

Чтобы двигаться вперед, нужно бежать в два раза быстрее

Руководство компании Viasat заявило: в конце 2011 – начале 2012 года начнутся коммерческие продажи на территории России нового телеканала в формате высокой четкости Viasat Nature/History HD.



Алексей Кроль, генеральный директор платных телеканалов Viasat

«Мы уверены, что он найдет своего постоянного зрителя и будет так же востребован, как и другие каналы нашей компании», — заявил Алексей Кроль, генеральный директор платных телеканалов Viasat на территории России и стран СНГ.

Сегодня Алексей отвечает на вопросы нашего журнала.

☞ Алексей, напомните, пожалуйста, в каком году Viasat со своим каналом TV1000 пришел в Россию? Сколько каналов компания представляет на российском рынке сегодня?

А. Кроль: Первый платный канал из семейства Viasat, представленный российскому зрителю, был запущен 1 марта 2003 года. TV1000 — это 24-часовой киноканал, представляющий широкий выбор фильмов мирового кинематографа.

На сегодняшний день мы предлагаем девять тематических каналов на рынке нишевого телевидения России и стран СНГ: TV1000, «TV1000 Русское кино», Viasat Action, Viasat History, Viasat Sport, Viasat Explorer, Viasat Nature, Da Vinci и теперь, вот, Viasat Nature/History HD.

☞ Каналы Viasat присутствуют на российском рынке нишевого телевидения много лет. Какую абонентскую базу удалось нарастить за эти годы?

А.К.: Viasat специализируется на пакетных продажах и целенаправленно формирует каналы, востребованные у российской аудитории. В зависимости от тематики, каналы Viasat имеют разного зрителя. Само понятие «абонентская

база» в платном телевидении является величиной непостоянной. Каналы могут заявлять любые цифры о своем охвате, но рынок ориентируется на данные, предоставляемые «TNS Россия». За первое полугодие текущего года телеканалы Viasat посмотрело 44,6 процента населения России*.

Кстати, если говорить об исследованиях рынка в сфере кабельного телевидения, стоит обратить внимание на то, какой именно контент интересен телезрителю. Каковы спрос и ожидания телевизионной аудитории? На рынке нишевого ТВ сегодня представлены около 300 каналов самой разнообразной тематики. Но при этом очень мало компаний, которые предлагают контент, действительно востребованный у зрителя.

Сегодня «TNS Россия» при помощи пиплметров постоянно измеряет пять наших каналов из девяти. Сегодня таких измеряемых каналов в России всего 102 из 300, аудитория остальных слишком мала для исследования. Для оценки лояльности зрителей, их желания смотреть телеканал, обычно используется среднемесячный охват. За первое полугодие 2011 года у пяти наших телеканалов он составляет:

- TV1000 — 22%;
- «TV1000 Русское кино» — 20,4%;
- Viasat History — 12,8%;
- Viasat Explorer — 11,0%;
- TV1000 Action — 10%.

Таким образом, среди тематических каналов два наших входят в Топ-6 и все пять — в Топ-20 по одному из основных показателей, на который ориентируется рынок.

Почему мы считаем вхождение в Топ-6 хорошим результатом?! Здесь необходимо проанализировать, какие каналы в исследовании входят в эту шестерку. Среди них есть три, дистрибуция которых происходит на безвозмездной основе. Это «Карусель», РБК-ТВ и RU.TV. Ввиду того, что все телеканалы Viasat распространяются исключительно платно, мы не считаем их своими конкурентами. Таким образом, мы делаем для себя вывод, что TV1000 и «TV1000 Русское кино», на самом деле, входят в Топ-3**.

☞ Анонсирован запуск нового сдвоенного канала уже в HD-формате. Я так понимаю, он станет частью HD-пакета платформы «Радуга ТВ», или же войдет в состав HD-пакета «НТВ-Плюс», как и остальные каналы Viasat?

А.К.: Перед запуском нового канала Viasat Nature/History HD тщательно изучались потребности телевизионного рынка, а также технические возможности приема и распространения в России каналов в формате высокой четкости. Было бы не совсем правильно говорить, что Viasat Nature/



* «TNS Россия», проект TV Index Plus, Россия, 100.000+, электронные измерения, аудитория 4+, 01.01.2011 — 30.06.2011. Накопленный охват.
Каналы TV 1000, «TV 1000 Русское кино», TV 1000 Action, Viasat History, Viasat Explorer, Viasat Sport.

** «TNS Россия», проект TV Index Plus, Россия, 100.000+, электронные измерения, аудитория 4+, 01.01.2011 — 30.06.2011. Среднемесячный охват.

History HD создавался специально для HD-пакетов «Радуга ТВ», «НТВ-Плюс» или каких-либо других платформ. Залог успеха компании Viasat в России — плодотворное и взаимовыгодное сотрудничество, прежде всего, с кабельными операторами. На данный момент новый канал в формате высокого качества находится в процессе тестирования. Он будет постепенно дополняться новым контентом. Сетка вещания, возможно, претерпит со временем некоторые изменения, но в целом концепция останется прежней — это канал о природе, животном мире и событиях, повлиявших на ход мировой истории.

➤ Каковы амбиции канала в России по динамике распространения и охвату аудитории? Основаны ли они на каких-либо исследованиях рынка?

