

2013: ТОРНИТ.RU ВСЕХ ПОСЧИТАЛ

доклад о некоторых значимых событиях 2012 года и основных тенденциях в развитии музыкального коммерческого вещания на ближайшие годы

Оглавление

Светлые и тёмные стороны радио.....	2
Радиогерои 2012: Ёлка, Нюша, Ева vs. Вика, Стас, Марина	4
Рекорд-компании 2012: кто успешней всего заказывал музыку?.....	10
Сколько русского языка звучит в российском эфире?	14
Кто, как и на что влияет в сфере радиовещания	19
Музыкальные интернет-сервисы: низкий старт	21
Основные тренды в развитии музыкального вещания в горизонте 5-10 лет	23
tophit.ru: 10 лет – полёт нормальный.....	24

Светлые и тёмные стороны радио

Экспертный доклад **tophit.ru** годичной давности о ситуации в радиоэфире начинался так: «Записывая и сводя трек, авторы, исполнители, продюсеры прослушивают его сотни раз в целом и по частям. Они получают мощную дозу горячей ротации собственной песни. Остаётся поставить трек на радио, чтобы каждый из миллионов радиослушателей получил свою персональную дозу горячей ротации и полюбил новую песню так же искренне, как любят её исполнитель и продюсер. В ближайшие несколько лет коммерческие музыкальные FM-радиостанции останутся самым мощным и эффективным каналом продвижения новой музыки».

Сегодня к этому можно добавить, что российский музыкальный радиоэфир образца 2012 года оставался одним из любимых бесплатных развлечений массовой взрослой аудитории России, Украины и стран СНГ.

Говоря же в целом о музыкальном радиовещании как о явлении, следует отметить, что за десятки лет его существования радиостанции выделились в отдельную, исключительную группу, которая сочетала качества как «потребителя», так и «промоутера» музыки. Эта исключительность была обусловлена факторами, о которых нужно сказать особо.

Во-первых, это доступность и простота «потребления» музыки с точки зрения радиослушателя. Повсеместное распространение недорогих массовых радиоприёмников и простота управления ими – включил, переключил, выключил – обусловила быстрое формирование огромной радиоаудитории. А само радио стало средством массовой (музыкальной) информации.

Во-вторых, наличие очень простой, эффективной и понятной правообладателям технологии продвижения новинок, которая сегодня известна всем как «горячая ротация». Ни интервью в газете, ни даже показ по телевизору не могут сделать столько для продвижения нового артиста и новой песни, как многократное повторение одного и того же трека в радиоэфире.

В-третьих, повсеместное распространение ротационной статистики (радиочарты и хит-парады) позволило придать скучному технологическому процессу продвижения новой музыки захватывающий «игровой» характер, ещё больше привлекая как слушателей, так и музыкантов.

Со временем у музыкального радио обозначились серьёзные недостатки и даже тёмные стороны. Необходимость горячей ротации нескольких десятков треков обусловила ограничение количества контента, который может находиться в эфире конкретной радиостанции. Это привело, в свою очередь, к невероятной конкуренции между производителями контента за каждое эфирное «место», а сам процесс постановки в эфир стал долгим, трудным и непрозрачным.

С другой стороны, усреднённый вкус массовой аудитории обусловил и весьма средние стандарты качества, и минимальное жанровое разнообразие музыки, звучащей в эфире.

И, наконец, успешное музыкальное радио всегда делали талантливые профессионалы, которые чувствовали запросы аудитории. Но сама аудитория оставалась безмолвной. О том, как слушатели в целом относятся к тому, что они слышат в эфире, можно было судить только косвенно, не быстро и не точно. Говоря коротко – коммерческое музыкальное радио никогда не было по-настоящему интерактивным.

Отчасти все эти проблемы решались ростом количества станций и нишевым форматированием эфира. Но оба эти способа наталкивались на естественные ограничения. В одном случае – это ширина FM-диапазона, в другом – отсутствие рекламодателей, готовых спонсировать радиостанции, работающие на узкую целевую аудиторию. Ну, а что касается

интерактивности, то ни программы по заявкам, ни фокус-группы или опросы никогда не давали всеобъемлющей и адекватной картины музыкальных предпочтений аудитории.

Нужно отметить, что сегодня на отечественном рынке отчётливо прослеживается дефицит профессиональной экспертизы в сфере развития интернет-вещания и новых технологий продвижения контента и взаимодействия с аудиторией. А мнения зарубежных экспертов учитываются в той степени, в которой они укладываются в привычную для радиоменеджеров картину мира.

В 2012 году настольной книгой многих деятелей радиоиндустрии и рекорд-бизнеса стал экспертный доклад Алана Бёрнса «Завтрашний день радио» («Radio Tomorrow», Alan Burns & Associates / Triton Digital). Главные выводы этого исследования можно вполне интерпретировать в том духе, что радио будут любить и слушать всегда, нужно только много над этим работать, а музыкальный стриминговый интернет-сервис Pandora с его 150.000.000 слушателями (по состоянию на начало 2013 года) – это не так уж и страшно.

При этом, далеко не все в индустрии отдают себе отчёт в том, что **актуальным завтра останется только сам принцип потокового вещания. А вот технологии производства, передачи и потребления контентного потока уже сегодня кардинально меняются.** Именно поэтому доклад Бёрнса – это не ещё одна успокоительная таблетка, а повод задуматься о направлениях и скорости происходящих перемен.

Что это за перемены, какие тренды станут доминирующими в ближайшие годы, мы расскажем во второй части ежегодного экспертного доклада tophit.ru.

Первая же часть будет посвящена радиогероям сегодняшнего дня.

Радиогерои 2012: Ёлка, Ньюша, Ева vs. Вика, Стас, Марина

Портал tophit.ru весь год тщательно отслеживал успехи исполнителей и их продюсеров, отношение аудитории к артистам и радиостанциям, анализировал тренды и принимал участие в их формировании. 5 января 2013 года tophit.ru опубликовал 16 итоговых годовых радиочартов, в том числе **Yearly General Top Hit 200** и **Yearly General Artist Top 100**.

В радиоэфире в 2012 году царствовал «тандем» **Ёлки и Ньюши**. У обеих певиц в ротации находилось по 6 песен, которые в сумме прозвучали более 2.100.000 раз, а их главные радиохиты - **«Около тебя»** (Ёлка) и **«Воспоминание»** (Нюша) – прозвучали в эфире более 1.000.000 раз! Всё это позволило девушкам победить по результатам года сразу в нескольких номинациях. В частности, «Около тебя» стала самым ротируемым синглом, Ёлка признана лучшей исполнительницей 2012 года, а Ньюша, помимо того, что практически ни в чём не уступила Ёлке, оказалось ещё и самой заказываемой в эфире артисткой.

