



СТРАТЕГИЯ

ЗА ПРИХОДИТЕ НА БНР



I. ВЪВЕДЕНИЕ

За изпълнение на обществената си мисия, Българското национално радио се финансира от различни източници, изброени в чл. 70, ал. 3 от Закона за радиото и телевизията, както следва:

1. финансиране от фонд „Радио и телевизия“;
2. субсидия от държавния бюджет;
3. собствени приходи от реклама и спонсорство;
4. постъпления от допълнителни дейности, свързани с радио- и телевизионната дейност;
5. дарения и завещания;
6. лихви и други приходи, свързани с радио- и телевизионната дейност;
7. приходи от дейността на музикалните състави

Поради обстоятелството, че фонд „Радио и телевизия“ не функционира на практика, всяка година предвидените от него приходи се заместват с трансфер от държавния бюджет. Това създава известни затруднения при средносрочното и дългосрочно планиране на стратегически инвестиции в развитието на радиото.

На практика основната част от финансирането на дейностите на БНР се получава под формата на бюджетен трансфер – около 95% от годишния бюджет. Затруднените условия през последните години – епидемичната обстановка, започналата война в Украйна, значителното нарастване на цените на електроенергия и суровини и настъпилата в резултат от тези процеси инфлация прави все по-трудно извършването на дейностите на БНР без промяна на финансовата рамка. В тази обстановка още по-голямо значение имат собствените приходи. За съжаление, някои фактори като пандемията от Covid-19 оказват негативно влияние и върху възможността за реализиране на собствени приходи, Епидемичните мерки доведоха до изменения в навиците на потребителите, а оттам и промяна в стратегиите на рекламодателите. Провеждането на концерти стана по-трудно, а на моменти и невъзможно.

На практика източниците на приходи, върху които усилията на организацията могат да дадат резултат, са:

- ✓ собствени приходи от реклама и спонсорство;
- ✓ постъпления от допълнителни дейности, свързани с радио- и телевизионната дейност;
- ✓ лихви и други приходи, свързани с радио- и телевизионната дейност;
- ✓ приходи от дейността на музикалните състави

За подобряване на администрирането на приходите беше създадена Търговска дирекция, която обединява в себе си всички дейности, свързани с привличането на приходи от изброените източници.

II. СИТУАЦИОНЕН АНАЛИЗ

Приходи от реклама за 2019 - 2021 г.

Касовите приходи от рекламна дейност за 2021 г. са на обща стойност **808 430.63 лв. с ДДС**, което представлява ръст от близо 23% спрямо 2020 г. и се дължи на приходи от традиционните за БНР рекламодатели и спонсори, както и на привличането на нови, благодарение на започналото съживяване в бизнес еко-системата в условията на постепенно преодоляване на последствията от противоепидемичните мерки в страната. Същевременно се отбелязват пропуснати ползи поради отпадане на традиционни клиенти, отблъснати от неефективната рекламна тарифа, приета в началото на 2021 г.

Реализирани приходи от рекламни дейности

Период: 01.01.2019 - 31.12.2019

Приходи от реклама, спонсори и сайт	863 215.00 лв.
ОБЩО С ДДС	1 035 858.00 лв.

Период: 01.01.2020 - 31.12.2020

Приходи от реклама, спонсори и сайт	519 065.00 лв.
ОБЩО С ДДС	622 878.00 лв.

Период: 01.01.2021 - 31.12.2021

Приходи от реклама, спонсори и сайт	673 692.19 лв.
ОБЩО С ДДС	808 430.63 лв.

Забележка: Приходите не включват приходите от избори.

Особености на медийния пазар в страната

В последните две години рекламодателите намаляват и реструктурират рекламните си инвестиции в отговор на предизвиканата от пандемията глобална криза и нейното задълбочаване вследствие войната в Украйна с произтичащите от нея хуманитарни, политически и икономически последствия.

Според оценка на медийните експерти на БАКА (Българска асоциация на комуникационните агенции – браншовата организация на рекламните и медийни агенции в България) нетните медийни инвестиции през 2021 надхвърлят 500 млн лв, от които тези в радио-реклама достигат 20.3 млн лв. За отбелязване е, че единственият двуцифрен ръст (13%) е в дигиталните медии, тоест в условията на криза онлайн присъствието продължава да е важно и предпочитано от рекламодателите. За периода

2023 – 2025 г. браншовите експерти прогнозираят устойчив, макар и намаляващ ръст на рекламните инвестиции в повечето канали, включително радио-рекламата. По-конкретно ръстът изглежда по следния начин:

- **2022 г.** – 554 млн лв общо, от които 22 млн лв в радио;
- **2023 г.** – 589 млн лв, от които 23 млн лв в радио
- **2024 г.** – 619 млн лв, от които 24 млн лв в радио
- **2025 г.** – 638 млн лв, от които 25 млн лв в радио.

Изводи:

Радио-рекламата е и ще продължи да бъде атрактивна за рекламодателите в обозримо бъдеще. Дигиталните форми на рекламно присъствие ще продължат да нарастват с устойчиви темпове.

