

Николай Орлов

Состояние индустрии платного ТВ глазами экспертов

В начале июня этого года в Ялте прошла отраслевая Конференция кабельной и медиаиндустрии, организованная Ассоциацией кабельного телевидения России (АКТР). Хотелось бы остановиться на ряде докладов экспертов рынка, которые, на мой взгляд, наилучшим образом характеризуют сегодняшнее состояние отрасли и перспективы ее развития.



20 обязательных ТВ-каналов. Один из основных тезисов Алексея Волина гласит, что тон в российском ТВ будут задавать 5-6 крупнейших медиахолдингов, способных потратить миллиарды рублей на контент: «Что хорошо для них, то хорошо и для телевидения». Но в ходе реализации госпрограммы цифрового ТВ внезапно выяснилось, что получение вожденной эфирной лицензии на всю страну почему-то не обеспечивает для этих крупнейших медиахолдингов телесмотрения в том объеме, чтобы получать достаточные рекламные доходы. А реклама, по еще одному тезису Алексея Волина, является и будет являться основным источником финансирования ТВ. Наверное, поэтому для придания дополнительного статуса и получения потенциального источника доходов РТРС в поправках «о 20 обязательных каналах» содержится требование для операторов платного ТВ получать сигнал этих каналов обязательно от РТРС, способом, определяемым этой же компанией. Потому что если такое положение вещей не закрепить законодательно, то в какой-то прекрасный момент может случайно выясниться, что услуги этой уважаемой государственной организации вдруг стали никому не нужны. Операторы обеспечивают телесмотрение любыми другими способами доставки сигнала, а сами получают сигнал телеканалов также любыми способами в обход РТРС.

Это утверждение о приоритетном положении РТРС среди других операторов последовательно критикует в своих выступлениях вице-президент АКТР Михаил Силин, в том числе и на этой конференции. С его точки зрения, в коммерческие отношения между каналами и операторами государство насильно встраивает еще одного оператора — РТРС,

Доклад главного спикера Минкомсвязи замминистра Алексея Волина сразу разлетелся по Интернету в виде озвученных им 16 тезисов стратегии развития ТВ в России. Приводить тезисы в этой статье дословно нет смысла. Они были опубликованы в Интернете, в том числе на сайте «Теле-Спутника». Тем более что ничего неожиданного в этих тезисах не прозвучало. Фактически они представляли собой закрепление и так существующего статус-кво в отрасли.

Постараемся немного проанализировать эти тезисы и прочитать то, что написано в них между строк. Любопытен тезис о том, что в России не будет доминирующего способа доставки сигнала.

До последнего времени де-факто таким способом считалась эфирная доставка сигнала. По крайней мере программа развития цифрового эфирного ТВ в России существует и даже так или иначе выполняется. Государственные дотации идут именно на эфирную доставку сигнала. А о программе развития неэфирного ТВ на государственном уровне никто пока даже не говорил. И хотя о включении в программу неэфирных сред речи не было, многоукладность российского ТВ-распространения теперь признана в рамках официальной концепции.

Этот взгляд, судя по всему, нашел отражение в недавно принятых поправках к законам «О связи» и «О СМИ», касающихся

определяющего правила подачи сигналов 20 телеканалов, от ретрансляции которых оператор не имеет права отказаться. Таким образом государство дополнительно будет контролировать неэфирных операторов платного ТВ, если вдруг популярность эфирной доставки сигнала государственным оператором почему-то не будет иметь достаточной значимости для телезрителей.

Тем не менее в тоне доклада зам. ген. директора РТРС Виталия Стыцко новый тезис Минкомсвязи о том, что доминирующего способа приема ТВ-сигнала в России не будет, никакого отражения не нашел. Как обычно, было доложено о расширении зоны охвата первого и второго цифровых мультиплексов. При этом, как обычно, ни слова не было сказано о реальной востребованности этой сети у населения России. А по Европе такие данные господин Стыцко почему-то привел. Оказывается, что в Европе 57 % домохозяйств получают сигнал цифрового эфирного ТВ на первый или второй телевизор в доме. Почему реальная ситуация с востребованностью своих услуг не волнует РТРС? Судя по всему, эта государственная организация после принятия поправок «о 20 обязательных каналах» стала чувствовать себя еще увереннее.

Если законодательно закреплена роль РТРС как обязательного посредника по доставке сигнала другим операторам, то об основной своей функции по доставке сигнала населению, судя по всему, можно практически не волноваться. Это, кстати, подтверждается косвенными данными о востребованности центров консультационной поддержки РТРС, которые открыты в каждом российском регионе уровня областного центра. По данным, приведенным Виталием Стыцко, каждый такой центр в месяц обслуживает в среднем 30 посетителей и принимает 150 телефонных звонков. Думаю, что операторы сетей платного ТВ могут сравнить эти цифры с нагрузкой на свои службы поддержки клиентов и сделать выводы о реальной востребованности услуг РТРС.

