



Презентация инвесторам

День IT и медиа, ИК «АТОН»
18 марта 2013



Группа компаний «Медиахолдинг»

Акции ОАО «Медиахолдинг» торгуются на Московской Бирже с 2008 г. (символ ODVA)

Крупнейшие акционеры ОАО «Медиахолдинг» – кипрские компании **Stearway Limited** (28.57%), **Marstone Ltd.** (25%) и **Streamball Trading Ltd.** (24%)

Головное общество

ОАО
«Медиахолдинг»

100%-ные «дочки»:
телеканал О2ТВ и
продюсерский
центр «Гамма»

ООО «О2ТВ»

ООО «Гамма»

Подконтрольные
организации
(медиа-активы)

Новые активы (ТВ,
интернет)

Новые активы
(производство ТВ-
контента,
реклама)



Общие сведения

О телеканале

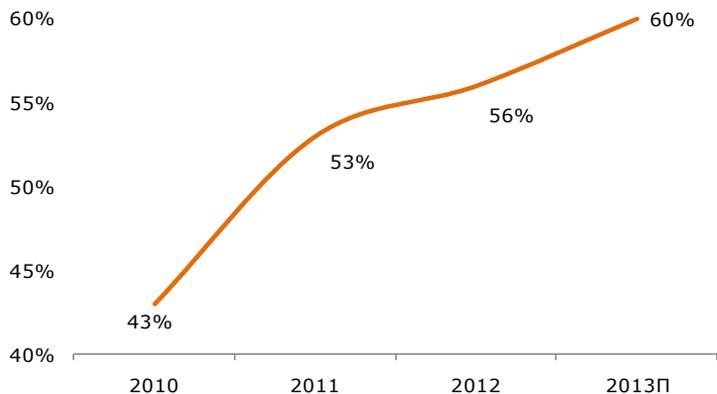
Телеканал O₂TV является 100%-ной «дочкой» ОАО «Медиахолдинг»

- O₂TV – неэфирный музыкальный молодежный телеканал
- Вещание телеканала осуществляется через спутник «Ямал-201»
- На 31.12.2012 г. телеканал O₂TV могли смотреть 30 млн человек в более чем 3 000 городах и населенных пунктах России и в 78 субъектах Федерации
- Основные партнеры: Ростелеком, АКАДО, Qwerty, Beeline-TV, Эр-Телеком и другие
- Имеет универсальную лицензию на телевидение, доступен во всех средах вещания, включая эфирные частоты
- Реклама на телеканале продается через агентство «Медиана Би Эйч» (дочерняя структура Aegis Media) и собственную коммерческую службу
- Ведутся переговоры с Video International о продаже рекламы
- Телеканал вещает на Казахстан и Кыргызстан, начинает вещание на Грузию
- Доля O₂TV на рынке платного ТВ Казахстана в 2012 г. составила 13%



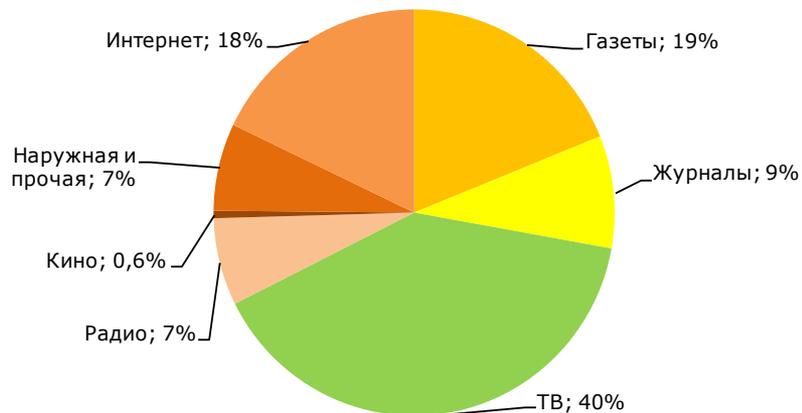
Спрос на платное ТВ

Проникновение платного ТВ в России, 2010-2013П, %



Источник и прогноз: J'son & Partners. П = прогноз

Доля разных медиа в совокупных расходах на рекламу в мире, 2013, %



Источник: ZenithOptimedia

Проникновение платного телевидения, в пакетах которого есть возможность выбора от 50 до более 100 телеканалов, в России увеличивается год от года, а в 2013 г. может достичь 60% (данные J'son & Partners Consulting).

