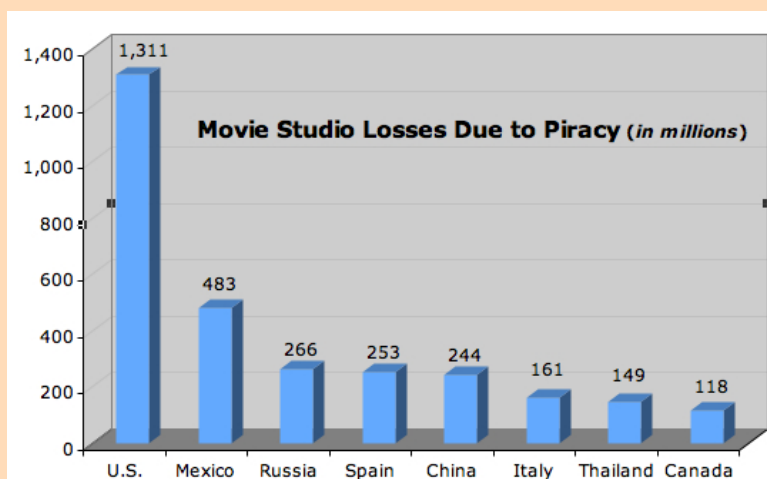


МЕДИА факты в ЦИФРАХ

Согласно данным нового отчета, опубликованного Ассоциацией **Motion Picture Association of America (MPAA)**, убыток, ежегодно наносимый голливудским киностудиям видео пиратами, составляет \$6,1 млрд. Причем, убыток от нелегально продаваемых DVD составляет \$3,8 млрд., а убыток от несанкционированного скачивания фильмов через Интернет - \$2,3 млрд. Кроме прямых убытков, вызванных снижением количества легально проданных DVD, пиратское распространение фильмов негативно отражается на продажах билетов в кинотеатры. Ниже представлена информация по странам, в которых присутствует особо большой размах пиратства.



Кассовые сборы по всему миру в 2005 году составили \$23,24 млрд., что на 7,9% меньше, чем в 2004-м, но на 46% больше, чем в 2000. Кассовые сборы в США составили \$8,99 млрд. В 2005 году средняя стоимость создания и «раскрутки» фильма составляла \$96,2 млн. Причем \$60 млн. составляют затраты на производство, а \$36,2 млн. — затраты на продвижение.

Новости Продакшн

Форматы

В сентябре на российском ТВ появится футбольное реалити-шоу

Президент Российского футбольного союза (РФС) Виталий Мутко планирует выпустить в эфир одного из федеральных телеканалов реалити-шоу «Футбольная академия». В этой программе участвуют 16 юных футболистов (от 15 до 18 лет), а победители заключат контракты с профессиональными клубами. Заказчиком проекта является компания **Prime Media**, а автором и генеральным продюсером — Никита Исаев. Главным спонсором реалити-шоу стал самый успешный в последние годы клуб России — московский ЦСКА.

Монополия Дональда Трампа

Известный бизнесмен Дональд Трамп намерен совместно с телевизионным продюсером Эр Джейм Катлером участвовать в создании нового реалити-шоу, в основу которого ляжет известная настольная игра «Монополия». Сообщается, что в ближайшее время будут проведены переговоры с потенциальными производителями, однако пока не поступало никакой конкретной информации относительно участия в проекте каких-либо телесетей. Вероятнее всего участникам шоу будет предложено осуществлять деятельность,

связанную с управлением недвижимостью. Пока не известно, появится ли в шоу сам Дональд Трамп.