Беспрецедентно и то, что обе исполнительницы практически в точности повторили все свои достижения позапрошлого года, то есть два года подряд занимают верхние строчки радиочартов с идентичными результатами.

В число лучших из лучших в прошлом году снова вошла **Ева Польна**, два трека которой за год прозвучали в радиоэфире 700.000 раз. Результатом стал прорыв Евы на 74 позиции вверх и заслуженное 3 место в списке самых ротируемых на радио русскоязычных артистов.

Удачным прошедший год оказался и для группы **Винтаж**, 6 треков которой в течение года эфирились более 540.000 раз. Результат – почётное 6-е место в исполнительском чарте.

Вернулась в TOP 10 лучших российских артистов на радио **Полина Гагарина** – 2 её хита прозвучали в эфире в 2012 году более 400.000 раз.

Украинская звезда **Ирина Билык** в 2012 году уверенно заявляла о себе и на российском рынке: 7 её песен прозвучали на радио за год более 320.000 раз, что позволило занять ей 17 место в списке самых ротируемых русскоязычных исполнителей.

Из мужчин несомненными лидерами прошлого года стали совершенно разные **Григорий Лепс** (5 треков, 656.000 эфиров, 4-я строчка в чарте лучших русскоязычных исполнителей, +14 позиций по сравнению с годом ранее) и **DJ Smash** (6 треков, 550.000 эфиров, 5-я позиция в списке лучших русскоязычных исполнителей, +55 по сравнению с годом ранее).

Дима Билан в 2012 году сумел удержаться в TOP 20 самых ротируемых российских артистов, но потерял 8 позиций по сравнению с годом ранее, заняв 12-ю позицию в списке. Цифры эфиров менее благополучны – в 2012 году хиты Билана прозвучали на радио 400.000 раз, это в 2 раза меньше 2011 года, когда Дима звучал на радио 800.000 раз.

Прорывным 2012 год оказался для **Джигана** (7 треков, 400.000 эфиров, 11-я строчка в списке лучших российских исполнителей), **Ираклия** (6 треков, 393.000 эфиров, 13-я строчка в списке лучших), **Дениса Майданова** (3 трека, 250.000 эфиров, 22-я позиция в списке лучших), **Доминика Джокера** (3 трека, 200.000 эфиров, 29-я позиция в чарте лучших российских исполнителей).

Скромные результаты в эфире в 2012 году по сравнению с годом ранее показали **Вика Дайнеко** (90.000 эфиров, -53 позиции) и **Жанна Фриске** (62.000 эфиров, -49 позиций).

Но феноменально неудачным можно признать 2012 радиогод для **МакСим**. Певица опустилась с 7-й позиции в исполнительском Top 100 2011 на 92-ю строку в Top 100 2012 года. Ещё больше ошеломляют ротационные потери. За один год присутствие песен МакСим на радио сократилось в 12 раз: с 586.000 эфиров в позапрошлом году до 48.000 эфиров в 2012 году.

По скорости скатывания с Олимпа с Мариной соперничал только **Стас Михайлов**. В прошлом году он звучал в эфире не более 14.000 раз и, вследствие этого, тихо и незаметно покинул TOP 100 российских исполнителей.

Сами же музыкальные редакторы и программные директора не избежали скандального провала в истории с ротацией сингла **Ивана Дорна «Стыцамен»**. В 2012 году этот хит звучал отовсюду, кроме радиоприёмников. Недолго, с апреля по июль трек поиграл в Москве, а на региональных радиостанциях его и вовсе не заметили. Результатом стало 81-е место песни в годовом московском чарте и 70-я позиция самого Дорна в TOP 100 российских исполнителей. И это при том, что Дорн повсеместно был признан «открытием» и «прорывом», номинировался на Премию Муз ТВ, завоёвывал ZD Awards, Премию RU.TV, был зван везде и в одночасье стал чуть ли не самым дорогим гастролирующим артистом России.

Весь спектр «певческих» итогов 2012 радиогода представлен ниже...

Радиоэфир 2012: что у нас всплыло на этот раз

Российский сингл, женский вокал – «**Около тебя**», Ёлка – 506.000/616.000* эфиров
Российский сингл, мужской вокал – «**Заметает**», Градусы – 404.000/527.000* эфиров
Российский сингл, смешанный вокал – «**Вместе мы**», 5sta Family – 352.000 эфиров
Зарубежный сингл, женский вокал – «**Friends**», Aura Dione – 492.000 эфиров
Зарубежный сингл, мужской вокал – «**Whistle**», Flo Rida – 438.000 эфиров
Зарубежный сингл, смешанный вокал – «**Lights Out**» – Junior Caldera feat. Natalia Kills & Far East Movement – 414.000 эфиров

*накопленное количество эфиров за весь период ротации

2012: самые ротируемые в радиоэфире исполнители

Российские исполнительницы: **Ёлка** – 6 синглов, 1.055.000 эфиров; **Нюша** – 6 синглов, 995.000 эфиров
Российский исполнитель: **Григорий Лепс** – 5 синглов, 657.000 эфиров
Российский дуэт: **Дискотека «Авария» & Кристина Орбакайте** – 1 сингл, 246.000 эфиров
Российские группы: **Винтаж** – 6 синглов, 543.000 эфиров; **Градусы** – 4 сингла, 535.000 эфиров
Зарубежная исполнительница: **Rihanna** – 5 синглов, 665.000 эфиров
Зарубежный исполнитель: **Flo Rida** – 6 синглов, 900.000 эфиров
Зарубежный дуэт: **Gotye feat. Kimbra** – 1 сингл, 400.000 эфиров
Зарубежная группа: **Far East Movement** – 3 сингла, 805.000 эфиров

2012: наиболее заказываемые на радио песни

Российский сингл, женский вокал – «**Я тебя тоже нет (Je T'aime)**» – Ева Польна
Российский сингл, мужской вокал – «**Самый лучший день**» – Григорий Лепс
Российский сингл, смешанный вокал – «**Прогноз погоды**» – Дискотека «Авария» & Кристина Орбакайте
Зарубежный сингл, женский вокал – «**Friends**» – Aura Dione
Зарубежный сингл, мужской вокал – «**Ai Se Eu Te Pego**» – Michel Telo
Зарубежный сингл, смешанный вокал – «**We Found Love**» – Rihanna feat. Calvin Harris