Забележка: Прогнозите на БАКА са правени преди началото на войната в Украйна и към днешна дата е трудно да се предвидят реалните последици върху рекламните инвестиции.

Приходи от дейността на музикалните състави на БНР

Приходите, свързани с концертната дейност на музикалните състави, бележат значителен спад през 2020 г. и през 2021 г. все още са далеч под нивото отпреди пандемията.

	2019	2020	2021
Концертна дейност	93 259 лв.	29 450 лв.	74 974 лв.
Други (печатни материали)	3 297 лв.	407 лв.	1 162 лв.
ОБЩО С ДДС	96 556 лв.	29 857 лв.	76 136 лв.

Приходите от други източници също показват тенденция към намаляване през последните години, което е ясна индикация за необходимостта от преосмисляне на подхода към тях. Тези приходи не са съществени за бюджета на радиото, но при тях съществува най-голям неизползван потенциал.

Други приходи

	2019	2020	2021
Съвместни проекти	88 427 лв.	116 516 лв.	59 531 лв.
Технически услуги	86 508 лв.	52 506 лв.	45 049 лв.
Издателска и лицензионна дейност	20 888 лв.	5 413 лв.	25 998 лв.
Продадени стоки в РИЦ	2 080 лв.	619 лв.	1 405 лв.
ОБЩО С ДДС	197 903 лв.	175 054 лв.	131 983 лв.

III. ОЧАКВАНИЯ И ЦЕЛИ

ПРОГНОЗНИ РЕЗУЛТАТИ ПО ОТНОШЕНИЕ НА РЕКЛАМНИТЕ ПРИХОДИ

Предвид задълбочаващата се криза с трудно предвидими към момента БНР ще предприеме консервативен подход към планирането на рекламните приходи в комбинация с актуализиране на целеполагането на тримесечна база.

Прогнозни приходи от рекламни дейности

Период: 01.01.2022 - 31.12.2022

Приходи от реклама, спонсори и сайт	727 588 лв.
ОБЩО С ДДС	873 105 лв.

Период: 01.01.2023 - 31.12.2023

Приходи от реклама, спонсори и сайт	785 795 лв.
ОБЩО С ДДС	942 953 лв.

Период: 01.01.2024 - 31.12.2024

Приходи от реклама, спонсори и сайт	848 658 лв.
ОБЩО С ДДС	1 018 390 лв.

Период: 01.01.2025 - 31.12.2025

Приходи от реклама, спонсори и сайт	916 551 лв.
ОБЩО С ДДС	1 099 861 лв.

СТРАТЕГИЧЕСКИ НАСОКИ ЗА РАЗВИТИЕ НА РЕКЛАМНАТА ПОЛИТИКА НА БНР

Накратко, предлаганата **рекламна политика** представлява **фокусирана върху клиента (client-centric)** рекламна стратегия – в двата си основни модуса:

- по отношение на външните клиенти – т.е. рекламодатели;
- по отношение на вътрешната публика – т.е. служители.

По отношение на **рекламодателите** ориентираната към клиента политика се изразява в прилагането на следните **тактики**:

1. Финансови

- **актуализиране на рекламната политика** на БНР след задълбочен анализ на рекламния и медийния пазар – разработване на нови тарифи за ефирна и интернет реклама и специални пакетни предложения;
- **програми за лоялност** за дългогодишни клиенти;
- **Cross-selling и upselling политики** спрямо настоящи рекламодатели.

2. Съдържателни

- **иновативни и нетрадиционни рекламни форми** – основно в областта на т.нар. native съдържание, а именно: подкасти, сторита, създаване на PR публикации по подадени насоки от клиента и пр;

- **специални спонсорски пакети** за предавания и събития на БНР;
- **специални пакетни предложения, включващи дигитална част** – рекламно присъствие на сайта и в социалните мрежи на БНР.

3. Развитие на техническите възможности

- С цел подобряване ефективността на управление на рекламните продажби в системата на БНР ще бъде внедрен нов софтуер за управление на продажбите, като за пръв път такава система ще се използва и в PPC.

- **Разширяване и развитие на техническите възможности за предлагане на дигитално рекламно присъствие** - чрез подобряване на техническите спецификации на информационен портал bnr.bg и прилежащия към него банер сървър “Revive”, както и на останалите свързани сайтове, управлявани от БНР, тъй като към настоящия момент БНР не може да се възползва от огромното разнообразие от дигитални рекламни форми.

4. Работа с клиентите

- постоянна **работа с настоящите клиенти** – програми за лоялност;
- **набиране на потенциални клиенти** –проактивно през агенции и чрез директен networking.
- системна **работа с рекламни агенции, медийни агенции и медиа шопове** чрез разработване на гъвкави схеми за преференциални условия за агенциите;
- **персонално отношение** към значимите клиенти.

По отношение на **служителите** ориентираната към клиента политика следва да се проявява в следните **тактически похвати**:

- **персонална мотивация** на ангажираните в процеса на набиране и обслужване на рекламодатели служители;
- **периодични обучения** на служителите – дигитални тенденции, *Google Analytics*, *SEO*, продажбени техники и пр.

