

Развитие автомобильных телеканалов в 2019 г.

Материал для обсуждения

14 декабря 2018 г.

Докладчик: Рябцев Д.Е.

Настоящий документ является внутренним документом АО «Телекомпания «СТРИМ» и содержит конфиденциальную информацию, касающуюся бизнеса и текущего состояния АО «Телекомпания «СТРИМ». Вся информация, содержащаяся в настоящем документе, является собственностью АО «Телекомпания «СТРИМ». Передача данного документа какому-либо стороннему лицу неправомерна. Любое дублирование данного документа частично или полностью без предварительного разрешения АО «Телекомпания «СТРИМ» строго запрещается.

«Драйв» и «АВТО24»: описание телеканалов и рынки присутствия



«Драйв» — прикладной телеканал для автолюбителей.

Миссия телеканала — в развлекательной форме предоставлять телезрителю максимум практической информации, содействовать тому, чтобы эксплуатация автомобиля оставляла только положительные эмоции. Телеканал вещает для людей, выбирающих автомобиль или ищущих подтверждение уже сделанному выбору, интересующихся автомобилем как техническим, социальным, культурным явлением.

Программы телеканала — площадка для обсуждения вопросов автомобильного мира: от проблем выбора и эксплуатации машины до вопросов, связанных с правилами дорожного движения и другими юридическими аспектами. Уверенность телезрителей в практичности полученной информации подкрепляется авторитетом привлечённых экспертов.

Примеры крупных операторов связи, ретранслирующих канал:



Аудитория канала (сентябрь 2018 г.): 22,4 млн чел.



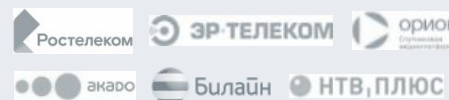
«АВТО24» — развлекательный лайфстайл-телеканал, ориентированный на всех, кто неравнодушен к автомобилям.

В центре внимания — автомобиль как способ получения удовольствия от жизни, элемент стиля жизни, предмет увлечения и самовыражения.

Миссия телеканала — подарить зрителю яркий, запоминающийся контент, просмотр которого воспринимался бы как один из наилучших вариантов провести свободное время.

Телеканал не замыкается на автомобильной теме, а интегрирует в структуру контента другие яркие, цепляющие зрителя темы – необычная техника, путешествия, хобби и мода.

Примеры крупных операторов связи, ретранслирующих канал:



Аудитория канала (сентябрь 2018 г.): 8,0 млн чел.

РЫНКИ ПРИСУТСТВИЯ АВТОМОБИЛЬНЫХ КАНАЛОВ:

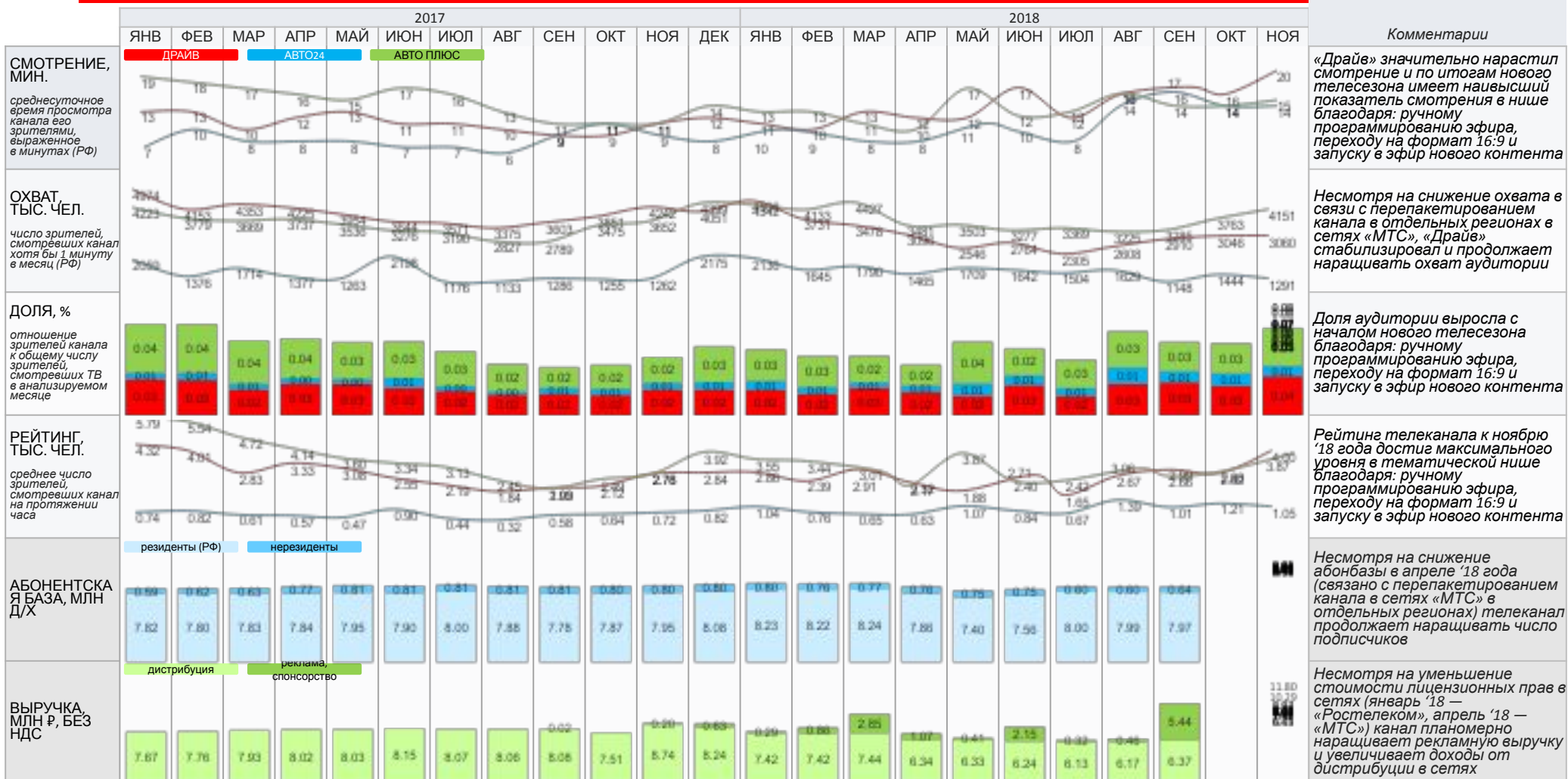
Рынок дистрибуции платных телеканалов в РФ¹:
42,46 млн д/х
абонентская база операторов платного ТВ
101 млрд ₽
выручка операторов платного ТВ
20 млрд ₽
выручка платных телеканалов

Рынок рекламы платных телеканалов в РФ²:
6,0 млрд ₽
выручка платных телеканалов от рекламы

¹ Данные ИАА Telecom Daily за 3 квартал 2018 г.

² Оценка объема рекламного рынка в 2018 г. на основе данных АКАР за 2017 г. и 9 месяцев 2018 г.