2012: наиболее заказываемые на радио исполнители

Российская исполнительница – **Нюша**
Российский исполнитель – **Григорий Лепс**
Российская группа – **Градусы**
Зарубежная исполнительница – **Rihanna**
Зарубежный исполнитель – **Flo Rida**
Зарубежная группа – **LMFAO**

2012: самые ротируемые песни в радиэфире России

Российский сингл, женский вокал – «**Около тебя**» – Ёлка
Российский сингл, мужской вокал – «**Заметает**» – Градусы
Российский сингл, смешанный вокал – «**Вместе мы**» – 5sta Family
Зарубежный сингл, женский вокал – «**Fallin**» – Playmen
Зарубежный сингл, мужской вокал – «**Whistle**» – Flo Rida
Зарубежный сингл, смешанный вокал – «**Lights Out**» – Junior Caldera feat. Natalia Kills & Far East Movement

2012: самые ротируемые исполнители в радиэфире России

Российская исполнительница – **Нюша**
Российский исполнитель – **Григорий Лепс**
Российская группа – **Градусы**
Зарубежная исполнительница – **Rihanna**
Зарубежный исполнитель – **Pitbull**
Зарубежный дуэт – **Gotye feat. Kimbra**
Зарубежная группа – **Far East Movement**

2012: самые ротируемые песни в радиэфире Москвы

Зарубежный сингл, смешанный вокал – «**Lights Out**» – Junior Caldera feat. Natalia Kills & Far East Movement (1-е место)
Зарубежный сингл, женский вокал – «**Fallin**» – Playmen (3-е место)
Зарубежный сингл, мужской вокал – «**Whistle**» – Flo Rida (4-е место)
Российский сингл, женский вокал – «**Около тебя**» – Ёлка (12-е место)
Российский сингл, мужской вокал – «**Заметает**» – Градусы (24-е место)

2012: самые ротируемые исполнители в радиэфире Москвы

Зарубежная группа – **Far East Movement** (1-е место)
Зарубежный исполнитель – **Pitbull** (2-е место)
Зарубежная исполнительница – **Rihanna** (6-е место)
Российская исполнительница – **Нюша** (4-е место)
Российская группа – **Градусы** (10-е место)
Российский исполнитель – **Григорий Лепс** (15-е место)

2012: самые ротируемые песни в радиэфире Украины

Украинский сингл, женский вокал – «**Не пидведи**» – Лама
Украинский сингл, мужской вокал – «**Я знайду тебе, кохана**» – Александр Пономарёв
Украинский сингл, смешанный вокал – «**Ти - найкраща**» – Влад Дарвин & Alyosha
Российский сингл, женский вокал – «**Около тебя**» – Ёлка
Российский сингл, мужской вокал – «**Лишь до утра**» – Dan Balan
Российский сингл, смешанный вокал – «**Невеста**» – Пара нормальных
Зарубежный сингл, женский вокал – «**Friends**» – Aura Dione
Зарубежный сингл, мужской вокал – «**It Will Rain**» – Bruno Mars
Зарубежный сингл, смешанный вокал – «**Somebody That I Used To Know**» – Gotye feat. Kimbra

2012: самые ротируемые исполнители в радиэфире Украины

Украинская исполнительница – **Ани Лорак**
Украинский исполнитель – **Потап**
Украинский дуэт – **Влад Дарвин & Alyosha**
Российская исполнительница – **Ёлка**
Российский исполнитель – **Валерий Меладзе**
Российский дуэт – **Иракли & Даша Суворова**
Зарубежная исполнительница – **Rihanna**
Зарубежный исполнитель – **Dan Balan**
Зарубежный дуэт – **Gotye feat. Kimbra**

2012: самые ротируемые песни в радиэфире Киева

Украинский сингл, женский вокал – «**Шалалала**» – Руслана
Украинский сингл, мужской вокал – «**Мам**» – Скрыбин
Украинский сингл, смешанный вокал – «**Ты найкраща**» – Влад Дарвин & Alyosha
Российский сингл, женский вокал – «**Около тебя**» – Ёлка
Российский сингл, мужской вокал – «**Водопадом**» – Григорий Лепс
Российский сингл, смешанный вокал – «**Невеста**» – Пара нормальных
Зарубежный сингл, женский вокал – «**We Found Love**» – Rihanna feat. Calvin Harris
Зарубежный сингл, мужской вокал – «**It Will Rain**» – Bruno Mars
Зарубежный сингл, смешанный вокал – «**Somebody That I Used To Know**» – Gotye feat. Kimbra

2012: самые ротируемые исполнители в радиэфире Киева

Украинская исполнительница – **Alyosha (Алёша)**
Украинский исполнитель – **Потап**
Украинский дуэт – **Влад Дарвин & Alyosha**
Российская исполнительница – **Вера Брежнева**
Российский исполнитель – **Валерий Меладзе**
Российский дуэт – **Иракли & Даша Суворова**
Зарубежная исполнительница – **Rihanna**
Зарубежный исполнитель – **Pitbull**
Зарубежный дуэт – **Gotye feat. Kimbra**

2012: специальные номинации

Радиооткрытие года – **Elvira T** (впервые вошла в TOP 100 российских исполнителей и заняла 15-ю позицию)

Радиовозвращение года – **Полина Гагарина** (вернулась в TOP 100 российских исполнителей и заняла 10-ю позицию)

Самый долгоиграющий радиохит - «Прованс», Ёлка – 109 недель в **Weekly General Top Hit 100** с октября 2010 года, более 910.000 эфиров

Радиовзлёты года – **Ева Польна** (+74 позиции в российском годовом исполнительском чарте), **Доминик Джокер** (+61 позиция), **DJ Smash** (+55 позиций)

Самые затянувшиеся радиоканикулы – **A'STUDIO** (2 года)

Радиопровалы года – **МакСим** (-85 позиций), **Стас Михайлов** (-75 позиций)

Радионекомпетентность года - хит «**Стыцамен**» Ивана Дорна «не замеченный» на радио

Рекорд-компании 2012: кто успешней всего заказывал музыку?

В 2012 году российские рекорд-компании, продюсеры, музыкальные издательства и представительства зарубежных лейблов продолжали искать варианты реализации своих бизнес-интересов в новых реалиях.

