

Media Business Reports

Обзор новостей украинского и
международного медиа бизнеса



MEDIA RESOURCES MANAGEMENT

ООО «Медиа Ресурсы Менеджмент»

№17 (17)
25 сентября – 01 октября, 2006

МЕДИА факты в ЦИФРАХ

По результатам исследования международной ассоциации Интернет-рекламы Interactive Advertising Bureau и консалтинговой компании Price Waterhouse Coopers, реклама в Интернете остается самым перспективным сегментом рекламного рынка, который приносит все больше прибыли. На конференции «Неделя рекламы», которая проходила в Нью-Йорке с 25 по 29 сентября, была обнародована информация о том, что доходы от Интернет-рекламы за период с середины 2005 года до середины 2006-го возросли на 37%, достигнув в США \$7,9 млрд. Причиной устойчивого роста сегмента Интернет-рекламы является появление, помимо обыкновенных веб-сайтов, новых онлайн-платформ, которые предлагают мобильный контент и IPTV. Объем рынка баннерной рекламы в США возрос на 21% по сравнению с аналогичным периодом 2005 года.

В то же время развитие некоторых других, более традиционных видов рекламы (особенно телевизионной), замедлилось. По информации сайта mediarevolution, если взглянуть на рекламный рынок в глобальном масштабе, то на долю телевидения в 2006 году, по прогнозам исследовательской компании GroupM, придется 52% всех рекламных бюджетов в мире, а на Интернет – 21%. Однако, как говорится в докладе этой компании, на развитых рынках (таких как США) уже в ближайшие годы Интернет обгонит телевидение по объему затрат. В Северной Америке на долю Интернета в 2006 году придется 37% от общей суммы рекламных бюджетов, в то время как телевидению достанется лишь 33%, а газетам, журналам и наружной рекламе – и вовсе 11%, 9% и 6% соответственно. Радио достанется, по прогнозу экспертов GroupM, лишь 3% совокупного рекламного бюджета всех компаний в Северной Америке.

В Западной Европе сектор Интернет-рекламы также показывает стремительные темпы роста. В 2006 этом году на долю Интернета придется 44% совокупного рекламного бюджета компаний региона.

И только в развивающихся странах «традиционные» СМИ занимают довольно прочные позиции. Так, на долю Интернет-сектора Восточной Европы в 2006 году придется лишь порядка 4% совокупного рекламного бюджета, а на долю его коллег в Латинской Америке – всего 3%.

По сообщениям портала Bigmir.net, украинский рынок онлайн-рекламы по сравнению с 2005 годом вырос на 80% и до конца года в денежном выражении составит \$4 млн. Объемы этого рынка в Украине в ближайшее время будут расти прямо пропорционально росту Интернет-аудитории, которая увеличивается в среднем на 2-3% ежемесячно. Однако количество пользователей Интернета в Украине еще очень невелико в сравнении с мировыми показателями, что в свою очередь очень сдерживает рост рекламного рынка в этом сегменте. По некоторым оценкам, в Украине сейчас насчитывается около 3 млн. пользователей Интернета, а это менее 7% населения.

Событие

10 и 11 октября в Киевском Доме Кино НСКУ (ул. Саксаганского, 6) состоится **Второй Киевский Международный Медиа Форум (2006)**. Главными организаторами мероприятия выступают Компания «Телерадиокурьер», ООО «Украинский медиа союз», Агентство «Идея Плюс», при содействии Национального совета Украины по вопросам

телевидения и радиовещания. Направлениями медиа индустрии, которые будут обсуждаться в ходе мероприятия, являются телевидение, радиовещание, мультисервисные (телекоммуникационные) услуги, киноиндустрия, пресса, книгоиздательство, реклама, PR. Ожидается, что среди участников (а это - владельцы, руководители, ведущие специалисты телерадиокомпаний и других организаций медиаотрасли, представители регулирующих и контролирующих госорганов и учреждений) будут такие небезызвестные в отрасли личности как Андрей Шевченко, глава Комитета Верховного Совета Украины по вопросам свободы слова и информации, Тарас Шевченко, директор Института Медиа Права, Борис Савченко, председатель правления НСКУ и многие другие. В ходе мероприятия будут проведены общее пленарное заседание на тему: «Медиа-рынок Украины: тенденции и перспективы», ряд практических семинаров, конференций и круглых столов. Полную программу и условия участия в Медиа Форуме можно посмотреть на сайте www.trk-mag.kiev.ua.

