измерителя и панели. В октябре, на организованной ИТК конференции «ТВ измерения», было в общих чертах представлено, какие изменения в системе измерения и выборке респондентов будут внедрены компанией Nielsen. Важно, что прозвучала информация о возможной девиации общего телесмотра в рамках 5%. Конечно, результаты тестовых исследований всему рынку детально недоступны, да и не отражают на данном этапе реальной картины.

Рекламодатели ждут, а рекламные агентства строят прогнозы.

*Виктория Кириленко
Источник: Aegis Media/GMG*