С паузой в один год компания-лидер прошлых лет - Universal Music Russia – вернулась на первые позиции во всех значимых номинациях. В 2012 году именно UMR стала абсолютным чемпионом как по числу эфиров (4.028.000) своих треков на радио, так и по эффективности размещения контента в радиоэфире. В контексте последнего утверждения стоит особо отметить беспрецедентное за последнее время количество эфиров (100.000), приходящихся в среднем на каждый размещённый на радио трек UMR. Кроме того, в течение 2012 года наибольшее количество, а именно 23 хита Universal, попали, и надолго, в радиочарты tophit.ru. Если же учесть треки, которые «пришли» на радио от восточноевропейских и иных «дочек» Universal Music Group, то лидерство компании в сегменте продвижения своего контента на массовую радиоаудиорию в 2012 году выглядит безусловным. Следует при этом отметить, что за последние годы количество треков UMR, отправляемых на российские радиостанции несколько снизилось, зато востребованность хитов компании в эфире, наоборот, выросла. Что может быть объяснено, в том числе, и более профессиональной работой H&R подразделения Universal в России.

По многим валовым показателям на лидирующих позициях в 2012 году оставалось и российское подразделение компании Sony Music Entertainment. Это касается и количества размещённых за год на радио треков (246) и количества эфиров этих треков (2.640.000). Такое массивное «наступление», правда, привело к тому, что эффективность размещения контента на радио (11.000 эфиров на трек в среднем) была не слишком высока.

В 2013 году предстоит увидеть и понять, что будет происходить у российских «дочек» мейджоров в связи с разделением бизнеса и продажей EMI двум конкурентам – Universal и Sony. Компания Universal уже является крупнейшей звукозаписывающей компанией мира, занимая 27% глобального рынка. Активы EMI приплюсуют к ее доле еще 9%. В свою очередь Sony станет крупнейшим в мире владельцем авторских прав, увеличив свой каталог почти в три раза — до более 2 миллионов музыкальных композиций.

Что касается группы Gala Records/EMI, лидера позапрошлого года на рынке размещения музыкального контента в российском радиоэфире, то в 2012 году компания отчасти сохранила свои позиции. Gala Records, например, выступила вторым по мощности провайдером локального контента на радио, поставив в эфир 42 русскоязычных трека.

В 2012 году укрепило свои позиции как серьёзного игрока российского контентного рынка Первое музыкальное издательство. В 2012 году треки ПМИ звучали на радио более 1.788.000 раз, а по количеству русскоязычных позиций в эфире (98 треков) Первое музыкальное издательство остаётся лидером уже второй год подряд.

В то же время наблюдался и определённый дисбаланс между желанием ПМИ плотнее контролировать сегмент контентных прав и возможностями для продвижения музыкального контента в медиа. Выходом для компании в такой ситуации может стать финансовое и управленческое участие в радио- и интернет-проектах, которое позволит эффективнее продвигать новый музыкальный контент, а значит и лучше монетизировать свой основной бизнес.

2012 год оказался более чем успешным для Velvet Music. Компания Алёны Михайловой не только стала источником лучших радиохитов сезона, но и продемонстрировала завидную эффективность. Каждый из треков Velvet Music, размещённый на радио в 2012 году прозвучал в среднем более 70.000 раз. Песня «Около тебя» в исполнении Ёлки за год звучала более 500.000 раз, а сама Ёлка стала самым ротируемым артистом 2012 года с более, чем миллионом эфиров.

Лучшие десятки компаний-производителей фонограмм 2012 года в пяти основных номинациях мы представили ниже:

Компании с самым большим количеством эфиров на радио				
#	Компания	2012	2011	2010
1	Universal Music Russia	4.028.000	4.952.000	5.345.000
2	Sony Music Entertainment	2.640.000	1.895.000	2.264.000
3	Gala Records / EMI	2.180.000	5.133.000	4.695.000
4	Velvet Music	2.040.000	1.576.000	2.147.000
5	Первое музыкальное издательство	1.788.000	1.330.000	753.000
6	Warner Music International	1.743.000	820.000	1.290.000
7	Союз / Танцевальный Рай	1.497.000	401.800	704.300
8	LFS	847.000	216.000	985.000
9	Некст-проджект (экс-ПК Монолит)	530.000	1.072.000	740.000
10	ПЦ Игоря Матвиенко	451.000	466.000	300.000
11	НМК	442.000	890.000	822.000
12	Студия Монолит	441.000	702.000	368.000
Сумма эфиров 10 компаний-лидеров		17.744.000	19.300.000	19.356.000

Компании с наибольшим количеством треков в радиоэфире				
#	Компания	2012	2011	2010
1	Sony Music Entertainment	246	89	137
2	Правительство Звука - ТМЕ	158	107	43
3	Gala Records / EMI	140	137	166
4	Первое Музыкальное Издательство	132	119	58
5	Союз Мьюзик	90	47	91
6	RDS Records	87	54	40
7	Союз / Танцевальный Рай	61	65	92
8	Студия Монолит	61	41	20
9	Warner Music International	50	58	73
10	Universal Music Russia	40	65	97
11	iKRA Music	34	89	29
12	Velvet Music	29	23	24
Суммы треков 10 компаний-лидеров		1.065	830	826

Компании с наибольшим количеством русскоязычных треков в эфире				
#	Компания	2012	2011	2010
1	Первое Музыкальное Издательство	98	92	52
2	Gala Records / EMI	42	38	45
3	Студия Монолит	32	15	6
4	Velvet Music	29	23	22
5	Никитин Медиа Диджитал Контент	19	10	17
6	Navigator Records	19	12	8
7	Некст-проджект (экс-ПК Монолит)	19	32	29
8	Black Star	14	4	3
9	Национальная музыкальная корпорация	14	10	9
10	ПЦ Игоря Матвиенко	14	15	15
11	iKRA Music	13	25	11
12	Союз / Танцевальный Рай	10	16	27
Сумма русскоязычных треков 10 компаний-лидеров в радиоэфире		300	279	227

Компании с наибольшим количеством треков в радиочартах tophit.ru				
#	Компания	2012	2011	2010
1	Universal Music Russia	23	28	46
2	Gala Records / EMI	23	38	33
3	Sony Music Entertainment	22	15	19
4	Первое Музыкальное Издательство	17	14	12
5	Velvet Music	16	8	14
6	Союз / Танцевальный Рай	13	4	8
7	Warner Music International	9	5	13
8	LFS	8	4	6
9	Некст-проджект (экс-ПК Монолит)	6	8	9
10	Студия Монолит	4	3	4
11	Black Star	3	2	0
12	MOON Records	3	--	--
Сумма треков в чартах tophit.ru компаний-лидеров		141	135	165

**Компании с наибольшим количеством эфиров,
приходящихся на один трек**

#	Компания	2012	2011	2010
1	Universal Music Russia	100.700	76.200	55.100
2	Velvet Music	70.300	68.500	76.650
3	ГК Макса Фадеева	53.200	34.500	20.700
4	LFS	42.400	16.600	49.200
5	Warner Music International	34.900	14.100	17.700
6	Национальная музыкальная корпорация	29.500	89.000	68.500
7	ПЦ Игоря Матвиенко	26.500	31.100	19.950
8	Союз / Танцевальный Рай	24.500	6.200	7.600
9	Некст-проджект (экс-ПК Монолит)	24.000	32.400	20.550
10	Black Star	19.600	41.900	5.300
11	Gala Records / EMI	15.900	37.500	28.300
12	Первое музыкальное издательство	13.500	11.200	13.000

Сколько русского языка звучит в российском эфире?