Телевидение, по данным ZenithOptimedia, остается наиболее популярным рекламным носителем во всем мире (40% всех рекламных расходов направляются на рекламу на ТВ).



Контент O₂TV: музыка

Поскольку одним из главных интересов аудитории O₂TV является музыка, на телеканале O₂TV демонстрируются клипы самых актуальных исполнителей, российских певцов и групп, исполнителей из ближнего и дальнего зарубежья.

Телеканал O₂TV покупает контент у Gala Records и Universal.

Музыкальные программы

The Music

- Основной музыкальный блок. Свежие хиты от лучших исполнителей.

G'OLD

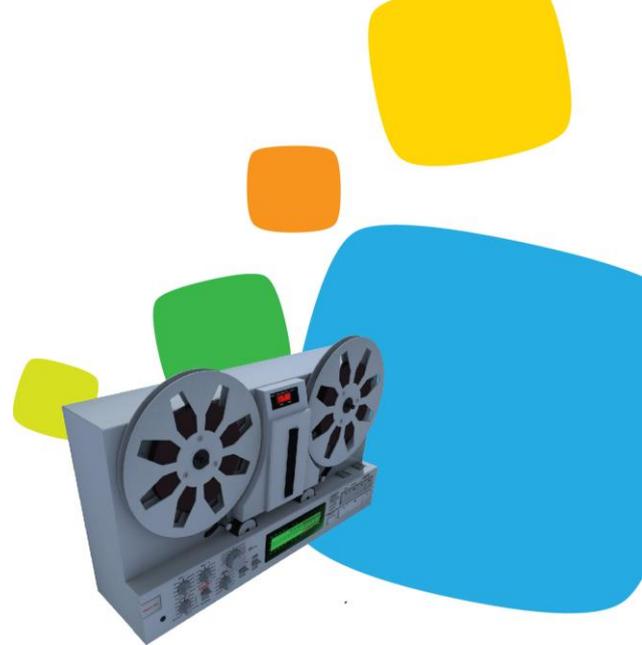
- Проверенная временем классика. Лучшие клипы и раритетные записи звезд рок-н-ролла.