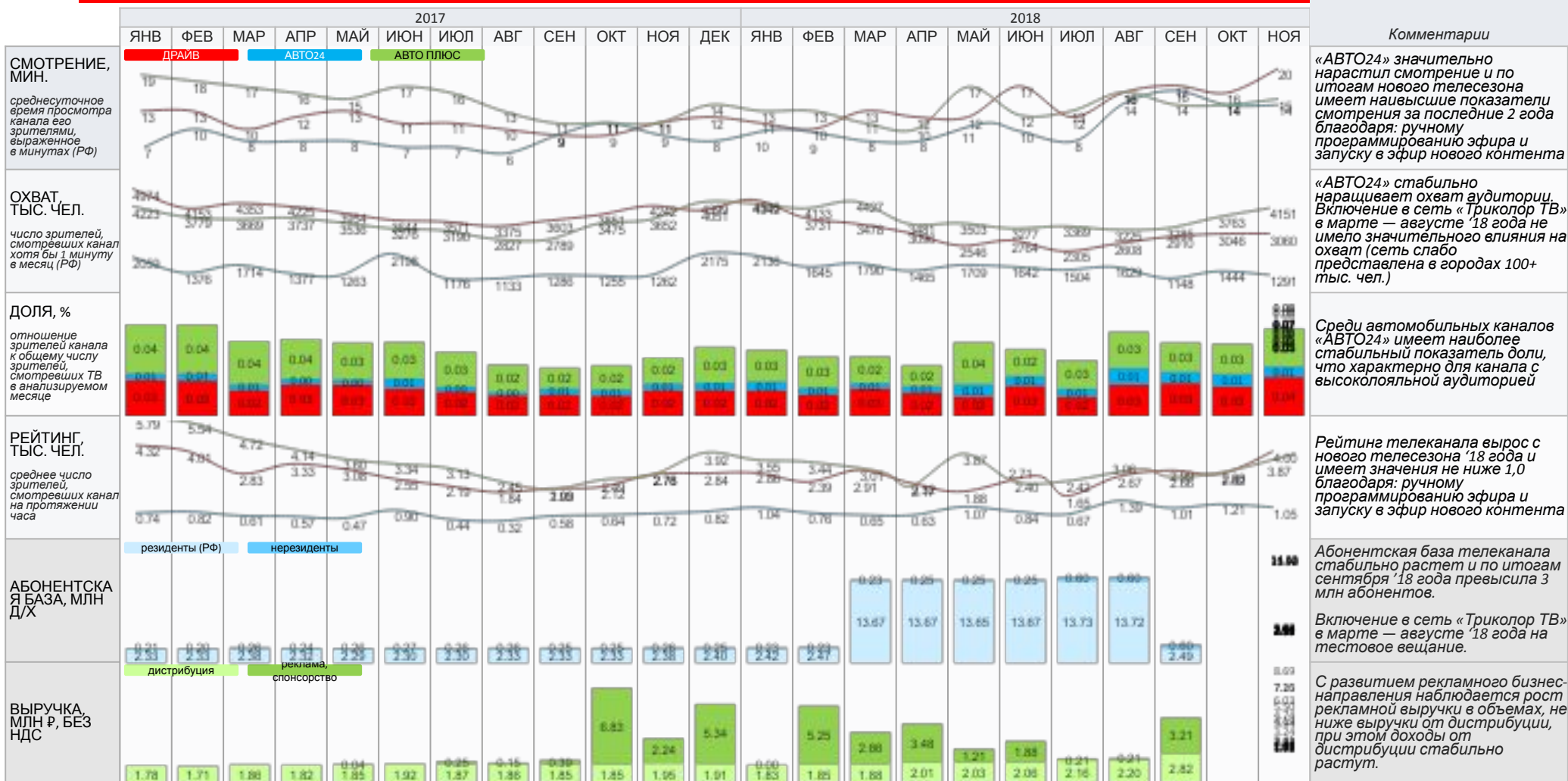
«Драйв»: текущее положение в нише и показатели телесмотра 2017–2018 гг.



Источник данных по показателям телесмотра: Mediascope, проект TV Index Plus, электронные измерения, Россия (совокупность городов 100 000+), 2017–2018 гг., население 4+.

Телеканал «Драйв» улучшил позиции по телесмотрению и стал лидером в нише автомобильных телеканалов. Телеканал продолжает наращивать абонентскую базу и выручку как в части рекламы, так и дистрибуции.

«АВТО24»: текущее положение в нише и показатели телесмотрения 2017–2018 гг.

