

«ДаоГеоКом» выиграла суд у РАО

3 июня компания «ДаоГеоКом» (бренд «Радуга ТВ») выиграла процесс у Российского авторского общества по вопросам оплаты авторского вознаграждения за ретрансляцию контента некоторых каналов. Сумма иска — 6189700 рублей.

РАО обратилось в суд с заявлением о том, что спутниковый оператор не делает отчислений за ретрансляцию контента. Позиция РАО обосновывалась наличием лицензионных соглашений между Обществом и телеканалами, согласно которым каналы приобрели неисключительное право на использование музыкальных произведений в своих программах, при этом подобных соглашений между РАО и спутниковым оператором нет. То есть, оператор связи — согласно позиции РАО — также использует эти произведения, даже при том, что он просто осуществляет техническую доставку сигнала до абонента. И, как считает РАО, оператор обязан заключить с Обществом договор и делать соответствующие отчисления.

Но, с другой стороны, телеканалы приобретают лицензию на использование музыкальных произведений для программ, передаваемых в эфир. Ретрансляция сигнала на определенной территории входит в данное соглашение. Ретрансляция подразумевает передачу сигнала каким-либо из существующих способов, в том числе и по спутниковому каналу. Соответственно, любая компания, стоящая между телеканалом и абонентом, — это либо техническая организация, предоставляющая способ доставки, либо агент телеканала, собирающий платежи. Таким образом, пытаясь взимать платежи с компании, обеспечивающей техническую сторону вопроса, то есть доставку до абонента, РАО пытается повторно получить деньги за использование одного и того же материала одними и теми же телеканалами.

«Триколор» тестирует в Калининградской области акцию по обмену старого оборудования

С 15 мая в Калининградской области стартовала акция компании «Триколор» по обмену старого оборудования. По условиям акции абоненты могут поменять приемник SD-формата на новую приставку, которая позволит принимать не только форматы MPEG-2 и H.264, но и HD, с доплатой всего 3499 рублей (аналогичный приемник у сторонних поставщиков, по данным компании, стоит порядка 7 тыс. рублей).

«На сегодняшний день наша акция является наиболее выгодной для абонентов. Для нас же это способ привлечь зрителей к HD, предоставить им возможность познакомиться с дополнительными сервисами и пользоваться широким спектром услуг от «Триколор ТВ». Калининградская область была выбрана в качестве пилотного региона. Если акция покажет там свою эффективность, мы будем рассматривать возможность распространить действие предложения на всю территорию охвата. На сегодняшний день мы ожидаем, что примерно 20% абонентской базы в регионе обменяют старые приемники на новые», — поясняет Анастасия Соколовская, пресс-секретарь ЗАО «Национальная спутниковая компания».

Акция будет проходить до 31 декабря 2013 года.

1 июня 2013 года «Триколор» запустил дополнительный «Детский» пакет

В пакет вошли телеканалы Cartoon Network, TИJI, Gulli, Boomerang, «Детский мир», Kids Co, JimJam, Baby TV. Стоимость пакета — 500 рублей в год.

Как пояснили в пресс-службе «Триколор», восемь телеканалов стандартного разрешения, входящие в новый пакет, смогут принять все абоненты, проживающие в зоне покрытия Eutelsat, 36° в.д., и имеющие ресиверы MPEG-4. Пакет вещается на отдельном

транспондере, и на него можно будет подписаться отдельно и смотреть вместе с телеканалами базового пакета.

С одной стороны, «Детский» пакет позволяет расширить предложение и лучше соответствовать запросам абонентов, с другой — отдельный пакет дает возможность компании «Триколор» дополнительно увеличивать ARPU.

«Континент ТВ» начал вещание пакета «Открытия»

С 1 июня 2013 года абонентам «Континент ТВ» и «Телекарта HD» доступен новый пакет каналов «Открытия», включающий Animal Planet HD, Discovery World, Discovery Science и Investigation Discovery. Пакет адресован тем, кого интересуют дикая природа и домашние животные, криминалистика и мировые религии, научные открытия и исторические факты, а также жизнь выдающихся людей нашего времени. Пакет предлагается оператором за 99 рублей в месяц.

Закон об интернет-пиратстве принят в первом чтении

По сообщению РИА «Новости», депутаты Госдумы в пятницу приняли в первом чтении законопроект о борьбе с пиратством в интернете, определяющий механизм блокирования сайтов, на которых незаконно размещаются фильмы и музыка.