Альтер Эго

- Клипы альтернативных музыкальных групп, новые и новейшие направления в музыке

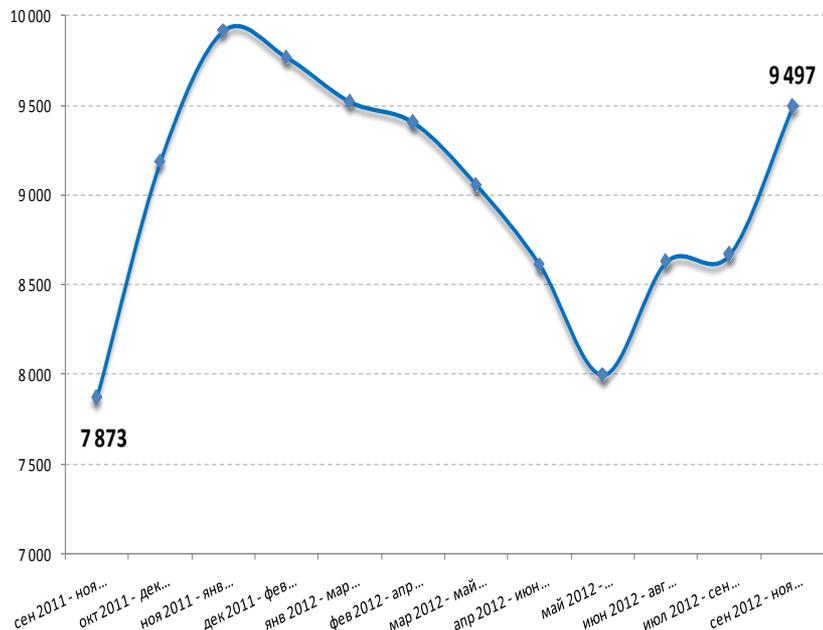
Ритмы улиц

- Клипы исполнителей рэпа и музыки «хип-хоп»

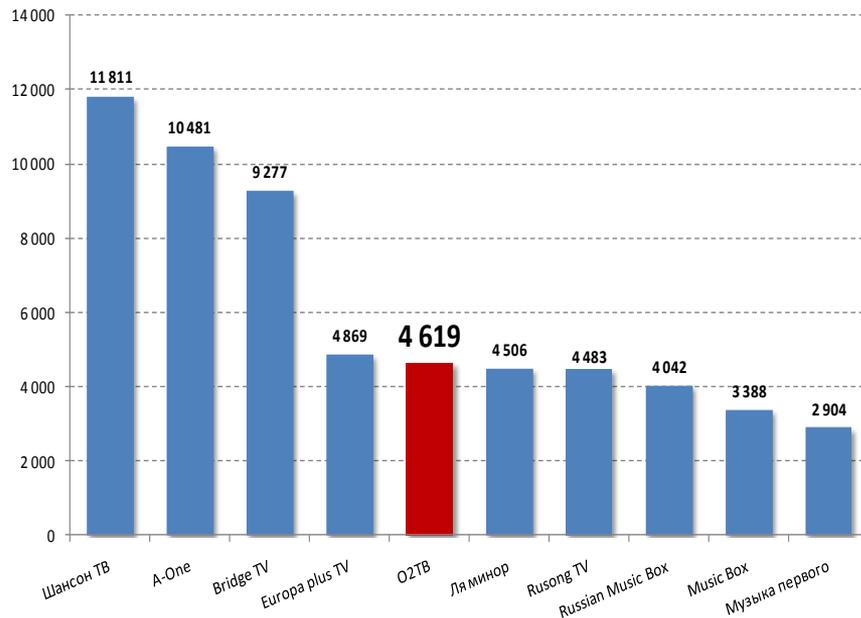


Показатели просмотра

Динамика накопленного охвата O₂ТВ, 2012 г., тыс. зрителей



Среднемесячный охват каналов музыкального жанра, 2012, тыс. зрителей



Источник: TNS Media Research

Позиционирование

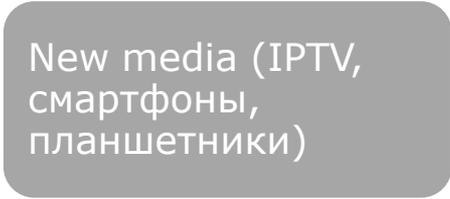
Правильное позиционирование телеканала O₂TV включает расширение его присутствия в сети Интернет, доступность через «новые медиа».



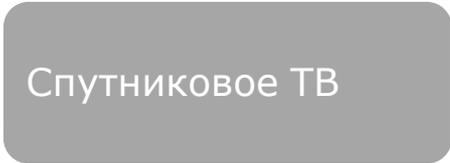
Позиционирование
телеканала O₂TV



Интернет,
социальные сети



New media (IPTV,
смартфоны,
планшетики)