Кинопроизводство

Warner Bros. снимет «Конана Варвара»

Режиссер фильма «*Вспоминая титанов*» Боаз Якин (Boaz Yakin) напишет сценарий и поставит для студии **Warner Bros.** продолжение фильма «*Конан Варвар*». Начало съемок фильма запланировано на начало 2007 года. Продюсерами фильма станут Irving Azoff, Jon Jashni, Richard Alexander и Akiva Goldsman. Исполнительные продюсеры: Peter Sederowsk и Fredrik Malmberg. Ранее планировалось пригласить в качестве режиссеров братьев Вачовски или Роберта Родригеса, однако, в конечном итоге проект достался Якину.

Спилберг снимет фильм о черной дыре

Сообщается, что Стивен Спилберг, возможно, станет режиссером масштабного кинопроекта для студии **Paramount** – фильма, в основу которого ляжет история об астронавтах, прошедших через временную дыру в другое измерение. Фильм будет снят на основе работ физика и специалиста в области теории относительности Кипа Торна. Однако, съемки начнутся не раньше, чем через 2-3 года. В настоящее время Спилберг рассматривает предложения стать режиссером фильма об американском президенте Абрахаме Линкольне или 4-го Индианы Джонса.

Без сомнения, Спилберг является одним из наиболее успешных режиссеров нашего времени. По данным рейтинга, созданного полутора тысячами критиков, историков кино и актерами по заказу Американского института кинематографии (American Film Institute, AFI), именно Спилергу принадлежат 5% вдохновения Голливуда. В списке из ста самых значимых американских фильмов, вдохновивших индустрию кино, оказались пять картин Стивена Спилберга, причем три из них попали в первую десятку. Это – «*Инопланетянин*» («E.T. -The Extra-Terrestrial», 1982), «*Список Шиндлера*» («Schindler's List», 1993) и «*Спаси рядового Райана*» («Saving Private Ryan», 1998).

Возглавляет рейтинг AFI лента «*It's a Wonderful Life*» («Жизнь прекрасна», 1946) Фрэнка Капры. Вторую строчку занимает фильм «*Убить пересмешника*» («To Kill a Mockingbird», 1962) Роберта Маллигана. «*Список Шиндлера*» оказался на третьем месте, а на четвертое попал «*Роки*» («Rocky», 1976) Джона Авилдсена. Замыкает первую пятерку еще одна лента режиссера-классика Фрэнка Капры – «*Мистер Смит едет в Вашингтон*» («Mr. Smith Goes to Washington», 1939).

MTV Networks International выпустил мультсериал для мобильного ТВ

Компания **MTV Networks International** (MTVNI) выпустила первый в истории анимационный сериал (20 серий), предназначенный специально для доставки и просмотра по мобильному телефону. Клипы можно смотреть на мобильном телеканале **MTVNI** или заказать в рамках услуги видео-по-запросу на всех территориях Европы, Австралии и США (контент доступен на французском, немецком, итальянском, испанском и английском языках). Сериал будет эксклюзивно предоставляться для просмотра по мобильному ТВ в течение 8 недель, после чего появится в широкополосных сетях, в рамках таких услуг как **MTV Overdrive**. Создатели сериала говорят, что при разработке проекта были учтены все особенности мобильного ТВ: его смотрят «на ходу», поэтому контент не должен содержать ничего лишнего – четкая и понятная идея, короткие запоминающиеся серии. Этот вид контента призван только развлекать зрителя. Каждый из эпизодов сериала представляет собой отдельную историю, в каждой задействованы разные персонажи. В настоящий момент **MTV Networks International** является оператором 20 мобильных телеканалов в 19 странах: 13 каналов брендированы **MTV**, 4 – **Nickelodeon** и 3 остальных это - **Paramount Comedy**, **Game One** и **VIVA**.

«Культура» покупает контент у All3Media International

Компания **All3Media International** продала российскому телевизионному каналу «Культура» более 30 часов программного продукта, ориентированного на детей и семейный просмотр. В рамках соглашения «Культура» получила права на *The Lion Man*, четыре сезона *Serious... (BBC)*, а также *Maddigan's Quest*. Как сообщают представители канала, их целью является наполнение эфира качественным продуктом, и не обязательно российского производства. А продукт от **All3Media International** идеально соответствует их требованиям.