* * *

Как убедить украинскую законодательную власть в необходимости обеспечить отечественному продюсерскому кино реальные льготы? Каким образом наладить систему тендеров и льгот с тем, чтобы поддержать кинопроизводителей? Эти и другие актуальные вопросы продюсерского кино обсуждались на заседании **Ассоциации Продюсеров Украины** 29 октября в зале кинотеатра «Жовтень». Выразить свое мнение о наболевшем и послушать коллег пришли Президент АПУ Алексей Серков, вице-президент Ассоциации Дмитрий Колесников, представители таких компаний как «Интер», «Украинская медийная группа», «ICTV», «Новая студия», «Линия кино», «Стар Медиа», «Паноптикум», «СКБ-Бразерс», «Респект Фильм», «Артхаус Трафик», «Техномедиа», «Ассоциация содействия развития кинематографа Украины», специализированное product placement агентство «Интера», также присутствовали режиссеры - члены АПУ Александр Кириенко и Александр Шапиро. Камерная, уютная атмосфера, царившая в зале, не помешала горячему обсуждению острых тем.

Однако началась встреча украинских продюсеров с приятной части заседания – вручения призов победителям фестиваля «Кино-Шок-2006», который проходил с 18 по 25 сентября в Анапе. Награды победителям фестиваля вручил ведущий телеканала «Интер» Алексей Дивеев-Церковный. Приз за лучшую режиссуру получил продюсер фильма «Оранжевый» Владимир Хорунжий и тут же пообещал лично передать его режиссеру Алану Бадоеву. А приз за лучший сценарий был вручен непосредственно режиссеру и сценаристу фильма «Хеппи Пипл» Александру Шапиро. Также, поздравили режиссера Александра Кириенко, снявшего фильм «Оранжевое небо», с получением Александром Лымаревым приза за лучшую мужскую роль в этом фильме на Ялтинском фестивале продюсерского кино «Кино-Ялта 2006». Приз уже передали актеру в Москве, где он находился по вопросам записи музыки Нино Катамадзе для его новой работы - художественного фильма «Моя мама Инди»

На этом хорошие новости не закончились: оказалось, АПУ, зарегистрированная официально в начале сентября, обзавелась собственным логотипом. Дизайн нового «фирменного знака» - золотой треугольник с обвивающим его названием организации на английском языке - был продемонстрирован тут же, на экране в широкоформатном изображении и звуком Dolby Digital.

После «лирической» части последовала менее приятная, зато очень важная: как помочь украинскому кинопроизводству развиваться нормальными темпами. Вернее, как устранить препятствия, мешающие развитию украинского продакшна. А.П. Чмиль, начальник службы кинематографии Украины, отметила, что залог успеха - в донесении проблем продюсерского кино до политиков всеми возможными способами. Хотя «достучаться» до чиновников сквозь бюрократические барьеры непросто - сложно повернуть на 180 градусов мышление людей, подходящих к финансированию киносъемок, исходя из «акта выполненных работ» и прочих требований, отношения к реальному

кинопроизводству не имеющих. Отсеять же случайных людей, пытающихся воспользоваться «кинольготами» для отмыwania денег, поможет присоединение к европейской Хартии кинопроизводителей, уверен Дмитрий Колесников. Это поможет решить еще одну острейшую проблему – регулирование отношений производителей, работающих в копродукшне.

Реально ли найти аргументы для законодательной власти о дополнительном финансировании кинопроизводства, предоставлении льгот и т.п., покажет уже 4 октября: в ближайшую среду состоится слушание в комитете Верховной рады Украины по культуре и духовности «О ситуации в киноиндустрии». А защищать на этом заседании интересы украинского продюсерского кино будет Президент АПУ Алексей Серков.

Новости Медиа Компаний

Компания «Так Треба Продакшн» запатентовала инновацию

Компания «**Так Треба Продакшн**» получила Государственный патент Украины на полезную модель. Специалистами компании разработана и теперь уже запатентована новая технология, позволяющая записать на DVD-диск не только фильм, сериал, трейлеры, интервью с актерами и режиссерами (и прочую информацию о самом фильме или сериале), но и компьютерную игру по мотивам это же фильма. Суть инновации состоит в том, что теперь на одном носителе можно будет совместить два разных продукта, имеющих разную ценность для потребителя, но связанных одной темой или сюжетом.

CBS Corporation продолжает реструктуризацию

Медиахолдинг **CBS Corporation** формирует новое подразделение CBS Television Distribution Group, которое объединит в себе телекомпанию **CBS Paramount Television** и киностудию **King World**, которые входят в состав корпорации. Должность генерального директора нового подразделения займет Роджер Кинг. Одним из элементов реорганизации компании станет уход со своей должности Джоела Бермана, который занимал пост президента компании CBS Paramount Worldwide Television.

