

TeleMultiMedia Forum 2017: настоящее и будущее медиапотребления в России и мире

Нина Пантелеева

27 апреля 2017 года в рамках выставки «Связь-2017», которая проходила в выставочном комплексе «Экспоцентр» на Красной Пресне (Москва), состоялась международная конференция TeleMultiMedia Forum 2017. Мероприятие было организовано издательством «Телеспутник» при поддержке Ассоциации коммуникационных агентств России, IAB Russia и Института современных медиа (MOMRI). Его стратегическим партнером выступил Инвестиционно-промышленный холдинг GS Group, а партнерами стали ЦБК «Экспоцентр», компании «Первый ТВЧ» и MSK-IX.

В работе конференции приняли участие аналитики, производители и дистрибьюторы контента, представители российских и зарубежных телекоммуникационных и вещательных компаний, операторы платного ТВ и OTT-сервисов, провайдеры спутникового, кабельного и мобильного телевидения.

Мероприятие началось с пленарного заседания, посвященного влиянию трансформации медиасистем на отрасль цифрового ТВ, его модератором выступил Александр Калигин, главный редактор журнала «Телеспутник». Своим видением происходящих изменений и прогнозами на будущее поделились аналитики, специализирующиеся на исследованиях рынков телевидения, OTT и телерекламы.

Кирилл Танаев из MOMRI затронул тему перспективных аудиторий медиа в контексте современного потребления платного ТВ. Он

выделил две ключевые медиааудитории – люди старше 40 лет (наиболее платежеспособная) и дети в возрасте 0...15 лет, а также отметил, что детское телевидение является важным драйвером роста платного ТВ. Лора Землянская (Deloitte) отметила, что хотя телевидение и остается одним из самых популярных медиа, рекламодателям при продвижении продукта лучше совмещать две среды – интернет-ТВ и традиционное телевидение.

Дмитрий Пархоменко (Dentsu Aegis Network) поделился данными о постепенном снижении доминирования трех крупнейших российских телеканалов – «Первого», «России 1» и «НТВ». Их теснит кабельное телевидение и онлайн-видео. Он отметил, что новые технологии изменят линейное ТВ. Так, уже в 2017 году ожидается внедрение Programmatic TV и Addressable TV – программируемого и адресного телевидения соответственно, которые позволят показывать целевую рекламу пользователям IPTV.

Гай Биссон (Ampere Analysis), сравнивая российский и западный ТВ-рынки, отметил, что в России сильны позиции традиционного ТВ, а проникновение SVOD-сервисов ниже, чем в Великобритании и США. Однако российские онлайн-видеосервисы успешно развиваются и уже к 2020 году по объему выручки они обгонят сервисы традиционных операторов. Гай Биссон также рассказал о том, что зрители платного телевидения и OTT-сервисов предпочитают разный контент: в первом случае спросом пользуются спортивные трансляции, во втором – криминальные и драматические сериалы.

Пленарное заседание завершилось выступлением директора компании J'son & Partners Consulting Дмитрия Колесова. По его мнению, Россия не отстает от остального мира по темпам развития сервисов «видео по запросу». Доходы российских онлайн-кинотеатров растут за счет того, что люди стали охотнее платить за контент, увеличивается и количество подключенных к Интернету Smart TV. В России, в отличие от других стран, в доходах OTT-операторов доля AVOD пока достаточно большая, но постепенно она снижается.

Участники второй сессии обсудили эволюцию бизнес-моделей операторов платного ТВ в цифровую эпоху. Роль модератора сессии играл Михаил Силин, вице-президент Ассоциации кабельного телевидения России. Мария Тебякина (BBC Advertising в России) в своем выступлении подчеркнула, что для успешного развития телеканала следует помнить о главном заказчике СМИ, которым является аудитория.

Затем Константин Тимохин (Первый канал) разведал несколько распространенных мифов, в том числе о том, что молодежь не смотрит «Первый канал». Она это делает, но только в Интернете, причем онлайн-зрители отдают предпочтение тем же программам, что и зрители линейного ТВ. Поэтому традиционные каналы и онлайн-вещание дополняют друг друга – первые дают профессиональный контент, а вторые – такие преимущества, как второй экран и возможность интерактивного взаимодействия. Виктор Чеканов (Megogo в России) также выразил уверенность, что OTT-сервисы и традиционные операторы платного ТВ не являются конкурентами и для их сотрудничества существует множество возможностей.