CBS Corporation продает программы через iTunes

Как следует из приведенной ниже информации, телевидение все увереннее выходит за рамки традиционных экранов и платформ. С каждым днем все больше телекомпаний прибегают к альтернативным способам доставки контента конечному потребителю. Так, **CBS Corporation** предлагает получение самых рейтинговых программ своей телесети **CBS Television** на сайте *iTunes Music Store* (справка: другие ведущие телесети США, **ABC**, **NBC** и **Fox**, тоже предлагают скачивание своих лучших программ через *iTunes*). Среди программ, которые можно приобрести через *iTunes*: «*Survivor*», «*NUMB3RS*», «*NCIS*», «*CSI: Crime Scene Investigation*», «*CSI: Miami*» и «*CSI: NY*». Цена за одну серию составляет \$1,99, причем доступны как самые «свежие» серии, так и релизы прошлых сезонов. Кроме этого, скоро станут доступны и те серии, которые еще не вышли на ТВ. Успех, которым пользуются услуги *iTunes*, говорит о том, что люди охотно используют новую возможность просмотра телепрограмм на своих компьютерах и *iPodax*. Таким образом, телепрограммы достигают тех аудиторий, которые ранее были недоступны. Кроме этого, зритель имеет возможность увидеть пропущенные серии любимых программ. По сообщениям компании **Apple**, владельца сайта, сейчас на нем размещены более 100 телевизионных шоу. Уже продано более 30 млн. видеороликов.

Eurocinema достигла 10 миллионов пользователей, а Movielink станет продавать индийское кино

Заказ фильмов через Интернет становится обычной практикой: количество пользователей услуги заказа фильмов по-запросу **Eurocinema** достигла в США 10-миллионной отметки. Во многом своим успехом **Eurocinema** обязана соглашениям с компаниями **Mediacom** и **Atlantic Broadband**. Услуга, впервые запущенная осенью прошлого года, предоставляет европейские фильмы в пакете с тематическим контентом. Каждый фильм является ядром двухчасового блока программного продукта, который включает комментарии относительно фильма, документальные журналы, интервью с режиссерами и актерами, а также редкие короткометражные ленты по основной теме. Цена каждого блока - \$3,99. Создатели услуги утверждают, что **Eurocinema** предоставляет весь набор выгод, которых люди ждут от услуги видео-по-запросу. Благодаря услуге зритель имеет возможность смотреть то, что не представляет коммерческого интереса для телевизионных каналов и поэтому едва ли доступно в других источниках. Более подробная информация об услуге на сайте www.eurocinema.com.

Оператор VOD-услуг **Movielink** (совместный проект студий **MGM**, **Paramount Pictures**, **Sony Pictures Entertainment**, **Universal Studios** и **Warner Bros. Studios**) подписал соглашение с компанией **EROS International**, которая специализируется на дистрибуции индийского кино, соглашение о распространении таких фильмов через **Movielink**. Представители **Movielink** говорят, что таким образом они значительно разнообразят свою фильмотеку и порадуют многочисленных поклонников индийского кинематографа,

которые теперь смогут посмотреть или купить выдающиеся работы кинематографистов Южной Азии.

Прецедент

Cablevision судится с мейджорами

Американская кабельная платформа **Cablevision Systems Corp.** подала иск против некоторых голливудских студий и телевизионных сетей, которые пытаются запретить запуск сетевого DVR (цифровой видео рекордер, позволяющий хранить информацию на жестком диске, без использования видеопленки). В прошлом месяце студии **Twentieth Century Fox, Universal Studios, Paramount Pictures** и **The Walt Disney Co.**, а также каналы **ABC, CBS** и **NBC** подали в суд на компанию **Cablevision**, утверждая, что запуск сетевого DVR - где программы хранятся на индивидуальных приставках (set-top box) в легкодоступной сети – нарушает их авторские права. В рамках данной услуги подписчики имеют возможность «сдвинуть время» просмотра телепередачи, имеемо для этих целей контент и хранится на DVR. Представители **Cablevision** утверждают, что, внедряя новую технологию, они просто технически изменяют процесс доставки данных, но в отношении авторских прав, все остается по-прежнему честно. Похоже, в данном случае закон действительно на стороне **Cablevision**.