В рамках дистрибуции внутри США CBS Television Distribution Group будет управлять правами на премьерные показы контента от King World и CBS Paramount Domestic Television, а также на новый программный продукт, произведенный под брэндом CBS Television Distribution Group. В библиотеку новосозданной компании войдут также такие шоу как: «*Колесо фортуны*» (*Wheel of Fortune*), «*Опасность*» (*Jeopardy*), «*Шоу Опры Уинфри*», «*Доктор Фил*», «*Рэйчел Рэй*», «*Судья Джуди*», «*Судья Джо Браун*» (*Judge Joe Brown*), «*Entertainment Tonight*», а также «*Место преступления*» (*Crime Scene Investigation*), «*Все любят Рэймонда*» (*Everybody Loves Raymond*), «*Экстрасенс*» (*Medium*), «*Морская полиция: Спецотдел*» и реалити-шоу «*Последний герой*» (*Survivor*).

CBS Paramount International Television (CPITV) продолжит заниматься международной дистрибуцией программного продукта и форматных прав на продукт собственного производства CBS Corporation, а также координировать вопросы международного со-производства.

Disney закрывает подразделение мобильной связи

Сегодня все чаще говорят о том, что Голливуд переживает некоторый спад в своей деятельности. Так, по данным исследовательской компании **Kagan Research**, в 2005 году студии возместили себе только 84% средств, затраченных на производство и продвижение своих фильмов на территории США. Ранее мы также сообщали о том, что корпорация **Disney** приняла решение о существенном сокращении выпуска фильмов и сократила более 600 сотрудников. Более того, ходят слухи, что и другие студии-мейджеры последуют примеру Disney. Теперь же Disney сообщает о скором прекращении деятельности своего мобильного виртуального сетевого оператора (MVNO – mobile virtual network operator) **ESPN Mobile**. Оператор просуществовал всего около года, как и Disney Mobile (другой

виртуальный оператор, входящий в собственность Walt Disney), и в последнее время сообщал о финансовых потерях.

ESPN Mobile просуществует до конца 2006 года, чтобы у его клиентов было время переключиться на услуги другого оператора связи. Сейчас ESPN Mobile предлагает через сеть оператора Sprint ряд сервисов спортивной тематики и привлекает абонентов нестандартной тарифной схемой. Однако в планах компании - перейти на другую модель ведения бизнеса: с 2007 года подразделение ESPN будет разрабатывать и поставлять контент другим операторам мобильной связи. В процессе реструктуризации произойдет незначительное сокращение рабочих мест.

Напомним, что в августе компания Disney отменила свои планы, касающиеся расширения своего бизнеса в Великобритании и запуска там MVNO-оператора Disney Mobile, который был запущен в США в первом полугодии 2006 года

Этот оператор ориентирован на детскую аудиторию и базируется на беспроводных сетях корпорации Sprint, третьего по величине сотового оператора США. Однако и услуги, и сотовые телефоны для абонентов продвигаются под маркой Disney. Юным абонентам доступен фирменный контент киностудии, а родителям предлагается система GPS-слежения за любимыми чадами и ряд других контрольных функций.

В целом же в отношении Disney ходят слухи, что все эти действия по сокращению бизнеса имеют лишь одну цель – повысить стоимость акций корпорации на бирже и произвести тем самым хорошее впечатление на акционеров. Однако, по мнению некоторых экспертов, эти меры принесут только краткосрочный результат, и вскоре Disney столкнется с теми же проблемами, что и раньше. В принципе, те же специалисты не видят в сложившейся ситуации особого драматизма и считают, что это всего лишь закономерный циклический спад, который время от времени переживает любой бизнес.

Новости Продакшн

Fox Reality разрабатывает интерактивный формат

Американский кабельный канал **Fox Reality** совместно с британским **Indie TV** разрабатывают новое телевизионное шоу *Your Instant Reality*, в котором его зрители смогут непосредственно участвовать. В двухчасовом шоу, которое будет выходить в прямой эфир еженедельно, зрители смогут общаться между собой и с ведущим с помощью текстовых сообщений, участвовать в голосованиях и предлагать свой собственный цифровой контент.

Марк Роуланд, основатель Indie TV и исполнительный продюсер американских версий развлекательных передач *Supernanny* и *Brat Camp*, говорит, что создание такого шоу имеет своей целью убрать барьер между телевидением и Интернетом, а также превратить поклонников канала Fox Reality в участников создания его программ. Практика использования любительского контента при создании веб-сайтов уже широко распространена в Интернете, а *Your Instant Reality* применит ее на телевидении.