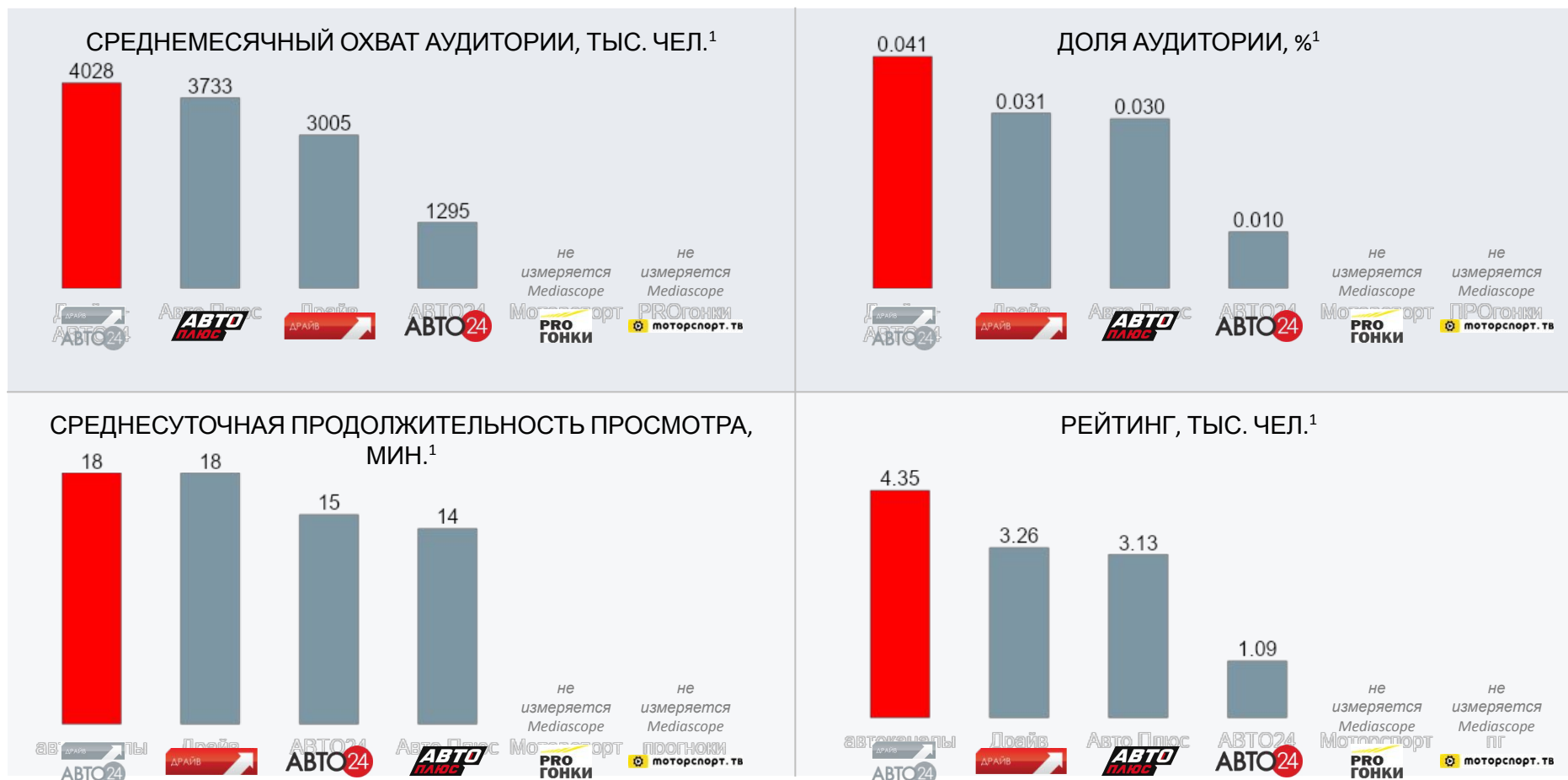


Источник данных по показателям телесмотрения: Mediascope, проект TV Index Plus, электронные измерения, Россия (совокупность городов 100 000+), 2017–2018 гг., население 4+.

Телеканал «АВТО24» значительно улучшил позиции по телесмотрению с середины 2018 года.

Телеканал активно наращивает абонентскую базу и выручку как в части рекламы, так и дистрибуции. Рекламная выручка практически сравнялась с выручкой от дистрибуции.