Согласно законопроекту, правообладатель может просить суд ограничить доступ к ресурсу, на котором нелегально распространяется принадлежащий ему контент. При положительном решении суда правообладатель обращается в Роскомнадзор, который в течение трех дней направляет провайдеру ресурса соответствующее уведомление. Далее у провайдера есть сутки на то, чтобы уведомить владельцев сайта о необходимости удалить нелегальный контент. Если через сутки контент остается в свободном доступе, то провайдер обязан заблокировать доступ к ресурсу. Если он не

выполнит свои обязательства, то сведения о ресурсе будут направлены операторам связи, которые блокируют весь сайт или размещенный на нем нелегальный контент.

Провайдер освобождается от ответственности, если он не является инициатором передачи и не определяет получателя материала, не меняет содержание материала после получения или если он не знал и не должен был знать о незаконности использования передаваемого материала. Он также будет освобождаться от ответственности, если пресек нарушение интеллектуальных прав после получения заявления правообладателя.

Virgin Media тестирует MPEG-DASH

Для запуска видео в сеть используется решение ProMedia компании Harmonic — транскодер, работающий с потоком в реальном времени, и пакетизатор, выдающий сигнал в сеть. Решение позволяет избежать отдельной подготовки и хранения контента для разных платформ и устройств и сохранить метаданные и метки для вставки рекламы. Вещание демонстрировалось на стенде Harmonic во время выставки ANGA в Кельне.

Kabel Deutschland тестирует DVB-C2

Крупнейший кабельный оператор в Германии, Kabel Deutschland (KDG), начал тестирование нового формата DVB-C2 в кабельных сетях в Берлине, Гамбурге и Мюнхене. Тест проводится на кабельном канале D794 (794 МГц). Переход к регулярному вещанию будет завершен, как только будет готов DVB-C2-приемник для клиентов Kabel Deutschland.

«Существенные преимущества DVB-C2 — отличная эффективность использования спектра, гибкость параметров отдельных сетей или приложений», — сказал Lorenz Glatz, технический директор компании KDG.

Для тестирования DVB-C2 установлены параметры 1024-QAM и FEC 3/4, которые по

сравнению транслируемым сегодня форматом DVB-C позволяют увеличить пропускную способность на 46%.

Целесообразность перехода к DVB-C2 для Kabel Deutschland связана с тем, что сети оператора построены по технологии HFC и передача данных там ведется в формате DOCSIS, который «съедает» существенную часть частотного ресурса сети. По своим транспортным параметрам DVB-C2 схож с будущим стандартом DOCSIS 3.1, что облегчит их сосуществование в сети.

«Триколор ТВ» указал на новые пути развития рынка Pay TV

30 мая в Сочи на XVI Всероссийском форуме «Развитие телекоммуникаций в России» директор по связям с общественностью «Триколор ТВ» Анна Сопова выступила с докладом, в котором обрисовала текущую ситуацию на рынке платного ТВ, а также обозначила факторы, за счет которых он будет развиваться.

Рассматривая тенденции рынка платного телевидения, Анна Сопова отметила, что в 2012 году в этой области произошло смещение потребительского спроса в сторону качественной картинки. Среди причин она назвала запуск «Триколор ТВ» доступного HD-мультиплекса из 25 телеканалов, появление HD-версий двух крупнейших федеральных телеканалов, а также наличие у россиян достаточного числа телевизоров, поддерживающих HD-формат.

«Речь идет не о каком-то «тренде», который маркетологи используют в своих играх (сейчас даже сигареты можно найти «высокой четкости»). Речь о реальной смене парадигмы, — пояснила Сопова. — Потребителям уже недостаточно быть подключенными к цифровому телевидению стандартного качества, тем более что к 2015 году этот вопрос будет окончательно решен в рамках государственной программы цифровизации. Первый мультиплекс

нивелирует информационное неравенство на территории России, но потребитель хочет все больше и больше». По словам докладчика, в скором будущем на рынке нас ждут еще более глобальные изменения. Существует большой спрос на новые телеканалы высокой четкости и переход на новый формат тех телеканалов, что уже есть.