«Не родись красивой» в Америке

На американском канале **ABC** начался показ теленовеллы *Ugly Betty* (на Украине формат выходил под названием «*Не родись красивой*»), являющейся американской адаптацией колумбийского формата *Betty la fea*. При этом, шоу сразу же стало самым рейтинговым из новых проектов осеннего сезона, собрав аудиторию в 16,1 млн. зрителей и показав рейтинг 4,9% и долю в 14% по аудитории 18-49. Теленовелла показала такие хорошие результаты даже несмотря на то, что в этом же слоте ее конкурентом является формат *Survivor* («*Последний герой*»). Производство теленовеллы по латиноамериканскому формату является нетипичным явлением для американского телевидения, где традиционно производятся сериалы по местным оригинальным сценариям.

Кроме этого, на ABC продолжается весьма успешный показ сериала *Grey's Anatomy* («*Анатомия Грей*»), который «выиграл» в своем слоте у *CSI*, выходящего на основном

канале конкуренте ABC - CBS. В целом же сериалы ABC показывают пока лучшие результаты в вечер вторника, который является для американского телевидения ключевым днем, нежели программы на CBS, «выигрывающая» по всем основным взрослым аудиториям.

Новости Дистрибуции

CinemaNow внедряет технологию «download-to-burn»

Онлайновый сервис продажи фильмов CinemaNow заявил, что предложит версию фильма кинокомпании Universal Pictures «The Fast and The Furious: Tokyo Drift» («Форсаж: Токийский Дрифт») с возможностью записи на DVD одновременно с началом его продажи в магазинах. Это событие станет первым случаем максимально оперативного поступления в онлайн продажу фильма с функцией «download-to-burn».

До сих пор студии шли на применение технологии «download-to-burn» крайне неохотно, либо вообще от нее отказывались, так как боялись пиратства, которое может нанести значительный ущерб рынку фильмов для домашнего просмотра, объем которого сегодня составляет порядка \$24 млрд.

Благодаря этому шагу, CinemaNow оказалась в выгодном положении, так как его основные конкуренты Amazon.com и Apple пока не могут предложить своим подписчикам функцию «download-to-burn».

CinemaNow заявляет, что в продаваемом за \$9.99 фильме «Форсаж: Токийский Дрифт» будут доступны все бонусы, которые предлагаются на оригинальном DVD.

Впервые технология «download-to-burn» была предложена пользователям Интернета еще в июне, однако в рамках проекта предлагалась запись не слишком «актуальных» фильмов. С выходом «The Fast and The Furious: Tokyo Drift» CinemaNow надеется изменить ситуацию. Новая услуга основана на технологии fluxDVD, разработанной компанией ACE GmbH. Эта технология позволяет предотвратить пиратскую дистрибуцию дисков.

Напомним, в апреле 2006 года киностудии Universal Pictures, Sony Pictures Entertainment, Warner Bros., Metro-Goldwyn-Mayer и Paramount Pictures начали продавать свои фильмы в цифровом виде через Movielink, являющийся главным конкурентом CinemaNow.

В мае киностудия Walt Disney сообщила о планах продавать цифровые копии своих фильмов через сервис CinemaNow, в июне онлайновый сервис CinemaNow начал продажу оцифрованных фильмов киностудии 20th Century Fox, а телевизионные проекты Fox Broadcasting Company, включая проекты телеканалов FX, FUEL TV и SPEED, начали продаваться на CinemaNow в июле 2006 года.

Американское шоу будет выходить в эфире Польши и России

Теперь американское юмористическое ночное телешоу «Субботний вечер в прямом эфире» (Saturday Night Live) будет транслироваться уже в 113 странах благодаря соглашению между компанией **Broadway Video Enterprises** и NBC о начале его показа в России и Польше.

В Польше шоу будет выходить на канале **Comedy Central Poland**. Компания Broadway Video Enterprises также начала повторные показы отдельных выпусков ночной телепрограммы в Южной Корее и Нидерландах.

По некоторым данным в Украине также планируется производство собственной версии подобного юмористического формата (sketch show).

Вещание: телевидение

и альтернативные способы доставки контента

Discovery Networks International запускает новые каналы в Польше

До конца 2006 года компания **Discovery Networks International**, подразделение Discovery Communications, планирует запустить 7 каналов на новой польской DTH платформе ITI Neovision.

Два канала будут абсолютно новыми для данного рынка: Discovery HD, первый развлекательный польский HD канал, и Discovery Historia, современный исторический канал. На платформе будут доступны также все пять брендовых каналов Discovery Networks, включая известные Discovery Channel и Animal Planet.

Канал Discovery HD, который готовится к запуску в октябре, будет транслировать эксклюзивный контент всемирной библиотеки Discovery Networks, которая включает тысячи часов HD контента.