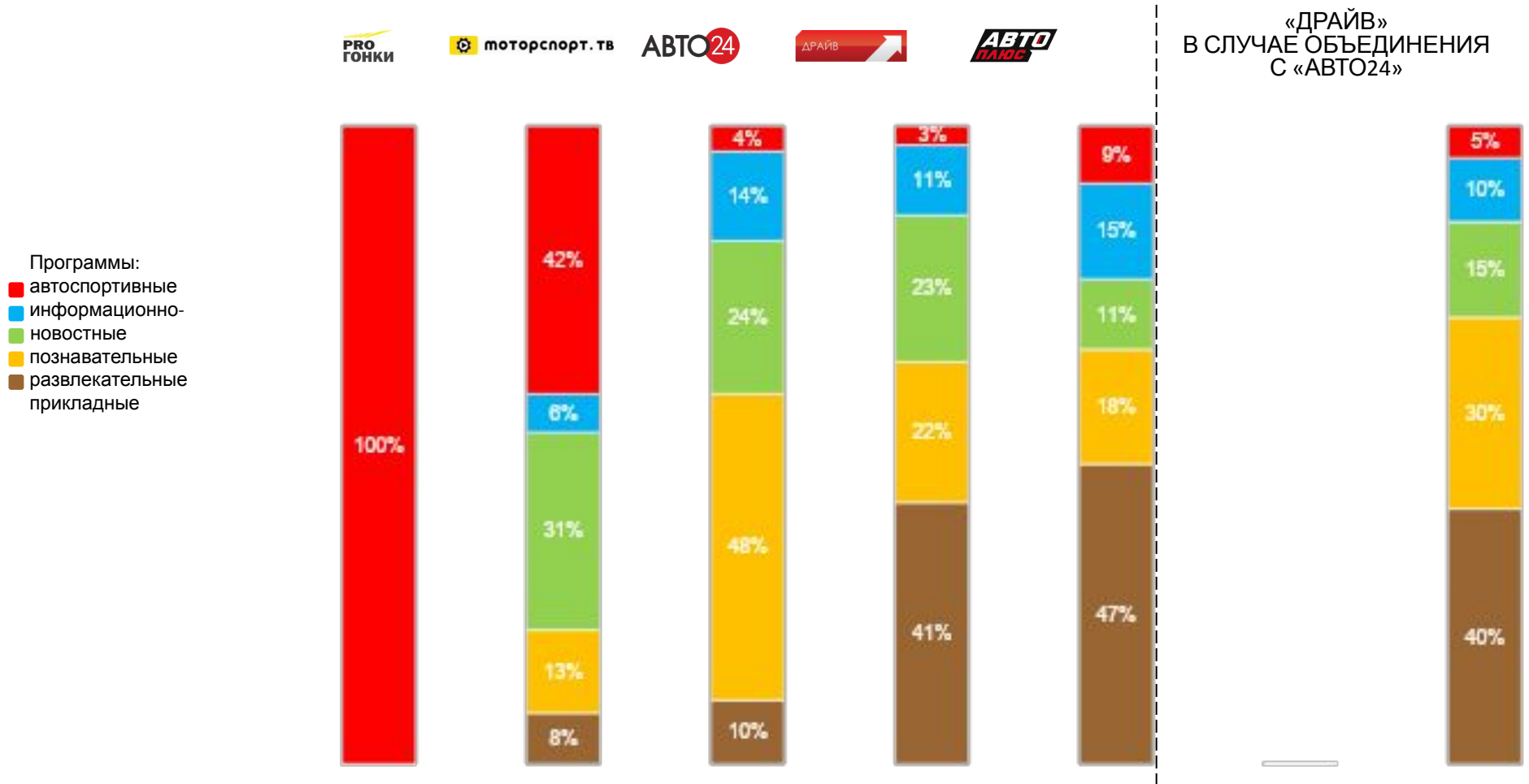
Показатели телесмотрения автомобильных каналов



¹ Источник: Mediascope, проект TV Index Plus, электронные измерения, Россия (совокупность городов 100 000+), сентябрь — ноябрь 2018 г., население 4+. Среднемесячный охват аудитории [AvMRch(000)] — среднее число зрителей, смотревших канал у себя дома хотя бы 1 минуту в месяц. Доля аудитории [Share] — процент телезрителей, смотревших телеканал, рассчитываемый как отношение зрителей канала к общему количеству телезрителей, смотревших ТВ во время анализируемого периода. Среднесуточная продолжительность просмотра [ATVR] — среднесуточное время просмотра телеканала его зрителями, выраженное в минутах. Рейтинг [TVR Them(000)/Rtg(000)] — среднее количество человек, смотревших эфир телеканала на протяжении суток.

Пул автомобильных каналов Телекомпании «СТРИМ» является лидером по всем показателям в автомобильной нише платных телеканалов России.

Контентное позиционирование автомобильных каналов на российском рынке тематического ТВ¹



¹ Источник: Телекомпании «СТРИМ», исследование программ передач телеканалов с понедельника 3 декабря 2018 г. по воскресенье 9 декабря 2018 г., с 5:00 до 29:00 (ТВ-день).

На сегодняшний день телеканалы «Драйв» и «АВТО24» отстроены между собой и от конкурентов.