А.К.: Амбиции, конечно, имеются, как и четкие планы по развитию нового канала. Мы отдаем себе отчет: рынок HD-телевидения в России на сегодняшний день развит достаточно слабо. Говорить сегодня о том, что на высокой четкости можно заработать серьезные деньги, было бы, по крайней мере, слишком самонадеянно. Но мы работаем на будущее. Есть одна фраза, которая во многом объясняет сущность компании Viasat. Льюис Кэрролл как-то сказал: «Чтобы стоять на месте, нужно бежать, а вот чтобы двигаться вперед, нужно бежать в два раза быстрее». Мы стараемся все время радовать как зрителей, так и кабельных операторов новинками и дополнительными функциональными опциями.

Исходя из того, что восемь тематических каналов в формате SD, которые мы запустили и распространяем на территории России и стран СНГ, сейчас представлены во всех крупных кабельных сетях и популярны у зрителя, вы можете сделать выводы по поводу серьезности наших намерений по развитию Viasat Nature/History HD.

➤ Viasat был первой западной компанией, которая начала регистрировать и получать лицензии на вещание каналов в соответствии с российским законодательством. Остались ли сегодня каналы, по каким-либо причинам еще не получившие соответствующие лицензии?

А.К.: Лицензирование — достаточно болезненный вопрос. Особенно остро для иностранных каналов он встал в России в 2009 году. Основная задача любого платного канала — зарабатывать на своем контенте, а это возможно только при условии того, что компания соблюдает законодательство.

Viasat одним из первых в России стал заниматься оформлением вещательных лицензий на свои каналы. Еще в 2005 году была получена лицензия для телеканала TV1000. Позже ими стали обладать и все остальные телеканалы семейства Viasat. В 2009-2010 годах мы переоформили вещательные лицензии согласно новым требованиям. Надеемся, что процесс лицензирования будет упрощен, это позволит телеканалам и операторам кабельных сетей сэкономить большое количество времени, уходящего на обработку бумажных документов, необходимых для постоянного обновления приложений к лицензиям.

➤ Что послужило причиной для установления партнерских отношений с «НТВ-Плюс»? Ведь этим летом случилось то, что многие эксперты рынка считали категорически невозможным — каналы Viasat на платформе «НТВ-Плюс»!

А.К.: Нас заинтересовала возможность составить из каналов самостоятельный брендированный пакет для

премиального сегмента «НТВ-Плюс». Наши взаимоотношения с платформой выстраиваются по тем же правилам, что и с кабельными операторами. Основа этого сотрудничества — взаимовыгодные коммерческие условия.

➤ Означает ли выход на позицию 36° в.д. конец проекта «Радуга ТВ», одним из совладельцев которого является Viasat? Или это просто конец эксклюзива для данной спутниковой платформы?

А.К.: «Радуга ТВ» — это самостоятельный проект, уверенно набирающий обороты с каждым месяцем. Наш совместный бизнес успешно развивается, но это не означает, что мы не можем одновременно работать и с «НТВ-Плюс». Эти две платформы работают в разном ценовом сегменте, поэтому не думаю, что появление каналов Viasat на «НТВ-Плюс» как-либо негативно отразится на абонентской базе компании «Радуга ТВ». Заключая договор с «НТВ-Плюс», мы исходили из того, что появление пакета Viasat на их платформе должно быть экономически привлекательным для обеих компаний.

➤ Доступна ли российским абонентам Viasat онлайн-услуга Viaplay? Какие еще услуги или сервисы для пользователей IP-сетей предоставляет или планирует ввести Viasat?

А.К.: Viaplay в России пока не представлена. Сейчас мы рассматриваем возможности запуска новых опций для пользователей IP-сетей. В планах на 2012 год — запустить услугу catch up (отложенный показ). Любой абонент, подключив эту опцию, сможет просматривать любимую передачу или фильм в удобное время. Но пока что это только планы. Сейчас мы исследуем рынок и спрос на данные услуги у абонентов сетей.

➤ Каковы ближайшие и стратегические планы компании в России?

А.К.: Намечено несколько направлений, которые будут развиваться одновременно. Во-первых, продолжим работу по увеличению абонентской базы. С каждым годом появляются новые кабельные операторы, и наша абонентская база увеличивается. Сейчас рост идет в большей степени за счет подключения небольших кабельных операторов. Но для нас важны все наши телезрители и абоненты.

Во-вторых, значительно больше внимания планируется уделить маркетингу. Мы всегда старались поддерживать своих партнеров в регионах и продвигать посредством работы с прессой, PR и маркетинга телеканалы семейства Viasat. С этого года планируем поставить данный процесс на широкие рельсы. Совсем недавно, кстати, мы запустили новый корпоративный сайт, который дает возможность подробнее ознакомиться с нашими каналами и возможностями сотрудничества. Там же кабельные операторы смогут найти много полезной информации: макеты полиграфии, варианты листовок и сувенирной продукции. Всегда готовы обсуждать различные схемы сотрудничества по продвижению наших каналов.

Мы не ограничиваемся только теми девятью каналами, которые представляет Viasat на рынке платного телевидения в России. Думаю, что в ближайшее время сможем порадовать наших зрителей новым тематическим контентом. ■

Беседовал Роман Магразде