

# Mediul on-line câștigă teren. Numărul moldovenilor abonați la Internet a ajuns la jumătate de milion

Numărul moldovenilor care au acces la Internet crește de la un an la altul. În 2011, numărul abonaților la serviciile de acces la Internet în bandă largă la puncte fixe a crescut, față de 2010, cu mai bine de 32% și a depășit cifra de 355,1 mii. Numărul abonaților la serviciile de Internet mobil, prin intermediul modemelor și cardurilor, a ajuns la 124,8 mii. În acest context, publicitatea în spațiul virtual cedează doar în fața publicității TV ca și eficiență.

**Olga CEAGLEI,**  
olga.ceaglei@eco.md

Conform datelor prezentate de către furnizorii de rețele mobile de generația a treia (3G), numărul abonaților la serviciile mobile dedicate, prin intermediul modemelor și cardurilor pentru date, a ajuns la 124,8 mii, iar rata de penetrare a acestor servicii raportată la 100 de locuitori ai republicii a constituit 3,5%, se arată în datele Agenției Naționale de Reglementare în Comunicații Electronice și Tehnologia Informației.

Rata de penetrare a serviciilor de Internet în

bandă largă la puncte fixe, raportată la 100 de locuitori ai republicii, a crescut cu 2,42% și a ajuns la 10%, care indică o dezvoltare rapidă a acestor servicii pe piață. În comparație cu situația din 2009, în 2011 numărul abonaților a crescut aproape de două ori.

**85,9 mii de abonați noi la serviciile de Internet, în 2011**

Pe parcursul anului trecut, furnizorii serviciilor de acces la Internet în bandă largă la puncte fixe au conectat la rețelele proprii circa 85,9 mii de abonați noi. Numărul abonaților conec-

tați la rețeaua globală prin intermediul tehnologiilor xDSL (Digital Subscriber Line) a crescut cu 19,4% și a ajuns la 196,7 mii, iar numărul celor care folosesc tehnologia FTTx (Fiber to the premises) s-a mărit cu 48% și a atins cifra de peste 141 mii. Tehnologiile date (FTTx) utilizează fibra optică până la locația abonatului sau până la un anumit punct din vecinătate, de la care rețeaua de distribuție este bazată pe cabluri de cupru.

La sfârșitul anului trecut, 55,38% din abonații la Internetul în bandă largă utilizează tehnologiile de acces xDSL, iar 39,7% - tehnologiile FTTx. La aceeași dată, cei mai mulți abonați la serviciile în bandă largă la puncte fixe - 246,8 mii - avea SA „Moldtelecom”. Companiile „Starnet” și „Sun Communications” aveau o bază de abonați de 62,5 mii și, respectiv, de 17 mii, iar restul furnizorilor luați împreună - 28,7 mii.

**Volumul vânzărilor pe piața serviciilor Internet a crescut cu un sfert**

Urmare a creșterii numărului de abonați, volumul de vânzări a ser-

viciilor transport date și acces la Internet la puncte fixe realizate de furnizorii de pe această piață a crescut, față de 2010, cu 25,2% și a ajuns la 678,2 mil. lei. Această creștere a fost determinată de majorarea volumului de vânzări efectuate de SRL „Starnet”, SA „Moldtelecom” și SA „Orange Moldova”.

Vânzările companiei „Starnet” au crescut cu 34,7% și au însumat 106,5 mil. lei, cele ale SA „Moldtelecom” - cu 30,4% și au alcătuit circa 454 mil. lei, iar a „Orange Moldova” - cu 19,6% și au constituit 27,1 mil. lei. Cifra de afaceri a celorlalți furnizori de pe această piață a scăzut cu 1,3% și a însumat 90,6 mil. lei.

**Moldtelecom deține 66,9% din piață**

În 2011 pe piața serviciilor transport date și acces la Internet la puncte fixe au activat 46 de furnizori. Cel mai mare jucător pe această piață - SA „Moldtelecom” - deținea, în ianuarie 2012, o cotă de piață, în funcție de cifra de afaceri, de 66,9%, SRL „Starnet” - de 15,7% și SA „Orange Moldova” - de

4,0%. Ceilalți 43 de furnizori au împărțit împreună o cotă de piață de 13,4 la sută.

Conform noii metodologii de raportare a datelor statistice, indicatorul dat reflectă numărul de abonați activi la serviciile de acces mobil la Internet prin modeme USB, PCMCIA, modeme de acces mobil încorporate în laptop sau computer și nu include abonații la serviciile voce care utilizează accesul mobil la Internet în calitate de opțiune la serviciul de bază.

**Publicitatea online cedează doar în fața publicității TV**

Dinamica pieței de publicitate este în continuă creștere, fiind direct proporțională cu numărul internautilor, însă în lipsa unui studiu și a monitorizării pieței, orice estimare este aproximativă.

Cu toate acestea, online-ul devine de la o zi la alta o media de promovare care merită atenția clienților de publicitate, reieșind și din creșterea semnificativă a numărului de abonați la Internet. În prezent se pare că mediul on-line cedează doar publicității la TV.

O treime din moldoveni, 34% la sută din respondenții unui sondaj, realizat de companiei de recrutare CeeVee, susțin că au decis să facă anumite cumpărături sub influența publicității online. Sondajul a fost efectuat la nivel național, în ianuarie-februarie 2012, pe un eșantion de 800 respondenți.

23% dintre respondenți afirmă că sunt dispuși să cumpere un produs sau serviciu în urma vizualizării unei reclame online, iar 29% în urma vizionării unei reclame la TV. Printre răspunsuri se regăsesc și alte medii de promovare, însă cu o influență mai redusă asupra deciziei de achiziție, s-a constatat în cadrul sondajului de opinie.

Circa 44 la sută din consumatori au aflat despre produse și servicii din reclama la TV și doar 4% din ziare și reviste, iar 3% de la radio și la fel 3% de pe panouri stradale.

Majoritatea respondenților care au dat preferință publicității online afirmă că, de regulă, caută în Internet detalii despre produsul sau serviciul promovat, se informează în vederea cumpărării sau accesează direct site-ul producătorului.