В этой связи, хотелось бы отметить, что судебные процессы, связанные с услугами видео-по-запросу, происходят довольно часто. Так, недавно американская компания **Video Technology Corp. (USVO)** проиграла суд против сайта **Movielink**, а теперь эта же **USVO** подала иск против компаний **Time Warner Cable** и **Comcast Cable**, утверждая, что их VOD-услуга нарушает их авторские права на технологию хранения и передачи цифрового контента.

Вещание: телевидение и альтернативные способы доставки контента

Новости телекомпаний

Газпром «докупил» НТВ

Группа «Газпром» окончательно прекратила сотрудничество с ООО «Группа «Еврофинанс» в области медийного бизнеса. «Газпром» заключил договоры о приобретении дополнительных пакетов акций медиакомпаний у «Еврофинанса», включая 23,52% акций ОАО «НТВ-Плюс» и 30,56% акций ОАО «Телекомпания НТВ», на 2,171 млрд. рублей. На данный момент эти активы полностью оплачены. Газпромбанк консолидирует подконтрольные «Еврофинансу» миноритарные пакеты медийных компаний, входящих в холдинг «Газпром-медиа». По состоянию на конец 2005 года группа «Газпром» владела 69% голосующих акций телекомпании НТВ и 76% акций «НТВ-Плюс». Таким образом, в результате сделки группа «Газпром» консолидировала 99,56% акций НТВ и 99,5% «НТВ-Плюс».

В телевизионном секторе ОАО «Газпром-медиа» владеет контрольными пакетами акций телеканалов НТВ, ТНТ, цифрового спутникового телевидения «НТВ-Плюс» и компаниями зарубежного вещания «НТВ Мир» и «НТВ Америка». «Газпром-медиа» принадлежат контрольные пакеты акций радиостанций «Эхо Москвы», радио «Тройка», «Первого популярного радио», «До-Радио», радио Next. В состав «Газпром-медиа» также входит кинокомпания - ЗАО «НТВ-Кино».

Вместо создания совместного холдинга в медиасфере Газпром и Еврофинанс заключили соглашение о стратегическом партнерстве и сотрудничестве в сфере недвижимости. В рамках данного соглашения стороны уже договорились о формировании стартового портфеля совместных инвестиционных проектов на рынке недвижимости в размере \$1,5 млрд.

Мердок приобретает активы в Грузии

Около 30% грузинского спутникового телеканала «Имеди», принадлежащего бизнесмену Бардик Патаркацишвили, проданы главе американской медиа корпорации **News Corporation** Руперту Мердоку. Представители телеканала отмечают, что день заключения сделки стал самым значимым за все время работы компании, поскольку работа сотрудников телеканала смогла привлечь внимание американской компании. Сумма сделки не разглашается.

Zodiak Television приобретает активы в России

Вслед за приобретением российской продакшн группы **TeleAllians**, компания **Zodiak Television** продолжила инвестирование в рынок и приобрела 80% в компании **TeleRoman**. Теперь, посредством **TeleAllians**, **Zodiak Television** будет иметь возможность снимать развлекательные форматы и публицистику. А при помощи «ТелеРомана» и используя каталог продукции и международные связи **Zodiak**, снимать мыльные сериалы и ситкомы. Оставшиеся 20% «Телеромана» принадлежат его основателям – Евгению Щедрину и Юрию Каминенскому.