Канал Discovery Historia будет транслировать разнообразный контент на исторические темы. Канал ориентирован на польский телерынок, поэтому транслируемые на нем передачи домашнего и зарубежного производства будут касаться польской военной, современной и античной истории. Местный программный продукт будет создаваться совместно с каналом TVN, крупнейшим частным польским вещателем. Запуск канала запланирован на ноябрь.

Евросоюз планирует принять закон о единых стандартах трансляции мобильного телевидения

Европейская комиссия предложила принять закон о едином европейском стандарте трансляции мобильного телевидения. Такое решение мотивируется опасениями европейских политиков относительно того, что распространение технологий разных стандартов может задержать развитие мобильного телевидения в Европе, поскольку пользователи не смогут получать весь объем поставляемого контента. Член Еврокомиссии по информатизации Вивиан Реддинг заявила, что будет работать над созданием единых стандартов технологий мобильного телевидения, которые могут в будущем стать едиными во всем мире. Также планируется установление единого стандарта использования радиочастот. По прогнозам, к 2010 году количество пользователей мобильного видео контента достигнет 65-250 млн., а объем продаж этого рынка составит 6-19 млрд. евро.

Киностудии продолжают искать путь борьбы с пиратством

По подсчетам Американской Кинематографической Ассоциации МРАА (Motion Picture Association of America), которая является главной лоббирующей группой голливудских студий Buena Vista Pictures Distribution, Paramount Pictures, Sony Pictures Entertainment Inc., Twentieth Century Fox Film Corporation, Universal City Studios LLLP и Warner Bros. Entertainment Inc, 90% случаев пиратского распространения только что выпущенных в прокат фильмов происходит в результате их записи на видеокамеру во время просмотра в кинотеатре. Через несколько лет эксперты киноиндустрии ожидают появления новых приспособлений, которые будут определять месторасположение видеокамеры в кинозале и тонким пучком света «ослеплять» ее. Это изобретение должно помочь голливудским киностудиям избежать многомиллионных убытков.

Недавно международная консалтинговая компания LEK провела исследование, в ходе которого выяснилось, что в 2005 году американская киноиндустрия из-за пиратского распространения кинопродукта понесла убытки в \$1,6 млрд. на территории США, причем из-за пиратской деятельности студентов американских колледжей бюджету киностудий наносится ежегодный ущерб в \$500 млн., а каждый день из Интернета нелегально скачивается 400 тыс. фильмов. А по данным института Institute for Policy Innovation (IPI), кинопиратство ежегодно наносит экономике США общий ущерб в размере \$20,5 млрд.

Media Business Reports

Обзор новостей украинского и международного медиа бизнеса

Все права на данный информационный продукт принадлежат ООО «Медиа Ресурсы Менеджмент». Запрещается полное или частичное копирование и распространение данного издания без согласия издателя.

Ответственные за выпуск: **Виктория Кот, Ирина Костюк.**

По любым вопросам, связанным с MBR, обращайтесь, пожалуйста, по телефону/телефаксу: (044) 459-46-10 или по электронной почте: info@mrm.com.ua.

Media Business Reports

**Обзор новостей украинского и
международного медиа бизнеса**



№17 (17)

25 сентября – 01 октября, 2006

Тема номера: DTH в странах Восточной Европы

Справка: Система непосредственного спутникового вещания типа DTH (Direct-to-Home) состоит из наземной станции, передающей сигнал на спутник. Расположенные на борту спутника промежуточные станции принимают сигнал, преобразовывают частоту и усиливают сигнал прежде чем послать концентрированный сигнал на наземные приемники в зоне обслуживания.

Несмотря на то, что индустрия платного телевидения усиленно развивает услуги triple-play и разнообразные интерактивные сервисы, что лучше всего реализуется посредством кабельных сетей или совмещения возможностей различных платформ, с недавних пор в Европе активно появляются новые DTH-платформы.

Примерами рынков, для которых развитие систем спутникового вещания DTH является выгодным, являются Румыния, Кипр, Польша и Болгария. Поскольку все эти страны являются развивающимися рынками, которые недавно вступили или только планируют присоединиться к Европейскому Союзу, конкурентные условия на этих территориях очень похожи. Одним из факторов, которые способствуют запуску новых DTH-платформ, является ослабление законодательного регулирования, сопровождающее процесс вступления в ЕС. Это объясняется тем, что, как правило, правительства становятся более либеральными непосредственно перед вступлением в ЕС, так как одним из условий европейской интеграции является либерализация лицензионного законодательства.