В случае объединения телеканалов «Драйв» и «АВТО24» есть риск потери большей части

Сценарии развития автомобильных каналов «СТРИМ»: последствия объединения телеканалов «Драйв» и «АВТО24»

ВОЗМОЖНОЕ РЕПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ТЕЛЕКАНАЛА «ДРАЙВ»		ВЛИЯНИЕ ОБЪЕДИНЕНИЯ ТЕЛЕКАНАЛОВ НА РАБОТУ С ПАРТНЕРАМИ/РЕКЛАМОДАТЕЛЯМИ
Целевая аудитория	Работа с более широкой аудиторией (мужчины в возрасте старше 18 лет)	<ol style="list-style-type: none"> Ощутимое снижение выручки от реализации коммерческих интеграций (по оценкам рекламной службы ориентировочно на 30% или около 20 млн ₽). Репутационные издержки: изменения могут создать у партнеров/рекламодателей впечатление об экономической нестабильности в компании, что в перспективе может повлечь еще более ощутимое снижение выручки. Объединение телеканалов «Драйв» и «АВТО24» влечет за собой оптимизацию редакции, а следовательно прекращение производства внеэфирного контента. При этом потери в выручке (по оценкам рекламной службы от нереализованных внеэфирных проектов в 2019 г составит порядка 15 млн ₽).
Концепция	«Яркий телеканал об автомобилях» — уход от акцента на практичность	
Изменения в структуре контента по сравнению с 2018 г.	<ol style="list-style-type: none"> Более разнообразный контент с акцентом на развлекательно-познавательные форматы, что позволяет отстроиться от телеканала «Авто Плюс», где акцент сделан на прикладные программы. «Упаковка» прикладного контента в познавательно-развлекательную форму, что сделало бы содержание программ привлекательным для существующей аудитории, а форму – для новой, более молодой аудитории. 	
Условия и ограничения	Репозиционирование требует информационной поддержки через максимально возможное число каналов офф-лайн- и онлайн-коммуникации и не будет иметь эффекта без такой поддержки.	










Объединение телеканалов «Драйв» и «АВТО24» приведет к ощутимому снижению выручки от коммерческих интеграций.

Финансовые показатели автомобильных телеканалов «Драйв» и «АВТО24»

в руб. без НДС	2018	2019	2020	2021
	прогноз	бюджет	бюджет	бюджет
Количество абонентов (д/х)	13 537 193	16 244 631	18 681 326	20 549 459
Выручка	198 995 395	239 294 474	277 688 645	320 841 942
Дистрибуция	103 545 001	124 254 001	142 892 101	164 325 916
Реклама	77 169 379	92 603 254	106 493 743	122 467 804
Спонсорство	18 281 016	21 937 219	25 227 802	29 011 972
Продажа контента (интернет версии)		500 000	3 075 000	5 036 250
Себестоимость	(39 089 849)	(37 761 818)	(37 761 818)	(37 761 818)
Технические затраты	20 955 836	19 627 805	19 627 805	19 627 805
Программные затраты	18 134 013	18 134 013	18 134 013	18 134 013
Валовая прибыль	159 905 546	201 532 656	239 926 827	283 080 124
Коммерческие и административно-хозяйственные затраты	(37 953 953)	(45 544 744)	(52 376 456)	(57 614 101)
Затраты на маркетинг	2 102 383	2 522 860	2 901 289	3 191 418
Затраты на персонал	26 414 513	31 697 416	36 452 028	40 097 231
Административно-хозяйственные затраты	9 437 057	11 324 468	13 023 138	14 325 452
Прибыль до уплаты налогов, процентов, износа и амортизации	121 951 592	155 987 912	187 550 372	225 466 023
В % от выручки	61,3%	65,2%	67,5%	70,3%
Амортизация ОС	(2 507 621)	(3 009 145)	(3 460 516)	(3 806 568)
Амортизация НМА	(23 088 817)	(22 700 998)	(26 106 148)	(28 716 762)
Чистая прибыль	96 355 155	130 277 769	157 983 708	192 942 692
В % от выручки	48,4%	54,4%	56,9%	60,1%
Денежные средства на конец периода	30 547 681	79 516 096	91 443 511	105 160 037

Указанные показатели 2019–2021 гг. возможно достигнуть только в случае сохранения двух телеканалов — «Драйв» и «АВТО24».

Основные точки роста автомобильных телеканалов в 2019 г.