В Бельгии стартовала новая цифровая платформа

Бельгийская цифровая спутниковая платформа **TV Vlaanderen** запустила целый блок национальных и зарубежных каналов. В базовое предложение платформы входят каналы **VTM, Kanaal2, JIM, VT4, VIJFtv, Vitaya, KanaalZ** и **Q-Music**, а также фильм канал **ActionNow**, спортивный **Extreme Sports** и музыкальный **TV Oranje**. Как говорят представители платформы, впервые жителям Бельгии доступен большой выбор национальных каналов по умеренной цене 8,95 ЕВРО в месяц. Кроме этого на платформе размещены каналы **BBC Prime, Discovery Channel, National Geographic, Animal Planet, Hallmark, Mezzo, Trace TV, Cartoon Network, Motors TV, Private Spice** и **TCM**.

ЧМ смотрит вся Европа

Чемпионат мира по футболу обеспечивает каналам, которым удалось приобрести права на трансляции, отличные рейтинги. В особенности хорошо смотрят футбол в стране-хозяйке нынешнего Чемпионата – Германии. Так, трансляция церемонии открытия чемпионата обеспечила государственному вещателю **ZDF** 5,52 млн. зрителей, что составляет долю в 45%. А доля эфира стартового матча между сборными Германии и Коста Рики составила 75,7%. При этом, средняя доля канала **ZDF** в 2005 году составляет 13,5%. В Великобритании доля церемонии открытия и первого матча составила 39% для государственного вещателя **BBC** (средняя доля канала – 23,3%). Во Франции доля **TF1** составила 42,4%. В Дании телеканал **Ned 2** транслировал старт чемпионата с долей в 57,2%. В Украине стартовый матч Чемпионата прошел на телеканале «Интер» с долей в 29,9%. Доля трансляции матча Украина-Испания составила 61,18%.

Новые Медиа

АOL запускает три новых канала

В рамках услуги видео-по-запросу от компании **AOL** (услуга предоставляется бесплатно и существует за счет рекламных поступлений) **In2TV**, запускаются три новых канала. «**The Superman Channel**», который полностью посвящен этому супергерою и призван промотировать фильм «Супермен возвращается», который вскоре выпустит **Warner Bros**. (старт канала намечен на конец июля, а релиз фильма – 28 июня). Канал «**Gone But Not Forgotten TV**» будет показывать программы, которые не имели успеха на традиционном телевидении и поэтому были сняты с эфира. И канал «**Get Real TV**» полностью посвященный реалити форматам.

Nielsen Media Research измерит новые медиа

Исследовательская фирма **Nielsen Media Research** объявила о своих планах начать измерять рейтинги телевизионных передач, просматриваемых на мобильных телефонах, медиаплеерах iPod и других персональных мобильных устройствах. Свою инициативу **Nielsen** уже окрестила «Anytime Anywhere Media Measurement (A2/M2)».

Система, разработанная **Nielsen** в сотрудничестве с ее основными клиентами, к будущему году представит собой полностью электронный интегрированный механизм, позволяющий измерить телесмотрение на любых платформах.

Этим летом программные измерители, основанные на технологии **Nielsen/Net Ratings**, будут установлены на персональных компьютерах в домохозяйствах, в которых уже установлены электронные устройства для измерения рейтингов обычного телевидения. Аналогично будет измеряться и телесмотрение на сотовых телефонах. К концу года будет сформирована и панель из 400 пользователей iPod, просматривающих программы на этих плеерах. В итоге, к началу телесезона 2007–2008, **Nielsen** будет сообщать интегрированные данные, включающие информацию о количестве зрителей широковещательных и кабельных каналов, использующих для просмотра как обычные телевизоры, так и персональные цифровые устройства или домашние компьютеры.

Для проведения измерений за пределами дома, **Nielsen** разрабатывает и тестирует специальные персональные пиплметры под названием *Go Meters*. Кроме этого, компания разрабатывает прибор для измерений iPod, который будет называться *Solo Meters*. Разработки начаты, ожидается, что на рынок приборы попадут в течение 6-12 месяцев.