Украина

Даже те страны, которые еще не скоро приобретут членство в ЕС, стали на путь дерегулирования. К числу таких стран относится и Украина, где сегодня, как отмечают западные аналитики, существует небольшое количество государственных телеканалов, и правительство ориентируется на Западную Европу. По мнению тех же западных специалистов, в Украине ослаблено регулирование государственных медиа, а лицензирование новых DTH платформ рассматривается как способ заработать деньги. В прошлом году украинская компания «Поверхность - спутниковые Коммуникации» презентовала первый в Украине спутниковый пакет телеканалов формата direct to home (DTH), который доступен также населению России, Беларуси и Молдовы.

DTH в Украине появился довольно давно с началом распространения сигнала российского оператора НТВ+ в 1996 году. Сначала появились пиратские карточки (их до сих пор можно купить в Киеве на радиорынке), потом появилось представительство НТВ+, которое распространяет карточки официально по 23-28 долларов. В настоящее время за такую цену можно подписаться на 60 каналов.

По официальным данным количество абонентов DTH на Украине составляет немногим более 70 000 человек (для сравнения в соседней Польше POLSAT декларирует

наличие миллиона подписчиков). Однако, по неофициальным - подписчиков раз в пять больше.

Осенью 2005 года на рынке Украины появился национальный DTH оператор – «Поверхность ТВ», зона распространения сигнала которого, кроме всей Украины, покрывает также Молдову, Беларусь и некоторые другие соседские страны. Поскольку для распространения сигнала используется спутник W4, абонентам НТВ + нет необходимости перенастраивать свои антенны, достаточно лишь поменять карточку.

В настоящее время «Поверхность ТВ» не работает с частными абонентами, хотя в планах компании есть намерение создать свою дистрибуторскую сеть. Пока же пять каналов «Поверхности ТВ», среди которых два – собственного производства – «Спорт 1» и «Спорт 2», входят в пакет «Воля-кабель Премиум».

Рассматривая в качестве основного конкурента НТВ+, «Поверхность ТВ» в ближайшее время планирует запустить порядка 60 каналов, причем стоимость подписки не должна превышать 20 долларов. С другой стороны, ей придется конкурировать (по крайней мере в Киеве) с кабельным оператором Воля, у которого стоимость аналогичного пакета каналов не превышает 15 долларов в месяц.

В целом же, уровень дохода у населения стран Восточной и Центральной Европы растет, что рождает спрос на дополнительные блага, среди которых и улучшенные телевизионные сервисы. А услуги DTH телевидения вполне могут обеспечить соответствующий уровень качества телевидения.

Преимущества DTH

В некоторых странах Центральной и Восточной Европы вещательные компании могут получить большую выгоду, передавая контент посредством DTH, а не через кабельные сети. В Польше, например, рынок кабельного телевидения все еще очень фрагментирован. На нем существует несколько сотен кабельных операторов, причем такая же ситуация наблюдается в России, Украине и Словакии. Поэтому телеканалам приходится заключать договора о ретрансляции своего сигнала с каждой отдельной кабельной сетью, причем кабельные операторы все еще берут плату за передачу сигнала, а DTH операторы – нет.

Посредством DTH легче «добраться» до зрителя, поскольку канал смогут увидеть все, кто проживает в зоне покрытия спутника и у кого установлен соответствующий декодер. Это позволяет охватить также узкие нишевые аудитории, которые недоступны посредством кабеля. Примером этому может служить совместная работа компаний Globecast и Intelsat в рамках проекта ретрансляции нишевых этнических каналов в Европе.

Некоторые мелкие каналы не в состоянии оплатить ретрансляцию с таких платформ как спутники Hot Bird и SES Astra, поэтому они ищут более дешевые предложения. Например, в разных странах Европы живет 200,000 нигерийцев, являющихся целевой аудиторией некоего этнического канала. Ни одна кабельная сеть не станет ретранслировать канал (ввиду ограниченности емкости кабеля), предназначенный для столь маленькой аудитории.

В последствии ожидается, что новый виток развития DTH бизнеса последует за внедрением HD формата. Многие кабельные сети пока не имеют достаточной технической базы и соответствующей емкости сетей для передачи видеосигнала в формате HD. Кабельные системы нового поколения присутствуют на таких развитых территориях как страны Бенелюкса, Великобритания и Швейцария, однако в большинстве стран Европы кабельные системы продолжают оставаться аналоговыми.

Модернизация аналоговых кабельных сетей и приведение их в соответствие с требованиями, необходимыми для передачи сигнала в формате HD, требует больших вложений средств. Поэтому эксперты предполагают, что на восточноевропейском рынке в ближайшее время также будут происходить процессы слияния и поглощения мелких

операторов более крупными западноевропейскими или американскими компаниями. О результатах процессов консолидации западных рынков мы уже писали в **MBR № 9**.