Спутниковое ТВ



Вещание в СНГ: новый проект

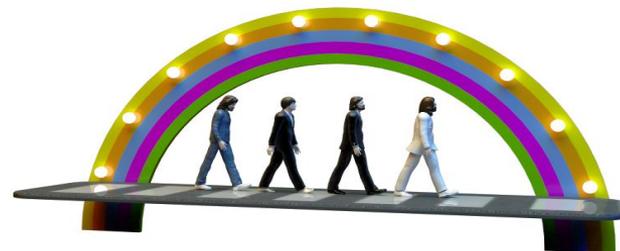
Цели

- Просвещение и образование молодежи из стран СНГ
- Преодоление языковых барьеров
- Снижение социальной и национальной напряженности в молодежной среде
- Повышение информированности молодежи о происходящем в «ближнем зарубежье»
- Ускорение интеграционных процессов разных стран СНГ в области культуры



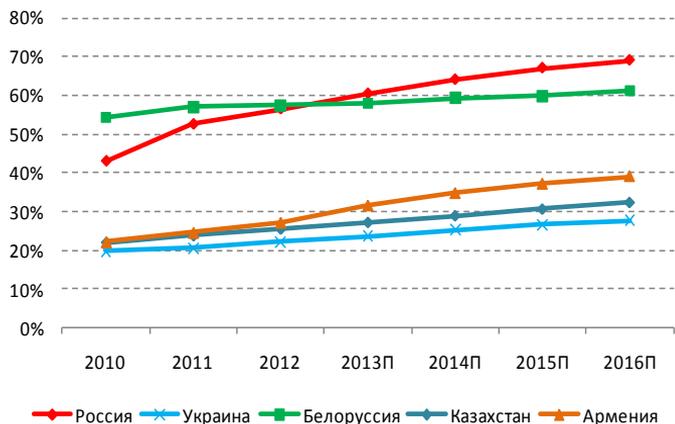
• Создание на основе телеканала O₂TV Международного молодежного телеканала, вещающего для молодой аудитории стран СНГ

• Формирование телевизионного контента, развлекательного и познавательного, понятного молодым людям каждой из стран СНГ, учитывающего национальную и культурную специфику



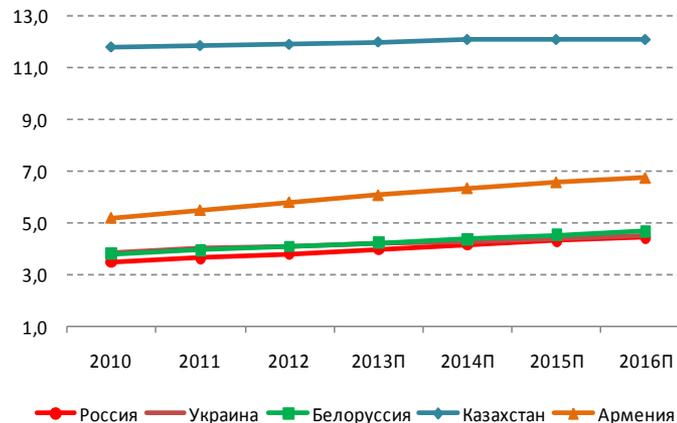
Рынок платного ТВ в странах СНГ

Проникновение платного ТВ, 2010-2016П, %



Источник и прогноз: J'son & Partners Consulting

ARPU платного ТВ, 2010-2016П, \$/абонент



Источник и прогноз: J'son & Partners Consulting

Рынки платного телевидения в странах СНГ являются весьма перспективными, так как уровень проникновения платного ТВ в каждой из предполагаемых стран вещания ниже, чем в России, и потенциал их роста выше. Наибольшим потенциалом роста обладают рынки Украины, Казахстана и Армении. Кроме того, в некоторых странах СНГ, в первую очередь, в Казахстане и Армении, высокий показатель средней выручки на абонента (ARPU), превышающий аналогичный показатель для России. (Очень высокий показатель в Казахстане объясняется высокой абонентской платой платных спутниковых телеканалов).

Стратегия и приоритеты



Контакты

Группа компаний «Медиахолдинг»

Наталья Мильчакова, IR-директор

Россия, Москва, Ленинский проспект, д.7

Тел: +7 (495) 276 01 30

Факс: +7 (495) 276 01 30

E-mail: ir@o2tv.ru