РАЗВИТИЕ НА ДРУГИ ИЗТОЧНИЦИ НА ПРИХОДИ

Рекламно-информационен център

Рекламно-информационният център е разположен на комуникативно и достъпно място на територията на БНР и не е необходим специален достъп, предвид статута на БНР като стратегически обект на национална сигурност.

В рекламно-информационният център към настоящия момент се продават билети за всички концерти на съставите на БНР, дискове, продуцирани от БНР и дискове, предоставени от други продуценти, рекламни материали на БНР – химикалки, фланелки, чадъри и др. Билетите се продават чрез електронната система *EVENTIM*, като БНР

заплаща комисионно възнаграждение върху продадените билети. За продажбата на дискове от други продуценти, БНР получава възнаграждение – процент от продажбите.

За развитието на Рекламно-информационния център ще се работи в две основни насоки – увеличение на приходите от продажба на билети и рекламни материали.

Увеличението на приходите от продажба на билети ще бъде реализирано при сключване на нов договор с „Ивентим БГ“ ООД, при което в центъра, освен продажба на билети за събития на БНР, ще се продават и билети за събития, които се продават чрез електронната система *EVENTIM* – концерти, култура, спорт и други. При продажбата на билети за тези събития, БНР ще генерира приходи от комисионно възнаграждение. „ИвентимБГ“ ООД има разработени различни комуникационни канали, чрез които рекламира всички събития и местата за продажба. При сключването на договора, БНР ще получи всички възможни канали, по които да рекламира своите събития и реклама, като каса на *EVENTIM*.

Ще се проучат и възможности за поставяне на дигитален екран на видимо място, на който да се излъчва реклама за събитията на БНР и за събития на *EVENTIM*.

Увеличението на приходи от продажба на рекламни материали на БНР ще бъде реализирано с изработването на материали специално за рекламно-информационния център. БНР е медията с най-високо доверие в страната и има много последователи и фенове. В РИЦ постоянно се търсят рекламни материали с логото на БНР – фланелки, шапки, химикалки и др. и с развиването на центъра и като каса на *EVENTIM*, ще доведе до генериране на допълнително приходи от продажбата им.

Ще се проучат възможностите за електронен магазин, в който да могат рекламните материали с логото на БНР да се купуват и онлайн.

В БНР има журналисти, които издават книги, които също биха могли да се предлагат в РИЦ с процент възнаграждение за БНР при продажба.

Технически услуги и Архивен фонд

БНР в София и в почти всичките си регионални програми разполага със звукозаписни студия и технически ресурс за предоставяне на услуги.

Ревизирането на правилника и тарифата за услугите, предоставяни от БНР на трети лица, ще се направи след анализ на предлаганите услуги от конкурентни институции и адекватното позициониране на пазара на програмите на БНР в София и по региони.

След ревизиране и приемане на тарифите, информацията ще бъде комуникирана с външни институции и агенции, потенциални потребители.

Концертна дейност

БНР разполага с 6 музикални състава – Симфоничен оркестър, Биг Бенд, Оркестър за народна музика, Смесен хор, Детски радиохор и Радиодеца, Основно концертите се провеждат в Първо студио, а на Симфоничния оркестър - в зала „България“.

За увеличение на приходите от концертна дейност ще се търси сътрудничество с други организации и институции за организиране на съвместни проекти, които да се реализират на места с възможности за повече публика. Тази година е 70-годишнината на Оркестъра за народна музика. Това е повод за организиране на по-мощен концерт и изработване на рекламни материали за оркестъра, от които могат да се генерират приходи.

През 2023 година е 75-тата годишнина на Симфоничният оркестър на БНР, във връзка с което ще бъдат организирани поредица от събития, от които да се привлекат приходи.

Продажба на музика, продуцирана от БНР, в интернет

БНР разполага с огромен звукозаписен фонд и продажбата на музика в интернет е канал за приходи, който трябва да бъде възроден. През 2011 г. БНР имаше сключен договор с външен партньор за продажба на записи, на които БНР е продуцент и в рамките на 4 години се наблюдаваше ръст в онлайн продажбите и стрийм на музика.

За развитието на този канал ще се работи в две основни насоки. Първата е сътрудничество с външен партньор с опит в дигиталната дистрибуция. Втората - уреждането на авторски и сродни права. Продуцентите в различните жанрове музика в БНР ще направят подбор на произведения с художествени и технически качества с уредени авторски и сродни права и за тези, на които не са уредени, да се направят постъпки за уреждането им. При правенето на нови музикални и други записи, БНР ще се стреми да получава права за продажба в интернет.

Настоящата стратегия е приета на основание чл. 62, т. 1 и т. 3, във връзка с чл. 62, т. 15 от Закона за радиото и телевизията, с решение по т. 1 от Протокол № 4-30 от заседание на УС на БНР, проведено на 03.05.2022 г. и се прилага от момента на нейното приемане.