Румыния

Румыния, вероятно, является самым активным рынком в плане DTH. В данный момент на ее территории работают четыре DTH платформы: Boom, принадлежащая израильской компании Yes; MaxTV, принадлежащая компании DCS; DigiTV, которой владеет компания Romanian Cable Service (RCS) и Focus Sat, принадлежащая UPC Romania. Три из них, кроме Boom, ориентированы на сельских жителей, которым недоступно кабельное ТВ. Хотя с другой стороны, у сельского населения меньший уровень доходов, чем у горожан.

Специалисты отрасли оценивают потенциальную емкость румынского DTH рынка в размере около 5 млн. жителей (22 млн. общего количества населения). Сейчас четыре существующих оператора имеют от 250 000 до 300 000 подписчиков.

DTH рынок в Румынии становится все более конкурентным. Вскоре в стране планируется запуск еще одной DTH платформы, оператором которой станет телекоммуникационная компания Rom Telecom.

Кипр

DTH активно присутствует на рынке Кипра, где вообще не существует кабельного телевидения, что делает DTH основным средством передачи услуг платного ТВ. Также тот факт, что Кипр вступил в ЕС еще в 2003 году, обеспечивает более благоприятные законодательные условия. DTH платформа Athina Sat была запущена в январе этого года на спутнике Hellas, однако пока количество ее подписчиков не разглашается. Athina Sat – это первый исключительно кипрский спутниковый провайдер со своим собственным греко-кипрским контентом. Athina Sat транслирует контент на греческом языке, ориентируясь на греческих киприотов и создавая прямую конкуренцию платформе Nova Surgus, принадлежащей компании Netmed, которая также транслирует грекоязычный контент. Nova Surgus ориентирована на греческое население Кипра и транслирует 28 грекоязычных каналов, которые адаптированы к данному рынку.

Кипрские телекоммуникационные компании My Vision и ISP PrimeTel предлагают своим клиентам услугу triple-play, совместно охватывая 25% рынка Кипра.

Германия

Однако, появление новых платформ не ограничивается рынками Восточной и Центральной Европы. DTH платформа Easy TV, принадлежащая кабельному оператору Primacom, была запущена в Австрии в мае 2005 года, а в сентябре того же года - в Германии. Платформа стартовала со спутника Astra. В то время существовал лишь один DTH оператор Premiere, обслуживавший одновременно оба рынка. Easy TV намеревались предложить клиентам более гибкие условия подписки, чем у Premiere, поскольку рыночные исследования показали, что многие пользуются услугами Premiere только из-за отсутствия альтернативы. Кроме DTH направления Primacom также работает и как кабельный оператор. Однако кабельный и DTH бизнесы не составляют друг другу конкуренции, поскольку ориентированы на разные аудитории. А именно: кабельное направление охватывает клиентов, проживающих в многоквартирных домах, где запрещено устанавливать спутниковые тарелки на стенах дома. А клиентами DTH являются сельские жители, не имеющие кабельного ТВ.

Бельгия

Интересным примером того, как DTH платформы работают на развитых телевизионных рынках, является компания TV Vlaanderen в Бельгии, которая нашла и успешно заняла нишу на рынке с большим охватом кабельного ТВ. В Бельгии 98%

населения пользуется услугой аналогового кабельного телевидения, а IPTV платформа действующей бельгийской телекоммуникационной компании Belgacom была одной из первых запущенных в Европе. У провайдера на данный момент около 80 000 подписчиков IPTV услуг.

Несмотря на это, бельгийская DTH платформа TV Vlaanderen, запущенная в мае 2006 года и являющаяся дочерней компанией голландского DTH оператора Canal Digital, пока очень успешна в своей деятельности. Она ориентируется на фламандоязычное население Фландрии (провинция Бельгии), в ее состав входят такие каналы как VTM, Kanaal2, VT4. Услуги платформы достаточно дешевые – 8,95€ за пакет.

Успех TV Vlaanderen объясняется тем, что фламандоязычное население живет и за пределами Фландрии, и TV Vlaanderen предложил им получение каналов на их родном языке, чего не могло дать кабельное ТВ. В Бельгии всегда были доступны спутниковые каналы, однако фламандоязычному населению приходилось пользоваться услугами французских и голландских DTH операторов, потому что бельгийские операторы не включали в свои пакеты каналы на языке этой этнической группы.

Этот пример показывает, что даже на рынке с широким распространением кабельного ТВ возможно запустить успешную DTH платформу. В Голландии, например, за последние три года количество подписчиков на услуги DTH возросло с 120 000 до 600 000, что никак не повлияло на рынок кабельного ТВ.