Значительное давление, по словам Соповой, в ближайшие несколько лет на рынок Pay TV окажут производители телевизоров, уже сейчас начавшие активную рекламную кампанию по продвижению на рынке экранов от 80 дюймов. Поэтому нас ожидает и смещение маркетинговых акцентов: современный HD станет стандартом разрешения (SD), а Ultra HD станет желанной новинкой, каковой еще пару лет назад было HD TV. Вопрос исключительно в том, смогут ли производители контента и операторы адекватно сориентироваться в условиях нового витка технологической гонки.

Еще одним драйвером роста являются дополнительные пакеты и услуги, уже сейчас составляющие немаловажную часть дохода операторов. В частности, «Триколор ТВ» запускает 1 июня «Детский» пакет телеканалов, который должен стать очередным коммерчески успешным пакетом оператора. Предварительный мониторинг показывает, что интерес к новому пакету крайне высок. Кроме того, всегда есть события, которые пользуются повышенным спросом телезрителей, например Олимпийские игры или «Евровидение». Об успешности подобного направления можно судить по увеличению со стороны абонентов «Триколор ТВ» спроса на услугу «Наш футбол», подключив которую пользователь получает доступ ко всем матчам российской футбольной Премьер-лиги.

Есть также тенденции к развитию нишевых телеканалов. Большую перспективу представляет сериальный бизнес, давно уже перешед-

ший в США и Великобритании на качественно новый уровень. К сожалению, в России распространение сериального контента находится под сильным воздействием интернет-пиратов. Организаторы вставляют рекламу заказчиков перед началом каждой серии, на чем и зарабатывают. Но подписчиков на такой контент — сотни тысяч, он востребован на рынке и потому перспективен. «Спрос на дополнительные сервисы, в частности фильмовые, будет только расти. У «Триколор ТВ» есть уникальный фильмовый сервис «Кинозалы Триколор ТВ», — сказала Анна Сопова. — Всего за полгода существования этой платной услуги на нее подписалось более 320 000 пользователей. И это далеко не предел».

16-й ежегодный семинар Hughes

16 мая 2013 года в Москве компания Hughes Network Systems, LLC, поставщик решений и услуг в области широкополосных спутниковых систем, провела 16-й ежегодный семинар, посвященный технологиям широкополосной спутниковой связи. Представители Hughes провели анализ российского и мирового рынков спутниковых технологий и представили участникам семинара новейшие разработки компании на базе технологической платформы Ка-диапазона JUPITER последнего поколения.

В рамках семинара были представлены два новых спутниковых модема-маршрутизатора Ка-диапазона HN9600 и HN9800, построенных на базе технологий JUPITER. Эти же технологии лежат в основе высокоскоростной спутниковой сети четвертого поколения HughesNet в США — спутниковой сети для частных пользователей, обслуживающей примерно 700 тыс. абонентов при скоростях загрузки до 15 Мбит/с на пользователя. На сегодняшний день в России и СНГ, стратегически важном для Hughes регионе, компания

осуществила поставку свыше 50 тыс. широкополосных терминалов, что составляет более 50% доли регионального рынка.

«Компания Hughes стояла у истоков высокоскоростных спутниковых технологий и услуг и доказала их жизнеспособность на рынке частных пользователей, — заявил вице-президент и генеральный менеджер Hughes в России и СНГ д-р Арунас Слекис (Dr. Arunas Sleky). — Мы рады возможности представить наши последние разработки в России как раз в тот момент, когда страна готовится запустить несколько спутников Ка-диапазона, и продемонстрировать технологии, позволяющие обеспечить надежный и недорогой высокоскоростной доступ к богатому медиаконтенту интернета для огромного числа пользователей, проживающих на территориях, не охваченных или недостаточно обслуживаемых наземными средствами связи».

Компания также уделила внимание инновациям будущего, включая ранее объявленные планы по запуску в середине 2016 года спутника JUPITER 2/EchoStar XIX с пропускной способностью более 150 Гбит/с, который обеспечит дальнейший рост сети широкополосного спутникового интернета HughesNet в Северной Америке.

«МТС» теряет абонентов платного телевидения

По информации, опубликованной электронным изданием Broadband TV News, компания «МТС» к концу первого квартала этого года имела 2885 тысяч подписчиков, что на 1,3% меньше, чем три месяца назад.

Количество подписчиков на услугу широкополосного интернета составляет 2314 тысяч человек и оценивается как стабильное. Общие доходы компании в первом квартале составили 92,9 млрд рублей, что на 1,8 млрд больше, чем годом раньше, но на 5,8 млрд меньше, чем в четвертом квартале прошлого года.