Одной из чувствительных и широко обсуждавшихся в профессиональном сообществе тем в 2012 году была тема языковых пропорций в музыкальном радиоэфире. Мы также ежегодно поднимаем этот вопрос в наших докладах, приводя статистические выкладки о соотношении русскоязычной и всей остальной музыки в эфире радиостанций Москвы и России.

В этом году мы посчитали возможным включить в наш ежегодный доклад результаты исследований, проводившихся нами по просьбе некоторых правообладателей-партнёров.

Предвосхищая вопросы со стороны радиовещателей, мы особо подчёркиваем, что публикуемые ниже сводные данные получены на основе общедоступной информации. Цель нынешней публикации, как и всех предыдущих подобного рода, заключается в том, чтобы довести до сведения топ-менеджеров радиостанций простую мысль:

В условиях информационной открытости, обусловленной повсеместным распространением интернета, эффективно конкурировать с иностранными вещателями на российском рынке за внимание русскоязычной аудитории можно, только широко используя русскоязычный музыкальный контент. Увеличение доли российской музыки в отечественном радиоэфире – это не вопрос маркетинга или рейтинга, это фактор выживания российских радиостанций в условиях возрастающей конкуренции как со стороны иностранных вещателей, так и со стороны интернет-сервисов.

Заметим, что в региональном радиоэфире России процент отечественной музыки традиционно значительно выше, нежели в эфире федеральных вещателей. Наглядным подтверждением этого факта может служить разница в количестве отечественных и зарубежных позиций в TOP 20 итоговых годовых радиочартах за два последних года - 2011 и 2012.

TOP 20 (2011) сводного МОСКОВСКОГО радиочарта			TOP 20 (2011) сводного РОССИЙСКОГО радиочарта		
#	Artist	Track	#	Artist	Track
1	Alexandra Stan	Mr. Saxobeat	1	Ёлка	Прованс
2	Jennifer Lopez & Pitbull	On The Floor	2	Alexandra Stan	Mr. Saxobeat
3	Ёлка	Прованс	3	Snoop Dogg vs David Guetta	Sweat (David Guetta Remix)
4	PH Electro	Every Breath You Take	4	Dan Balan & Вера Брежнева	Лепестками слёз
5	Snoop Dogg vs David Guetta	Sweat (David Guetta Remix)	5	Jennifer Lopez & Pitbull	On The Floor
6	Arash & Helena	Broken Angel	6	PH Electro	Every Breath You Take
7	Pitbull feat. T-Pain	Hey Baby (Drop It To The Floor)	7	Arash & Helena	Broken Angel
8	Bruno Mars	Grenade	8	Pitbull	Give Me Everything
9	Jasper Forks	Alone (Radio Edit)	9	Нюша (Nyusha)	Больно
10	Fly Project	Mandala	10	Bruno Mars	Grenade
11	Hurts	Wonderful Life	11	Pitbull feat. T-Pain	Hey Baby (Drop It To The Floor)
12	Edward Maya feat. Vika Jigulina	Desert Rain	12	Дима Билан	Я просто люблю тебя
13	Britney Spears	Till The World Ends	13	The Black Eyed Peas	The Time
14	Градусы	Голая	14	Вика Дайнеко	Сотри его из memory
15	Timofey & Bartosz Brenes & Terri B	Heaven	15	Градусы	Голая
16	DJ Chris Parker	Symphony 2011	16	Нюша (Nyusha)	Чудо
17	Deepside Deejays	Never Be Alone	17	Fly Project	Mandala
18	Dan Balan	Freedom	18	The Black Eyed Peas	Just Can't Get Enough
19	Нюша (Nyusha)	Больно	19	Maroon 5 feat. Christina Aguilera	Moves Like Jagger
20	Inna	Sun Is Up	20	LMFAO feat. Lauren Bennett & GoonRock	Party Rock Anthem

TOP 20 (2012) сводного МОСКОВСКОГО радиочарта			TOP 20 (2012) сводного РОССИЙСКОГО радиочарта		
#	Artist	Track	#	Artist	Track
1	Junior Caldera feat. Natalia Kills & Far East Movement	Lights Out	1	Playmen	Fallin
2	Gotye feat. Kimbra	Somebody That I Used To Know	2	Ёлка	Около тебя
3	Playmen	Fallin	3	Aura Dione	Friends
4	Flo Rida	Whistle	4	Junior Caldera feat. Natalia Kills & Far East Movement	Lights Out
5	Aura Dione	Friends	5	Gotye feat. Kimbra	Somebody That I Used To Know
6	Rihanna feat. Calvin Harris	We Found Love	6	Madonna	Masterpiece
7	Tonic feat. Eric Gold	Lead The Way	7	DJ Smash feat. Винтаж	Москва
8	Avicii	Levels	8	Flo Rida	Whistle
9	Madonna	Masterpiece	9	Нюша (Nyusha)	Воспоминание
10	Bel Suono feat. DJ Magic Finger	Te Quiero	10	Rihanna feat. Calvin Harris	We Found Love
11	Michel Telo	Ai Se Eu Te Pego	11	Tonic feat. Eric Gold	Lead The Way
12	Ёлка	Около тебя	12	Michel Telo	Ai Se Eu Te Pego
13	Michael Mind Project feat. Bobby Anthony & Rozette	Rio De Janeiro	13	Avicii	Levels
14	LMFAO	Sexy And I Know It	14	Градусы	Заметает
15	DJ Smash feat. Винтаж	Москва	15	Michael Mind Project feat. Bobby Anthony & Rozette	Rio De Janeiro
16	Basto & Yves V	Cloud Breaker	16	Kelly Clarkson	What Doesn't Kill You (Stronger)
17	David Guetta feat. Sia	Titanium	17	LMFAO	Sexy And I Know It
18	Example	Changed The Way You Kiss Me	18	Ева Польна	Я тебя тоже нет (Je T'aime)
19	Loreen	Euphoria	19	Нюша (Nyusha)	Выше
20	Нюша	Воспоминание	20	David Guetta feat. Sia	Titanium

Ну, и, наконец, ниже представлена **детализированная статистика о языковых пропорциях контента в московском радиоэфире** за период с мая по октябрь 2012 года.

