



Президент подписал закон, расширяющий список бесплатных каналов

13 июля президент России подписал Федеральный закон «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» и Федеральный закон «О связи», ранее принятый Госдумой и одобренный Советом Федерации.

Этот закон обеспечивает каналам второго мультиплекса бесплатное присутствие в кабельных и спутниковых сетях. Бесплатными эти каналы должны стать и для потребителей: операторы не смогут брать абонентскую плату за их просмотр. В условиях кризиса это вызовет отток подписчиков платных пакетов, который может стоить отрасли 20 млрд рублей в год, опасаются участники рынка.

Поправки к законам «О СМИ» и «О связи», расширяющие список обязательных для распространения в кабельных и спутниковых сетях телеканалов, вчера одобрил Совет Федерации. Они вступят в силу после подписания президентом. Согласно документу, распространяться во всех средах «без заключения договоров с вещателями», «без взимания с них платы за их трансляцию», а также «без взимания платы с абонентов» должны будут каналы второго мультиплекса — пакета цифровых телеканалов, список которых определен Федеральной конкурсной комиссией. В него входят СТС, «Домашний», РЕН ТВ, «Спорт плюс», «Звезда», «Мир», ТНТ, «Муз ТВ», «Спас» и ТВ-3. До сих пор право бесплатного распространения в кабельном и спутниковом ТВ (так называемый принцип must carry) было закреплено лишь за десятью каналами первого

мультиплекса («Первый канал», НТВ, каналы ВГТРК и др.). Кроме того, законопроект запрещает операторам изменять порядок каналов, то есть первые 20 каналов всегда должны быть заняты каналами первого и второго мультиплексов. Напомним, что ранее предполагалось в пределах каждого муниципального образования отнести к общедоступным два региональных и один муниципальный канал. Но в ходе рассмотрения проекта в Госдуме региональные и муниципальные каналы были из него исключены.

Инициатором поправок в декабре выступило Минкомсвязи РФ. Возникают прецеденты, когда операторы пытаются взимать с каналов деньги за распространение и наоборот, объяснял ранее замглавы Минкомсвязи Алексей Волин. Вхождение в кабельные сети для каналов второго мультиплекса действительно было предметом переговоров с операторами. Например, «СТС Медиа» в разделе рисков своей отчетности указывает, что не может гарантировать покрытие своих каналов в кабельных сетях именно из-за отсутствия для них принципа must carry. Для каждого канала плата за распространение варьируется в зависимости от его популярности среди аудитории и модели распространения (рекламная или подписная), объясняет сотрудник кабельного оператора. По словам гендиректора одного из каналов, такая плата может составлять сотни тысяч рублей с вещателя крупному оператору в месяц.

Предлагаемые законопроектом изменения могут привести «к осязаемому снижению объемов выручки рынка телевидения, не менее чем на

20 млрд рублей», говорится в июньском проекте заключения комиссии Российского союза промышленников и предпринимателей. Дело в том, что расширение списка бесплатных каналов может «спровоцировать абонентов на переключение с базовых пакетов на условно бесплатный пакет». В документе также приводятся данные исследований, согласно которым не менее 85 % абонентов в принципе «желают смотреть только эфирные телеканалы». Весь объем рынка платного ТВ, по данным iKS-Consulting, составил в 2014 году 61,2 млрд рублей, число его абонентов составило 37,5 млн.

www.kremlin.ru, www.kommersant.ru

Убыточными стали все три крупнейшие телекомпании в России

ВГТРК ушла в минус: ее чистый убыток в 2014 году составил 2,8 млрд рублей.

Выручка ВГТРК по РСБУ в 2014 году увеличилась на 2,2 %, до 31,9 млрд рублей, следует из данных «СПАРК-Интерфакса». При этом расходы компании росли заметно быстрее: себестоимость продаж, продукции, товаров и услуг увеличилась на 5,8 %, до 52,9 млрд рублей.

А прочие доходы (ВГТРК, скорее всего, записывает в эту строку дотации из государственного бюджета) остались на прежнем уровне (20,8 млрд рублей). В результате, по данным «Интерфакса», впервые с 2000 года госхолдинг стал убыточным. Если в 2013 году его чистая прибыль составила 29 млн рублей, то чистый убыток прошлого года — 2,8 млрд рублей.