СМЕ наградили «Эмми» за развитие независимого телевидения в Центральной и Восточной Европе

14 июня компания **Central European Media Enterprises (СМЕ)** получила международную награду Международной Академии Телевизионных Искусств и Наук «International Emmy» в области управления, менеджмента, администрирования.

Награда Международной «Эмми» будет вручена компании **СМЕ** и ее главе Рональду Лаудеру за первенство в развитии независимого телевизионного вещания в Центральной и Восточной Европе. Церемония награждения 34-ого конкурса «Эмми» состоится 20 Ноября 2006 года в Нью-Йорке.

СМЕ была одной из первых медийных компаний, которые пришли в Центральную и Восточную Европу после падения коммунизма. Она принимала активное участие в создании независимых медиа в бывших коммунистических странах, и, кроме того, со временем сумела достигнуть финансового успеха.

СМЕ – одна из крупнейших мировых телевизионных вещательных компаний. В общей совокупности ее аудитория равняется 82 миллионам людей, это – телеканалы в Хорватии (Nova TV), Чехии (TV Nova, Galaxie Sport), Румынии (PRO TV, Acasa, PRO Cinema), Словакии (TV Markíza), Словении (POP TV, Kanal A). В Украине компания **СМЕ** является одним из акционеров телеканала «1+1», а также его международной версии «1+1 International» и телеканалов «Гравис» и «7 канал», которые вскоре будут преобразованы в фильмный и городской каналы.

Media Business Reports

Обзор 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.

DVD: что ждет рынок завтра

В последние годы рынок DVD стал очень важен для дистрибуционного бизнеса. Однако сегодня в индустрии наметились серьезные изменения и не всегда к лучшему. В этой статье мы постарались разобраться, что же происходит сейчас на рынке и каковы перспективы развития.

Сначала хорошие новости. Без сомнения, сегодня DVD – самый быстро развивающийся сегмент розничной торговли. DVD-проигрыватели появились всего сем лет назад, и это устройство было воспринято рынком быстрее, чем какая-либо другая электроника, включая мобильные телефоны и персональные компьютеры. В США 85% населения имеют у себя дома DVD-проигрыватель. В Великобритании процент пользователей DVD возрос с 62% в 2004 году до 75% в 2005-ом. Эти цифры – хорошее известие для производителей и дистрибьюторов. «Если 85% населения имеют дома DVD-плееры, это значит, что 85% людей покупают или берут на прокат фильмы на DVD», - говорит представитель компании **Warner Bros Home Entertainment**, - «В данном случае речь идет практически обо всем населении страны». В большинстве своем зритель имеет привычку собирать у себя дома коллекции фильмов. Но до появления DVD это увлечение не имело такого размаха, как сегодня. Так, в 1997 году на покупку кинофильмов для домашнего просмотра в США было потрачено \$4 млрд., а на приобретение DVD в 2005 - \$15 млрд.

DVD и телевидение

В первую очередь следует сказать, что DVD – не только хороший бизнес для киностудий и дистрибьюторов кинопродукта. Все больше и больше телевизионного контента с успехом распространяется на DVD.

В Великобритании покупатели DVD являются солидным источником дохода для компании **Granada International**, которая владеет самой большой в мире библиотекой фильмов, произведенных в Британии. Как говорит представитель **Granada International**, классические фильмы прекрасно «живут» на полках домашних коллекций, а их владелец не зависит от того, покажу ли любимый фильм на ТВ. Кроме классики, утверждают в **Granada**, люди покупают на DVD любимые сериалы и телефильмы. Так, среди прочего на DVD прекрасно продаются американские сериалы *Desperate Housewives*, *Lost* или *The Sopranos*. Успешно продаются и хитовые сериалы прошлых лет, например, *Moonlighting*.