Все приведённые цифры даны без учёта аудитории каждой из станций в Москве и в регионах РФ. Поэтому языковые пропорции музыкального контента для радиоаудитории на конкретной территории могут значительно отличаться от приведённых ниже.

Для удобства восприятия цифры процентов округлены до целых чисел.

Радиостанция	Всего треков в ротации	Русскоязычные треки	Иностраные треки	Всего эфиров	Русскоязычные эфиры	Иностраные эфиры
Русское Радио	574	100%	0%	30.587	100%	0%
Максимум	550	17%	83%	39.996	11%	89%
DFM	1050	25%	75%	47.199	12%	88%
Монте Карло	928	1%	99%	36.889	1%	99%
Хит FM	285	7%	93%	54.379	9%	91%
PMГ в целом	3.403	1.322 (39%)	2.081 (61%)	243.889	74.315 (31%)	169.574 (69%)
Кекс FM	837	47%	53%	41.193	52%	48%
Европа Плюс	578	5%	95%	45.482	6%	94%
7 Радио	642	2%	98%	39.537	2%	98%
Рекорд	799	5%	95%	52.760	2%	98%
ЕМГ в целом	2.351	441 (19%)	1.910 (81%)	178.972	25.998 (15%)	152.974 (85%)
Юмор FM	573	73%	27%	23.185	77%	23%
Романтика	789	14%	86%	38.510	12%	88%
Авторadio	1057	60%	40%	29.095	62%	38%
NRJ	464	1%	99%	50.531	1%	99%
ВКПМ в целом	2.238	895 (40%)	1.343 (60%)	141.321	40.529 (29%)	100.792 (71%)
Дача	848	99%	1%	29.908	99%	1%
Love Radio	843	12%	88%	48.149	7%	93%
Крутой Медиа в целом	1.674	929 (56%)	745 (44%)	78.057	33.158 (42%)	44.899 (58%)
Best FM	864	1%	99%	38.687	1%	99%
RU.FM	533	97%	3%	42.856	97%	3%
Наше Радио	776	100%	0%	37.296	100%	0%
Мультимедиа Холдинг	2.130	1.258 (59%)	872 (41%)	118.839	79.396 (67%)	39.443 (33%)
ЮFM	857	8%	92%	33.035	7%	93%
Маяк	1005	32%	68%	11.886	20%	80%
ВГТРК в целом	1.833	383 (21%)	1.450 (79%)	44.921	4.788 (11%)	40.133 (89%)

Весна FM	799	78%	22%	34.839	84%	16%
Милицейская Волна	1784	74%	26%	32.153	79%	21%
Шансон	1108	99%	1%	22.441	99%	1%
Мегаполис FM	773	2%	98%	21.681	2%	98%
Шоколад	439	0%	100%	40.331	0%	100%
Comedy FM	416	70%	30%	28.052	96%	4%
Серебряный Дождь	1246	7%	93%	16.654	2%	98%
Комсомольская Правда	1347	68%	32%	8.781	79%	21%
вне холдингов в целом	5.514	2.753 (50%)	2.761 (50%)	170.093	82.325 (48%)	87.768 (52%)
ВСЕГО	10.912	4.513 (41%)	6.399 (59%)	1.335.585	471.309 (35%)	864.276 (65%)

Кто, как и на что влияет в сфере музыкального вещания

Скорость и качество перемен, происходящих в музыкальном радиовещании обусловлены взаимным влиянием групп, интересы которых пересекаются сегодня в этой сфере. Поэтому, прежде чем говорить о трендах, нужно упомянуть тех, кто будет либо участвовать, либо серьёзно влиять на происходящие процессы.

1. **Государственные регуляторы.** Операторы радиовещания работают в жёстких законодательных рамках. В виду ограниченности радиочастотного ресурса госрегулирование в этой сфере имеет значительную коррупционную составляющую. Поэтому любые перемены в сфере массовых коммуникаций, нивелирующие роль госструктур и чиновников, могут восприниматься ими как нежелательные.

2. **Владельцы и топ-менеджеры вещательных структур и холдингов.** Радиовещание – прибыльный бизнес. Интересы акционеров стандартны – минимизировать издержки и получить максимальную прибыль, большую часть которой обеспечивает коммерческая реклама в эфире. Переток радиоаудитории в интернет и последующий перевод рекламных бюджетов из сферы радио в Сеть - одна из серьёзных проблем для владельцев и топ-менеджеров медиабизнеса в горизонте ближайших 5 лет.

3. **Общества по коллективному управлению авторскими и смежными правами.** Ведущие радиовещатели являются крупнейшими донорами бюджетов РАО и ВОИС. Технологически и организационно интернет позволяет напрямую эффективно взаимодействовать правообладателям и профессиональным пользователям (интернет-сервисам), не привлекая посредников в виде обществ по коллективному управлению правами. Поэтому переход от преимущественного использования моделей централизованного сбора и распределения отчислений за использование объектов прав к моделям прямого взаимодействия между правообладателями и пользователями потенциально несёт угрозу снижения собираемых объёмов отчислений для РАО и аффилированных структур в горизонте ближайших 5-10 лет.

4. **Правообладатели – композиторы, поэты, рекорд-компании, продюсеры, исполнители.** Ввиду крайне небольшого количества произведений и фонограмм, используемых в радиоэфире, а также многократного их повторения (горячей ротации), радиостанции были и остаются самым эффективным инструментом продвижения нового музыкального контента. Поэтому, несмотря на многочисленные барьеры, значительные затраты, отсутствие чётких и прозрачных алгоритмов взаимодействия с менеджментом станций, большинство правообладателей готовы любыми способами добиваться радиоэфира для своей песни. В случае успеха правообладатель может рассчитывать на популярность своего хита и заметные денежные отчисления за его публичное исполнение и трансляцию в эфире. Вещательные сервисы в интернете будут поддержаны правообладателями в том случае, если новые технологии взаимодействия с аудиторией позволят им эффективно эту аудиторию «завоевывать».