В ОБЛАСТИ ДИСТРИБУЦИИ		
	АВТО24	В ОБЛАСТИ ПРОДАЖ КОНТЕНТА
	ПЕРЕВОД ТЕЛЕКАНАЛА ИЗ ТЕМАТИЧЕСКОГО ПАКЕТА В РАСШИРЕННЫЙ ПАКЕТ СЕТИ «РОСТЕЛЕКОМ»	РЕАЛИЗАЦИЯ КОНТЕНТА СОБСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА СРЕДИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ТЕЛЕКАНАЛОВ
	ПЕРЕВОД ИЗ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ПАКЕТА В РАСШИРЕННЫЙ ПАКЕТ «МТС»	В ОБЛАСТИ РЕКЛАМНЫХ ПРОДАЖ
	ВКЛЮЧЕНИЕ ТЕЛЕКАНАЛА В СЕТЬ «ТРИКОЛОР ТВ» (НЕОБХОДИМО ПРИВЛЕЧЕНИЕ АДМИНИСТРАТИВНОГО РЕСУРСА)	ПРИВЛЕЧЕНИЕ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ НА ТЕЛЕКАНАЛЫ АВТОМОБИЛЬНОЙ ТЕМАТИКИ
		В ОБЛАСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО ВЕЩАНИЯ
	ПЕРЕВОД ТЕЛЕКАНАЛА ИЗ ТЕМАТИЧЕСКОГО ПАКЕТА В РАСШИРЕННЫЙ ПАКЕТ «ЭР-ТЕЛЕКОМ»	УСИЛЕНИЕ МУЖСКОГО ПАКЕТА ПУТЁМ ЗАПУСКА 2-Х МЕЖДУНАРОДНЫХ ВЕРСИЙ ТЕЛЕКАНАЛА (РУССКОЯЗЫЧНАЯ И АНГЛОЯЗЫЧНАЯ ВЕРСИИ) НА БАЗЕ КОНТЕНТА «ОХОТЫ И РЫБАЛКИ», «ТОЧКИ ОТРЫВА» И АВТОМОБИЛЬНЫХ ТЕЛЕКАНАЛОВ
	ВКЛЮЧЕНИЕ ТЕЛЕКАНАЛА В СЕТЬ ГК «ОРИОН»	
	ВКЛЮЧЕНИЕ ТЕЛЕКАНАЛА В СЕТЬ «НТВ-ПЛЮС»	В ОБЛАСТИ ДИДЖИТАЛ
	ВКЛЮЧЕНИЕ ТЕЛЕКАНАЛА В СЕТЬ «ТРИКОЛОР ТВ» (НЕОБХОДИМО ПРИВЛЕЧЕНИЕ АДМИНИСТРАТИВНОГО РЕСУРСА)	СОЗДАНИЕ И ЗАПУСК ОНЛАЙН-ВЕРСИИ ТЕЛЕКАНАЛА АВТОМОБИЛЬНОЙ ТЕМАТИКИ
	 АВТО24	ЗАПУСК ПЛАТНОГО МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ АВТОМОБИЛЬНОЙ ТЕМАТИКИ
	РАЗВИТИЕ СЕТИ ДИСТРИБУЦИИ В РЕГИОНАХ РФ, РАБОТА С МЕЛКИМИ ОПЕРАТОРАМИ СВЯЗИ	В ОБЛАСТИ МАРКЕТИНГА И ПРОДВИЖЕНИЯ
	РАЗВИТИЕ СЕТИ ДИСТРИБУЦИИ ЗА РУБЕЖОМ	РАБОТА С ПАРТНЁРАМИ КАК В ПЕЧАТНОЙ ПРЕССЕ, ТАК И В ДИДЖИТАЛ
	Редакция	РЕАЛИЗАЦИЯ МЕРЧАНДАЙЗИНГ-ПРОЕКТА В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ МОТОРНЫХ МАСЕЛ

Редакция включает в себя множество проектов по всем бизнес-направлениям: локальная и зарубежная дистрибуция, реклама, а также монетизация контента, диджитал-проекты и

Тайминги основных проектов развития в 2019 г.

Проекты	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь
Вещание телеканала												
Запуск и вещание обновлённого канала «Драйв» (изменение графического оформления и логотипа)												
Переход и вещание канала в HD-формате												
Интернет-продвижение												
Формирование группы интернет-продвижения												
Развитие социальных сетей												
Запуск сайта телеканала												
Запуск и вещание автомобильного интернет-канала												

Большинство проектов развития автомобильных телеканалов планируется реализовать уже в первом полугодии 2019 года. Переход телеканала «Драйв» на HD-вещание планируется с сентября 2019 года.