Однако, кинофильмы и телесериалы, это не единственные жанры, которые приносят доход дистрибьюторам и производителям DVD. В последнее время наметилась тенденция выпуска на DVD контента для детей и документальных фильмов. Так, для многих детских проектов выпуск DVD уже давно стал неотъемлемым элементом маркетинговой кампании. С документальным контентом все обстоит сложнее. Здесь существует вовсе небольшое количество брендов, которые действительно можно считать успешными. Среди них - **National Geographic**: многие годы журнал успешно выходил в печатном виде и люди собирали номера. Теперь такую же коллекцию можно получить на DVD и люди с радостью делают это. Представители этой компании говорят, что на DVD хорошо покупают фильмы по новой и старой истории, о Египте и многое другое.

Угрозы рынку DVD

Однако, не смотря на такое обилие успешных DVD проектов, рынок в общем переживает спад. Например, в Соединенном Королевстве прирост рынка составил всего 7% в 2005 году по сравнению с 12,5% в 2004. Хотя сокращение продаж VHS кассет на 85% между 2004 и 2005 гг. выглядит куда более драматично, но даже сокращение темпов роста на

5,5 % рассматривается рынком как плохой знак. Между 1999 и 2003 годами рост рынка DVD составлял до 250% и сокращение продаж тяжело воспринимается игроками.

В принципе, дело тут, наверное, в том, что рынок достиг высшей точки и расширяться ему просто больше некуда. Эта ниша развилась всего за сем лет, хотя рынку VHS кассет на это понадобилось целых 15. Эксперты также считают, что снижение объемов рынка обусловлено развитием технологий и снижением цен на DVD. Так, в прошлом году на рынке появились три новинки: PSP (play station portable – устройство, представляющее собой развлекательную систему с функциями просмотра видео, прослушивания музыки, просмотра фото, игр и т.д.), Xbox (игровая консоль) и iPod (развлекательная «система»), которые «перетянули» на себя часть DVD рынка. Стоимость же одного DVD в розничной продаже снизилась в 2005 году на 8,5% по сравнению с 2004.

Однако, производителям и дистрибьюторам DVD не стоит отчаиваться. По словам игроков рынка, в эпоху VHS кинофильмы и телевизионный контент реализовывались на кассетах в соотношении 50/50. В отношении же DVD присутствует разделение 70/30, что оставляет рынку телевидения потенциал для развития и расширения.

DVD и киностудии

Получается, что телевидение еще имеет потенциал для развития рынка DVD, продукт будет востребован, а рынок – развиваться. Что же происходит с рынком DVD в отношении производителей кинофильмов? Как на это сегмент влияет развитие технологий и внедрение новых форматов?

Сегодня доходы от реализации DVD составляют более половины прибыли, которую студия получает от выпуска киноленты. Но если раньше этот рынок активно рос каждый год, то в 2006-м прирост едва ли составит 2%. О причинах таких изменений уже говорилось выше. Сегодня студии начинают продавать свои фильмы через Интернет, но это не приносит больших денег. Как не приносят их и услуги видео-по-запросу. И хотя игроки этого рынка продолжают надеяться, что еще хотя бы несколько лет DVD будут оставаться мощным источником дохода, наиболее прозорливые и дальновидные уже начинают искать новое «золотое дно».

Время работает в данном случае против киностудий. По оценкам исследовательской компании **Adams Media Research**, уже к 2010 году продажи стандартных DVD снизятся на 20%.

Главной же проблемой на сегодняшний день оказалась недостаточность контента для выпуска на DVD. И это естественно: большинство кинофильмов и все большее количество телевизионных шоу уже на DVD. Некоторые производители ищут альтернативу и пытаются выпускать на дисках хиты прошлых лет, объединяя их в тематические блоки. Это работает некоторое время, но потом рынок перестает воспринимать эту тактику.