Александра Стрелкова (ivi.ru) говорила о важности платформы Smart TV для онлайн-кинотеатров и подробно рассмотрела рекламные возможности, которые онлайн-кинотеатр может реализовать с помощью этой платформы. Александр Осипов (Мегафон) подчеркнул важность качества обслуживания OTT-сервисов и традиционных вещательных сетей. Он отметил, что самой частой причиной отказа от просмотра потокового видео является долгая буферизация, поэтому в трансляции видеоконтента через сеть Интернет большую роль играет инфраструктура CDN.

О совместных маркетинговых акциях оператора и поставщиков контента рассказала представитель «Билайн» (Вымпелком) Талия Нуртдинова. Так, основным инструментом в проекте «Билайн ТВ» стала ТВ-приставка, которая позволяет показывать баннеры, всплывающие уведомления и другую информацию. Для реализации маркетинговых кампаний используются также данные об абонентах и их привычках.

Третья сессия была посвящена новым медиаформатам, таким как Social TV, VR/AR, видео 360°, и их интеграции с традиционным контентом. Модератором здесь выступил Герасим Гадиан, генеральный директор HD-Media. Первое выступление сделал Шол Олмерт (Playbuzz), он подчеркнул важность визуальной составляющей контента, а также отметил, что при оценке качества контента следует учитывать не только количество



реклама



Участники пленарного заседания (слева направо): Александр Калигин, Кирилл Танаев, Лора Землянская, Дмитрий Пархоменко, Гай Биссон и Андрей Агафонов

кликов и просмотров, но и эмоциональную вовлеченность пользователя, которую можно оценить с помощью инструментов сбора данных и их анализа.

Светлана Климкина (Russia Today) рассказала об опыте работы телеканала с панорамным видео 360° и выразила уверенность, что контент этого формата привлекает дополнительную аудиторию. Алексей Каленчук (Фонд «Сколково») говорил о востребованности VR-контента и призывал создавать его в большем объеме.

Заключительной частью конференции TeleMultiMediaForum 2017 стали дебаты, посвященные взаимоотношениям между OTT-провайдерами и игроками рынка платного ТВ. В них участвовали представители традиционных вещателей и поставщиков OTT-сервисов. По мнению Алексея

Бырдина (Ассоциация «Интернет-видео»), OTT как среда доставки контента является современной, технологичной и универсальной платформой. С развитием широкополосного доступа в Интернет небольшим кабельным операторам, как наиболее уязвимым представителям традиционных ТВ-услуг, придется уйти с рынка. По мнению же Алексея Амелькина (Ассоциация операторов кабельного телевидения «МАКАТЕЛ»), только в очень отдаленной перспективе операторы КТВ могут уйти с рынка, гораздо больше они могут пострадать от эфирного вещания цифровых мультиплексов.

Николай Орлов («Первый ТВЧ») отметил, что доля дохода от вещания каналов телекомпании в OTT-среде составляет всего 1...2%. Однако он не исключил,

что крупные интернет-компании могут серьезно изменить этот рынок, а также сообщил, что «Первый ТВЧ» подписал договор с «Яндексом» о вещании телеканалов. Модератор дискуссии, директор проекта «Медиалогистика» MSK-IX Григорий Кузин выразил уверенность в том, что уже в этом году традиционные вещатели начнут активно использовать OTT-сервисы. По мнению Оксаны Кисловой («Майкроимпульс»), онлайн-кинотеатры, а также традиционные спутниковые и кабельные вещатели еще долгое время будут дополнять друг друга, создавая гибридные платформы.

Организаторы TeleMultiMedia Forum 2017 выразили уверенность, что конференция станет ежегодным событием медиаиндустрии.



datavideo



HS-2850 HS-2800 HS-2200



Портативные видеостудии

HS-1500T HS-1200 HS-600





ОКНО-ТВ Москва
улица Академика Королева, д.23, стр.2
Телефон: + 7 (495) 617-57-57
E-mail: info@okno-tv.ru

ОКНО-ТВ Санкт-Петербург
ул. Стрельнинская, д. 12, лит. А пом. 4Н
Телефон: + 7 (812) 640-02-21
E-mail: piter@okno-tv.ru

ОКНО-ТВ-Сибирь
г. Новосибирск, ул. Римского-Корсакова, дом 9
Телефон: + 7 (383) 314-37-47
E-mail: sibir@okno-tv.ru