5. **Неизвестные артисты и авторы.** Начинающие и неизвестные артисты и авторы – потенциальные бенефициары перевода массового вещания из радиоэфира в интернет. Но поскольку в отличие от традиционного радиовещания, эффективные технологии продвижения музыкального контента в интернете ещё не сформированы, ситуация может оказаться не такой радужной. Как бы там ни было, наличие у слушателя интерактивных и адаптивных инструментов при восприятии нового контента в интернете делает неизвестных артистов и авторов песен весьма заинтересованной в переменах стороной.

6. **Радиоаудитория.** В российском радиоэфире реализованы только некоторые из распространённых музыкальных форматов. Это обстоятельство, экспансия интернета во все сферы жизни, а также системные недостатки в работе музыкальных менеджеров отечественных радиостанций привели к падению численности и старению радиоаудитории в последние годы. Процесс «разложения» радиоаудитории продолжается и в настоящий момент. Именно поэтому слушатели и зрители – главный бенефициар грядущих перемен. Интерактивные и адаптивные технологии вещательных интернет-сервисов должны помочь удовлетворить широкий спектр запросов аудитории на музыкальный контент самых разных стилей и направлений.

7. **Измерители.** В сфере измерений радио и телеаудитории до сих пор используются технологии середины прошлого века. Нынешние участники этого рынка в ближайшие 2-3 года должны кардинально перестроить свою работу, внедрив новые технологии. В противном случае им придётся уйти с рынка, уступив место новым игрокам.

8. **Рекламодатели.** Беспрецедентные возможности таргетирования, интерактивные технологии, которые предоставляют рекламодателям интернет-сервисы делают размещение рекламы в интернете всё более эффективным. Рекламодатели и медиабайеры, очевидно, одна из самых заинтересованных сторон в процессе перехода к новым медиа, новым методам измерений и работы с аудиторией.

9. **Провайдеры интернета.** За последние годы в инфраструктуру интернета в России были вложены гигантские средства. Это привело к быстрому и повсеместному внедрению скоростного доступа и беспрецедентному росту сетевой аудитории и её активности. Но, этот инфраструктурный рост не сопровождался адекватным ростом контентного предложения, который бы обеспечивал рост сетевого трафика и давал возможность эффективно монетизировать созданную инфраструктуру. По мнению некоторых экспертов, существующие мощности сегодня не загружены даже наполовину, что обуславливает высокую потенциальную заинтересованность провайдеров интернета в развитии новых сетевых потоковых контентных сервисов.

Музыкальные интернет-сервисы: низкий старт

Повсеместное распространение быстрого интернета приведёт к тому, что радиовещатели окажутся в исключительно конкурентной среде. Проблема конкуренции с 40-50 соседями в FM-диапазоне большого города скоро потеряет актуальность. Крупнейшие игроки рынка коммерческого радиовещания, потратившие десятилетия, мощные административные ресурсы, десятки и сотни миллионов долларов на закрепление в мегаполисах и выстраивание спутниковых сетей с огромным охватом аудитории уже сегодня оказываются в патовой ситуации. За внимание каждого конкретного слушателя нужно начинать бороться с тысячами радиостанций со всего мира, доступных теперь через интернет. Но это не самое главное.

FM-вещание обладает системным недостатком – отсутствием постоянной, тесной, эффективной обратной связи с радиоаудиторией. Программы по заявкам слушателей давно стали частью плейлиста радиостанции, в эфир дозваниваются одни и те же люди, а тестируют музыку для эфира не сами слушатели, а фокус-группы, которые, по идее, этих слушателей представляют. Сегодня, благодаря развитию интернет-технологий, интерактивность стала неотъемлемой частью сетевых сервисов.

Растёт и количество музыкальных стриминговых интернет-ресурсов. Даже не очень удобные музыкальные сервисы в интернете, например, Яндекс-музыка, уже имеют недельную аудиторию в несколько миллионов человек. Ещё больше слушателей оттягивают социальные сети, прежде всего, В Контакте. И если люди среднего и старшего возраста всё ещё продолжают слушать радио, то те, кому ещё нет 20-ти, значительную, если не большую часть музыки получают из сети.

Дополнительным конкурентным преимуществом сетевых музыкальных сервисов является отсутствие, а иногда и принципиальная невозможность жёсткой регламентации и лицензирования, которые характерны для FM-диапазона. Уже сегодня совокупная аудитория слушателей в русскоязычном сегменте интернета сопоставима с аудиторией крупной федеральной спутниковой сети.

Появление новых стриминговых интернет-проектов с простым, удобным, интерактивным интерфейсом ускорит переток аудитории из FM-диапазона, а всеобщее распространение автомобильных интернет-приёмников сделает этот процесс необратимым и завершит его. В интернете появятся десятки и сотни новых провайдеров музыкального вещания, а сегодняшние радиостанции в ближайшие 5-10 лет превратятся в стриминговые сервисы – массовые, мультимедийные, интерактивные.

Предстоящее широкое внедрение в нашу жизнь стриминговых музыкальных интернет-сервисов заставляет нас оценить те продукты, которые сегодня уже присутствуют на рынке. И так...

В Контакте - лидер по аудитории, слушающей музыку в Рунете.

Плюсы: самая большая в рунете аудитория; огромная, разнообразная фонотека; большой выбор готовых «плей-листов друзей»; возможность для правообладателей структурировать поклонников своих артистов и использовать группы для продвижения нового контента; оперативное появление новинок.

Минусы: неудобный интерфейс; отсутствие удобных алгоритмов управления прослушивания музыки; фонотека избыточна по размерам и плохо структурирована; вытекающая из этого «размазанность» аудитории по огромной фонотеке и низкое количество контактов слушателя с конкретной единицей контента; не поддающиеся внятной структуризации плей-листы; нелегальность фонотеки и, как следствие, напряжённые отношения с правообладателями, претензии, судебные иски; отсутствие потоков сторонних производителей; стриминговый сервис слабо монетизирован.

Яндекс.музыка – 4 миллиона треков и столько же слушателей ежемесячно.

Плюсы: легальная фонотека; сформировавшаяся аудитория.

Минусы: неудобный интерфейс; отсутствие удобных алгоритмов управления прослушивания музыки; фонотека избыточна по размерам и плохо структурирована; при этом в ней отсутствуют многие хиты; «размазанность» аудитории по фонотеке; новинки появляются очень поздно; отсутствие готовых плейлистов; отсутствие удобных алгоритмов управления прослушиванием музыки; отсутствие потоков сторонних производителей (радиостанций); сервис слабо монетизирован.