Еще одной попыткой изменить ситуацию стала тенденция выпускать DVD как можно «ближе» по времени к релизу фильма в кинотеатрах. Это тоже дало свои плоды. Хотя в таких случаях DVD хорошо продаются только в первое время после выхода фильма, а затем оборот значительно снижается. Так, по статистике, для фильма, касса которого составила \$100 млн., 84% продаж DVD приходится именно на первые шесть недель.

Кроме доходов для киностудий, DVD очень выгодны для розничных торговцев. Как говорят представители отрасли, DVD является «ядром» целого комплекса покупок, поскольку, приобретая в супермаркете фильм, люди, частую, покупают и попкорн, и пиво, и другие продукты, которые сопутствуют просмотру фильма в домашних условиях. Большую роль в росте рынка DVD сыграла хорошо отлаженная система доступа к DVD. В США, например, кроме возможности приобрести диски практически во всех супермаркетах, широко развита услуга доставки фильмов на дом (по данным игроков

рынка, компания Netflix, которая как раз специализируется на доставке на дом, уже имеет около 5 млн. клиентов, а к 2012 рассчитывает увеличить их число до 20 млн.).

...еще раз о технологиях

Кроме этого, существуют факторы сужения рынка, независящие от киностудий. Так в США все больше людей пользуются услугами видео-по-запросу и поэтому покупают и берут в аренду гораздо меньше DVD. Если от продажи DVD кинокомпания получает около \$17,26, то аренда DVD или заказ услуги видео-по-запросу приносит ей всего \$2,25 и \$2,37 соответственно.

И все же, не смотря на то, что DVD продолжают оставаться привычным и удобным форматом, все увереннее звучат сообщения о том, что новые технологии могут пошатнуть позиции этого типа носителей.

Сейчас на рынок выходят два новых формата: Blu-ray, разрабатываемый Sony, Dell, Disney и другими, и HD-DVD, которым занимаются, среди прочих, Toshiba, Microsoft и Universal. Blu-ray и HD-DVD - особые технологии записи лазерных дисков, в результате использования которых получается запись более высоко разрешения, что обеспечивает абсолютно новый уровень качества. Технологии разрабатываются специально для записи и хранения художественных фильмов в формате высокого разрешения на дисках большей емкости. Так, стандартный DVD может вместить до 5 GB данных, что не достаточно для записи фильмов в формате HD-DVD. Диски, записанные в формате HD-DVD, вмещают, как минимум, 15 GB данных, а Blu-ray – около 25 GB. HD-DVD диски и плееры дешевле, но технологии Blu-ray предлагают максимально возможную сегодня емкость. Так уже ведется разработка Blu-ray диска, который будет вмещать 100 GB данных. Уже разработанный Blu-ray диск, емкостью 50 GB, может вместить столько же информации, как 70 CD дисков или 10 DVD, что является эквивалентом 23 часов телевизионного продукта стандартного разрешения или 6 часов HD контента.

Кроме лучшего качества звука и «картинки», есть еще один момент, выгодно отличающий технологии Blu-ray и HD-DVD от обычных DVD, это – большие возможности интерактивности. Эти технологии предлагают более совершенные навигационные меню и интерфейсы пользователя, что подразумевает получение более широкого спектра услуг, чем в обычных DVD.

Однако, несмотря на все очевидные выгоды новых форматов, объем их продаж вряд ли составит более половины рынка традиционных DVD, считают представители исследовательской компании **Adams Media Research**.

Подводя итог всего сказанного выше, можно сделать выводы, что рынок DVD неизбежно будет сокращаться за счет появления новых способов доставки контента и разработки новых технологий, что отберет у рынка традиционных DVD некоторую (но не критическую) часть потребителей. Но, с другой стороны, аналога DVD, способного полностью вытеснить этот формат, пока не существует. DVD рынок будет работать и приносить доход, хотя и в таких объемах, как это было всего несколько лет назад.

Media Business Reports

Обзор 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