Издержки и синергия

Мелким DTH операторам довольно трудно существовать в нынешних рыночных условиях, где они постоянно сталкиваются с финансовыми трудностями.

Стоимость транспондера, преобразовывающего непрерывные данные в цифровые, является стандартной. Однако, количество спутниковых тарелок, настроенных на определенный спутник, играет ключевую роль. То есть, чем больше подписчиков у платформы, тем меньше стоимость аренды мощности спутника в перерасчете на одного конечного клиента. Поэтому для мелкого оператора, который обслуживает небольшое количество подписчиков, эти затраты могут составить основную часть бюджета.

Другим фактором, усложняющим деятельность мелких операторов, является распространение формата HD, которое ожидается уже в ближайшем будущем. И хотя спутник является подходящей платформой для передачи данных в этом формате, благодаря своей пропускной способности, операторам телеканалов потребуется больше «места» на спутнике, что, естественно, сократит объем контента, который этот спутник может принять и передать, что усилит конкуренцию и в конечном итоге приведет к повышению цен.

Для операторов, предлагающих большие пакеты каналов, таких как, например, французский Canal Plus, спутниковая дистрибуция составляет примерно 5% от общей суммы операционных расходов. В принципе, считается, что спутниковая дистрибуция – это самый экономически выгодный путь доставки контента широкой аудитории.

Учитывая перечисленные выше сложности, новые провайдеры все чаще прибегают к ведению совместной коммерческой деятельности с другими платформами и операторами. В рамках сотрудничества компании-партнеры совместно используют емкости на спутниках и «делят» каналы, которые просто сопровождаются субтитрами на разных языках. Например, румынская компания DCS поддерживает партнерские отношения с болгарской платформой ITV. Эти компании совместно используют транспондеры на спутниках Sirius 2 и Eutelsat. Кроме того, инвестируя средства в общее дело, компании собираются создать несколько каналов, работающих по принципу pay-per-view и транслирующих фильмы.

Сотрудничают между собой также такие компании как бельгийский оператор TV Vlaanderen и нидерландский Canal Digital, которые совместно используют инфраструктуру и контент для фламандоязычного рынка, чтобы удовлетворить спрос на него в Бельгии.

Много партнерских отношений развито среди чешских и словацких операторов. Польские операторы TVN и Cyfra Plus продают каналы в соседние страны, чтобы охватить таким образом польскую диаспору.

Владельцы спутников заинтересованы в том, чтобы платформа, установленная на их спутнике, имела успех. Поэтому многие из них оказывают поддержку DTH операторам в сфере технологий, маркетинга, управления клиентской базой.

Например, компания SES Astra (оператор спутников Astra) помогал в продвижении на рынке спутниковой ТВ платформы TV Vlaanderen, так как вплоть до этого времени Бельгия оставалась единственной европейской территорией, не охваченной покрытием SES Astra. Intelsat консультировал румынского оператора в отношении технического оснащения. Крупнейшая международная спутниковая компания GlobeCast оказывает техническую поддержку DTH операторам, создавая «мультиплексы». Она управляет семью мультиплексами на спутнике Eurobird, предназначенными для британского спутникового вещателя Sky, а также несколькими мультиплексами на спутнике Hot Bird для платформ, которые вещают в Лондоне, Париже и Мадриде.

Сегодня развитию рынка DTH способствует множество факторов. Хотя не следует забывать о том, что на протяжении нескольких последующих лет конкуренция в этом секторе усилится, так как многие кабельные операторы по всей Европе перейдут на цифровой формат вещания. Скорее всего, в дальнейшем DTH платформы будут объединяться с другими типами платформ, чтобы в результате охватить более широкую аудиторию. И первые примеры совмещения нескольких платформ в одной компании уже есть. Так, израильская телекоммуникационная компания Bezeq владеет 49,9% провайдера цифрового спутникового телевидения YES. Румынский кабельный оператор UPC владеет DTH платформой Focus Sat, а немецкий кабельный оператор Primacom владеет DTH платформой Easy TV.

Media Business Reports

Обзор новостей украинского и международного медиа бизнеса

Все права на данный информационный продукт принадлежат ООО «Медиа Ресурсы Менеджмент». Запрещается полное или частичное копирование и распространение данного издания без согласия издателя.

Ответственные за выпуск: **Виктория Кот, Ирина Костюк.**

По любым вопросам, связанным с MBR, обращайтесь, пожалуйста, по телефону/телефаксу: (044) 459-46-10 или по электронной почте: info@mrm.com.ua