ВГТРК — крупнейший государственный медиахолдинг. Это ФГУП управляет четырьмя федеральными эфирными каналами («Россия 1», «Россия 2», «Россия 24» и «Культура»), радиостанциями и неэфирными каналами (пакет «Цифровое телевидение», совместная компания с «Ростелеком»). Недавно ВГТРК договорилась продать частоту «Россия 2» холдингу «Газпром-медиа».

Подавляющую часть выручки ВГТРК получает за счет

рекламы. По оценке Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР), рынок телерекламы в стране в 2014 году вырос на 2 %, до 159,8 млрд рублей.

По итогам прошлого года оказались убыточны все три крупнейших телехолдинга в России. Убыток «Первого канала» сократился с 1,77 млрд до 938,4 млн рублей, его выручка выросла на 2,9 %, до 30,1 млрд рублей. Если в 2013 году «Газпром-медиа» получил прибыль 8,6 млрд рублей, то в 2014 году его убыток составил 2 млрд рублей. При этом выручка холдинга выросла на 28,3 %, до 72 млрд рублей, но этот рост обеспечило прежде всего поглощение холдинга «Профмедиа». Без учета этих новых активов выручка «Газпром-медиа» в прошлом году снизилась.

www.vedomosti.ru

Количество спортивных каналов, производимых «Газпром-медиа», будет сокращено

Генеральный директор «Газпром-медиа» Дмитрий Чернышенко сообщил, что холдинг сократит количество платных спортивных телеканалов после сделки с ВГТРК: «Спортивные каналы «Газпром-медиа», а также спортивные активы ВГТРК войдут в субхолдинг с условным названием «Спорт 360». После сделки с ВГТРК у нас будет 20 каналов о спорте — наверное, столько их не нужно, количество будет оптимизировано».

Новая модель управления «Газпром-медиа» предполагает выделение корпоративного центра, которому будут подчиняться субхолдинги, работающие по определенным направлениям бизнеса. Они, в свою очередь, будут управлять непосредственно активами, сообщает «Газета.ру».

«Мы проводим реорганизацию холдинга, надеюсь, что к концу года закончим», — цитирует Чернышенко ТАСС.

Также в рамках сделки холдинг «Газпром-медиа» купит онлайн-портал Sportbox.ru.

Сайт вошел в сделку между холдингом и ВГТРК, в результа-



**ПЛАНАРНЫЕ ТВ АНТЕННЫ
ДЛЯ ЦИФРОВОГО
ТЕЛЕВИДЕНИЯ**

49-52-42, 49-52-31

E-mail: info@remo-zavod.ru, www.remo-zavod.ru

реклама

те которой «Газпром-медиа» приобрел частоты телеканала «Россия 2» и еще четыре тематических канала.

Портал должен стать ключевым интернет-ресурсом в группе «Спорт 360». Холдинг намерен оптимизировать функционал сайта и монетизировать его за счет рекламы.

Сайтом управляет отдельная компания — ОАО «Спорт-бокс», которую «Газпром-медиа» приобретет вместе с ее командой.

«Газпром»

Новостные каналы ВВС могут уйти в онлайн

Как пишет TVNewser со ссылкой на Guardian, телекомпания ВВС, поставленная перед необходимостью жесткой экономии средств, рассматривает вопрос о запуске новостного канала в онлайн и сворачивании телевизионной трансляции. Директор новостного отдела ВВС Джеймс Хардинг в интервью «Гардиан» заявил, что переход круглосуточных новостей из телевещательной среды к интернет-вещанию на мобильные устройства — всеобщая современная тенденция. Не так давно ВВС Trust (правление ВВС) одобрило постепенный перевод телеканала ВВС3 из телевещательной среды в сетевую. Этот шаг, по замыслу правления, сэкономит компании около \$ 30 млн в год. Хардинг добавил, что сейчас

охват новостных каналов ВВС составляет около 8,6 млн зрителей в неделю, но (как и для аналогичных телеканалов в США) наблюдается тенденция уменьшения аудитории.