Moskva.fm (piter.fm) – online-агрегатор московских и питерских радиостанций

Плюсы: уже сформировавшаяся аудитория; возможность слушать архивные материалы радиостанций; возможность точно идентифицировать практически любой контент, прозвучавший в московском или питерском радиоэфире.

Минусы: неудобный интерфейс; отсутствие удобных алгоритмов управления прослушивания музыки; отсутствие собственно, стримингового сервиса; нелегальность вытекающая из отсутствия соглашений сразу с двумя категориями правообладателей – и с производителями контента, и с производителями радиопрограмм (радиостанциями).

101.ru – более 100 готовых стриминговых каналов для 2 миллионов слушателей.

Плюсы: готовые плейлисты различных жанров

Минусы: неудобный интерфейс; отсутствие удобных алгоритмов управления прослушивания музыки; перегруженная по количеству и разная по музыкальному качеству фонотека; невозможность для слушателя влиять на то, что он слышит.

Zvooq, трава, др. – качественно нарисованы, имеют огромные фонотеки, но, в силу интерфейсных, а самое главное – «идеологических», «системных» недоработок, эти сервисы малоинтересны массовой аудитории...

Короткая справка:

численность фонотеки Pandora по состоянию на конец 2012 года не превышала 1 млн. треков
аудитория Pandora в 2013 году превысила 150.000.000 человек

Основные тренды в развитии музыкального вещания в горизонте 5-10 лет

1. Изменится технология доставки радиовещательного программного продукта слушателю. Сегодня это радиосигнал FM-диапазона, завтра это будет почти исключительно высокоскоростной мобильный интернет 4-го и последующих поколений. Какое-то время оба способа доведения программ до слушателя будут существовать параллельно. После массовой замены нынешних радиоприёмников в автомобилях на интернет-приёмники, эпоха FM-вещания окончательно завершится. Цифровое музыкальное радиовещание с использованием мощных эфирных передатчиков, скорее всего, уже никогда не сможет стать доминирующим на рынке производства и потребления музыкального контента.
2. На рынке производителей музыкального программного продукта усиливается конкуренция. Причиной этого стала доступность слушателю в любой точке мира программ любых радиостанций через интернет. Важным следствием этого станет децентрализация музыкального вещания в горизонте ближайших 5-10 лет. Численность аудитории нынешних федеральных сетей будет неуклонно снижаться. Точками концентрации массовой аудитории станут мощные агрегаторные интернет-площадки и стриминговые интернет-сервисы. Последние будут производить оригинальный музыкальный программный продукт, который, благодаря интерактивным инструментам, будет обладать высокой степенью адаптивности под каждого конкретного слушателя.
3. Развитие интерактивных и адаптивных технологий, а также широкое использование аутсорсинга и краудсорсинга позволит запускать и эксплуатировать вещательные структуры распределённого, облачного типа, которые заменят нынешние вертикально-интегрированные вещательные структуры в ближайшие 8-10 лет.
4. В ближайшие годы кардинально изменится рынок медиаизмерений. Пиплметры, телефонные опросы слушателей и другие инструменты прошлого века навсегда уйдут в прошлое. В ситуации, когда каждый слушатель или зритель сможет реагировать на то, что он видит и слышит, подстраивать контентный поток под себя, учёт численности, предпочтений, количественной и качественной волатильности аудитории будет происходить в автоматическом режиме. Результаты медиаизмерений нового типа будут абсолютно адекватны запросам аудитории и релевантны для рекламодателей и самих вещателей.
5. В перспективе может снизиться роль и влияние обществ по коллективному управлению правами, поскольку вещательные структуры в интернете будут напрямую договариваться с правообладателями об условиях использования музыкального контента и отчислениях за такое использование.
6. Для правообладателей – авторов, продюсеров, исполнителей начнётся период, когда они смогут выходить с новыми произведениями на массовую аудиторию, минуя многие существующие сегодня промежуточные структуры. Интерактивные технологии, которые в ближайшее время повсеместно начнут использоваться в стриминговых музыкальных сервисах, обеспечат не только нужное количество контактов слушателей с исполнителем и песней, но и позволят в реальном времени понимать реакцию аудитории. А это, в свою очередь, позволит точно прогнозировать скорость и территориальные особенности распространения песни, будущую аудиторию и даже размер отчислений за использование произведений и фонограмм.

tophit.ru: 10 лет – полёт нормальный

Сегодня всем, кто готов осваивать рынок новых музыкальных медиа, tophit.ru предлагает маркетинговые, технологические, интерфейсные и управленческие модели работы с музыкой в интернете, которые соответствуют вызовам времени, запросам аудитории и ожиданиям правообладателей.

Уверенно смотреть в будущее нам помогает десятилетний опыт работы на рынке России и стран СНГ. Ниже приведены некоторые статистические данные, характеризующие работу портала за прошедшие 10 лет.

Проект tophit.ru был запущен в 2003 году и к настоящему времени стал главным связующим звеном между 1500 российскими и зарубежными исполнителями, продюсерами, рекорд-компаниями и 400 радиостанциями, 95 телеканалами, 380 ведущими ди-джеями Москвы, России, Украины, стран СНГ и Балтии, Германии, Кипра, Израиля и США.

tophit.ru обеспечивает дистрибьюцию нового аудио- и видеоконтента профессионального качества для радиостанций, телеканалов и ди-джеев, а также сбор статистики об использовании этого контента в эфире.

tophit.ru – это высокотехнологичный инструмент «мягкого» продвижения российской популярной музыки в эфир радиостанций и телеканалов России и стран СНГ с суммарной аудиторией более 100 миллионов человек в неделю.

tophit.ru – это контентная база, содержащая 20.000 хитов, 2.5 тыс. видеоклипов в профессиональном качестве, 650 лайнеров, ID и поздравлений, записанных 150 российскими и зарубежными звёздами; этот контент доступен медиа-партнёрам в режиме 24/7.

tophit.ru – это еженедельная детализированная статистика по ротации более, чем 400 актуальных радиохитов в эфире станций-партнёров, семь еженедельных и ежемесячных радиочартов online, в том числе отдельные чарты по Москве, Санкт-Петербургу и Киеву, чарт по заявкам радиослушателей и сводный радиочарт TOP HIT 100, 16 ежегодных радиочартов, включая сводный TOP HIT 200 и годовые исполнительские TOP 100; официальные радиочарты Airplay Top Hit 100 с 2005 года признаны во всём мире наиболее полным и достоверным источником информации о ситуации в радиоэфире России и СНГ, а также объективным показателем популярности того или иного российского или зарубежного артиста на данном рынке.

Дополнительная информация: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Tophit>