

Digital TV Central Europe: русское кино и другие сервисы D2C на повестке дня Центрально-Европейской конференции по цифровому телевидению.

Лучше теплой и солнечной октябрьской погоды в Будапеште может быть только ежегодная конференция по цифровому телевидению Digital TV Central Europe, которая состоялась здесь 11 и 12 октября. Этот весьма важный и представительный региональный форум организует Knest 365 (подразделение Informa), а его актуальная и насыщенная научно-практическая повестка формируется при участии коллег из журнала Digital TV Europe. Сложность центрально-европейского рынка цифрового многоканального вещания в том, что на относительно небольшом пространстве сосредоточено много стран, где люди говорят на разных языках, где есть своя богатая история и культура и где встречаются национальный и глобальный процессы развития телевизионной отрасли.

Андрей Попов – представитель ведущей аналитической компании IHS Markit, активно работающей в Восточной Европе и в России, представил данные регионального роста цифрового ТВ. Цифры статистики свидетельствуют, что наибольший рост дает именно Netflix, который к концу 2018 года станет третьим по величине игроком на рынке платного ТВ в регионе, так что другим операторам, которые пока, тем не менее, демонстрируют рост, пусть и не столь значительный, расслабляться не приходится.

И, собственно, ответ на вызовы времени был предложен в выступлении директора цифрового TVN Кристиана Антинга (Christian Anting), который по совместительству является сопредседателем Европейского медиаальянса, соз-

данного три года назад. Он, в частности, сказал: «Для европейских вещателей и медиагрупп наступило время объединить усилия. Мы можем и должны добиться успехов в сотрудничестве и партнерстве». Компании-основатели альянса (Mediaset, ProSieben, Sat1 и TF1) объединились для создания собственной единой цифровой платформы, а также объединенного производства под брендом Studio71 и сейчас активно привлекают новых членов.

Ирина Гофман – генеральный директор компании Viasat World – рассказала о запуске отечественной OTT-платформы под брендом TV1000 Russian Kino, на которой зрителю за относительно низкую абонентскую плату предложат широкий выбор разнообразных российских фильмов. Услуга будет в первую очередь ориентирована на русскоговорящих пользователей, проживающих в таких странах, как США, Германия, Великобритания, Франция и Израиль, но доступ к сервису получат и зрители Болгарии, Венгрии, Польши и многих других стран в регионе.

Никола Францетич (Nikola Francetic), руководящий отделом контента Telekom Austria, подчеркнул, что именно трансляции региональных спортивных событий стали одним из основных драйверов сервиса NOW в Центральной Европе. Лайма Зиваткаускайте (Laima Zivatkauskaitė), вице-президент литовского оператора INIT, поделилась своими методами привлечения и удержания клиентов: «Не только реклама, – сказала она, – но и непосредствен-

Александра Львова

ные отзывы клиентов о сервисе, о поддержке локальных мероприятий делают нас центром общественного притяжения. Мы также даем скидки учащимся и студентам, выращивая свою лояльную аудиторию».

Интересная дискуссия состоялась в рамках круглого стола The On-Demand Landscape и была посвящена вопросам создания успешного бизнеса «телепросмотр по запросу». Какая стратегия будет наиболее удачной в регионе для успешной конкуренции с глобальными брендами, такими как Netflix? На этот вопрос аудитории ответили Саймон Фрост (Simon Frost, AWS), Юстина Трощинска (Justyna Troszczynska, Media4Fun) и Лев Петухов («НТВ-«Плюс), модератором дискуссии выступила аналитик IDC Adriatics Душанка Радониич (Dusanka Radonicic).

Прогнозы круглого стола были вполне оптимистичны – Трощинска и Петухов отметили рост доли доходов от подписок на OTT-сервисы (SVOD), хотя еще несколько лет назад на рынках России и Польши полностью доминировала рекламная модель монетизации (AVOD). Эти изменения специалисты связали с появлением в регионе глобальных игроков (Netflix и Amazon), а также с увеличением потребительской базы у OTT-контента класса Premium. Тем не менее, среди сдерживающих факторов были отмечены пиратство (и, в частности, социальная сеть ВКонтакте – актуальная для российского рынка OTT-услуг), высокая цена импортного высококачественного контента и существенные расходы на обеспечение самого OTT-вещания. Саймон Фрост сказал, что одним из возможных решений по снижению расходов на техническое обеспечение могут стать предложения облачных видеоплатформ, которые уже поддерживают крупные OTT-сервисы. Использование этих сервисов со сформированной инфраструктурой избавит OTT-сервисы Восточной Европы от капитальных вложений и гарантирует эффективное масштабирование бизнеса. Все трое согласились, что для операторов платного телевидения OTT-сервисы в регионе могут стать ключевым фактором дальнейшего роста.

Насколько успешно будет реализован этот потенциал, можно будет судить уже через год, когда состоится Digital TV CEE 2018. ■



Обсуждение проблем маркетинга, нацеливания и спецпредложений в платном ТВ и OTT