The Guardian

«Триколор ТВ» вставит рекламу в ТНТ и НТВ

Рекламное агентство «А2» (эксклюзивный сейлз-хаус «Триколор ТВ») и РА «Алькасар-Медиа», представляющее интересы телеканалов НТВ и ТНТ, заключили соглашение о сотрудничестве. По условиям договора в эфире федеральных телеканалов НТВ и ТНТ, транслируемых в сети крупнейшего российского оператора «Триколор ТВ», появятся уникальные рекламные вставки, которые позволят осуществлять планирование и реализацию федеральных рекламных кампаний, ориентированных только на аудиторию платного телевидения.

Новый инвентарь рассчитан на кластер рекламодателей — мультирегиональные компании, заинтересованные в продвижении собственных продуктов и услуг, но ранее не инвестировавшие в масштабные рекламные кампании в федеральных средствах массовой информации. Новый рекламный инструмент является альтернативой для традиционных сегментов телевизионной рекламы и будет

способствовать привлечению участников и росту рекламного рынка в целом.

Ежемесячно телеканалы НТВ и ТНТ смотрят 58 и 55 млн человек соответственно (данные TNS Russia, Россия, города с населением 100 тыс.+, все 4+, 2014 год). По итогам первого квартала 2015 года активная абонентская база «Триколор ТВ» превысила отметку 11 млн домохозяйств. При этом общая аудитория оператора с учетом данных Росстата о числе жителей одного домохозяйства в России — порядка 40 млн человек. Для измерений фактического телесмотрения телеканала в сети оператора будут применяться данные собственной системы телеизмерений, разработанной агентством «А2», и показатели медиаизмерителя, результаты исследований которого наиболее часто используются на рынке.

Пресс-релиз «Триколор ТВ»

«Экспресс-АМ22» переводится в 80 °в.д.

В ГПКС успешно завершены работы по переводу действующей загрузки с космического аппарата «Экспресс-АМ22» на КА «Экспресс-АМ6» в орбитальной позиции 53 °в.д.

В настоящее время специалисты ГПКС приступили к перемещению спутника АМ22 из орбитальной позиции 53 °в.д. в позицию 80,1 °в.д. Планируется,

что эксплуатация космического аппарата «Экспресс-АМ22» в новой орбитальной позиции начнется с 5 августа 2015 года.

80 °в.д. — одна из самых востребованных орбитальных позиций российской группировки. Из-за аварий РН «Протон» ГПКС пока не удалось поставить в эту точку новый космический аппарат.

ГПКС

Демонстрация мобильных центров ШПД на базе ОЗб

Отделение компании SES, отвечающее за работу с государственными заказчиками, — SES Government Solutions (SES GS) — провела демонстрацию технологии развертывания полевых пунктов ШПД на основе спутниковой сети ОЗб. В рамках демонстрации осуществлялся обмен HD-видео между рассредоточенной группой военнослужащих и обмен информацией с удаленным командно-аналитическим центром. Локальный обмен осуществлялся посредством Wi-Fi и LTE, обмен с центром — по спутниковому каналу.

Представители военных структур отметили, что данная технология повысит мобильность и управляемость подразделениями. Также как положительный факт отмечена совместимость представленной технологии со смартфонами и планшетами.

SES



Форвард ТС

ВРЕЗКА ЛОКАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ, ОРГАНИЗАЦИЯ СОБСТВЕННОГО КАНАЛА В ЦИФРОВОМ ФОРМАТЕ



- Работа с транспортными потоками MPTS/SPTS, DVB - T2 MI
- Прием и вывод сигнала через интерфейсы IP и/или ASI со сжатием MPEG2/AVC
- Врезка локальной рекламы и наложение титров (логотип, бегущая строка) в одну или несколько программ транспортного потока
- Создание собственного канала вещания в цифровом формате
- Мультиформатное расписание вещания (AVI, MPEG2, MOV, MP4, AVC)
- Многослойные титры (логотип, бегущая строка, часы, банеры, SMS-чат)
- Вещание на мобильные устройства с использованием технологии HTTP Live Streaming
- Трансляция телеканала в интернет
- Вещание в SD и HD-разрешениях
- Ретрансляция с задержкой (Time Shift)



IBC 2015, АМСТЕРДАМ, 11-15 СЕНТЯБРЯ 2015, RAI AMSTERDAM, СТЕНД 7.A08

СофтЛаб-НСК www.softlab.tv sales@softlab.tv forward@softlab.tv тел.: +7 (383) 333-1067, 339-9220

реклама