Некоторая неуверенность Минкомсвязи в правильности основных положений государственной программы развития цифрового эфирного ТВ проявилась еще в одном из тезисов доклада Алексея Волина. Дело в том, что изначально согласно упомянутой программе аналоговое эфирное телевизионное вещание должно было быть отключено к 17 июня 2015 года. Однако в феврале этого года Правительственная комиссия по развитию телерадиовещания приняла решение о целесо-

образности продолжения аналогового вещания до 2018 года включительно. Это решение может быть интерпретировано как полный отказ государства от отключения аналогового вещания в приказном порядке. Именно такую интерпретацию и привел в своем докладе Алексей Волин.

Этот вид вещания должен отмереть естественным путем из-за падения спроса на услугу. С одной стороны, Минкомсвязи продемонстрировало очень последовательный рыночный подход. Услуга должна существовать до той поры, пока на нее есть спрос. С другой стороны, я бы трактовал этот тезис как констатацию провала программы внедрения цифрового эфирного ТВ в России. Фактически Минкомсвязи признало, что оно сомневается в том, выполнит ли цифровое эфирное ТВ свою функцию доставки 20 обязательных ТВ-каналов, если сейчас отключить аналоговое ТВ-вещание, являющееся параллельным каналом связи для цифрового вещания, как это предусматривалось в госпрограмме. Смысл отключения аналогового вещания заключается в высвобождении эфирных частот под нужды других пользователей.

Само собой разумеется, что во всех европейских странах это отключение произошло уже несколько лет назад.

КОМПАКТНЫЕ ГОЛОВНЫЕ СТАНЦИИ



DVB-S2 DVB-S



12x DVB- S/S2 → 12x DVB-C

QAM 12 EM
QAM 12



8x DVB- S/S2 → 12x DVB-C

QAM 8 EM



4x DVB- S/S2 → 8x DVB-C

4X CI
QAM 4 CI-S



4x DVB- S/S2 → 6x DVB-T

4X CI
COF 4 CI-S

DVB-S DVB-S2 DVB-T DVB-T2 DVB-C



4x DVB-T/T2/C/S/S2 → 8x DVB-C/6x DVB-T

4X CI
PCU 4111



4x DVB- T/T2/C → 6x DVB-T

4X CI
COF 4 CI-TC

- ДОСТУПНЫЕ ЦЕНЫ
- УДАЛЕННОЕ LAN-УПРАВЛЕНИЕ
- ПРОСТОЕ ПРОГРАММИРОВАНИЕ С ПК

ИнСайдТВ
Официальный дистрибьютор
POLYTRON

Все станции в наличии на складе!
тел. 8 800 550 0 580
www.inside-tv.ru



Сделано в Германии

реклама

«Теле-Спутник» | сентябрь | 2015

21

И не только Европа, но и, например, наш ближайший сосед Белоруссия отключила последние аналоговые ТВ-передатчики в мае этого года. Хорошо хоть дотировать из бюджета аналоговое вещание государство собирается прекратить после 2018 года.

Выступали на конференции не только чиновники и представители государственных компаний, но и многочисленные представители частного бизнеса. Одним из наиболее ярких было выступление гендиректора крупнейшего российского оператора «ЭР-Телеком» Андрея Семерикова. Его доклад является взглядом на те же процессы развития отрасли, но со стороны частного бизнеса. По версии г-на Семерикова, первые десять лет рынок платного ТВ развивался безо всякого контроля со стороны государства. Думаю, что эти десять лет отсчитываются с момента начала работы компании «ЭР-Телеком» в начале 2000-х годов. За эти 10 лет, по версии Семерикова, в денежном выражении рынок увеличился в сотни раз. Увеличился он не просто так, а в результате огромных частных инвестиций в сети, ТВ-каналы, продакшн. Фактически был создан огромный рынок медиа и услуг связи, совершенно не подконтрольный государству. Этот рынок обслуживал огромное количество абонентов, что закономерно заинтересовало государство.

В результате в 2014 году государство серьезно взялось за регулирование этого рынка. По мнению Андрея Семерикова, выгодоприобретателями этого регулирования стали неоднократно упомянутые 20 каналов первых двух мультиплексов, РТРС и «Ростелеком». Г-н Семериков сделал интересную оценку. Он считает, что дотации государства для упомянутых выше компаний превышают объем всех частных инвестиций в остальную часть рынка. Цифрами эта оценка подкреплена не была и остается на совести автора доклада. То, что объемы государственных дотаций весьма значительны, мы знаем из сообщений прессы и нормативных документов типа программы цифровизации, где указаны объемы финансирования РТРС. «Ростелеком», судя по всему, прямых дотаций от государства не имеет. Но регулярно «подкармливается» государством различными заказами на его обслуживание.

Как же Андрей Семериков предлагает частному бизнесу конкурировать с государственными игроками на рынке? Его рецепт очень прост — консолидация. Крупнейшие коммерческие игроки рынка должны продолжить слияния и поглощения, чтобы противостоять конкуренции государственных компаний.

Почему г-н Семериков ратует за консолидацию, которая и так происходит на рынке, понять несложно. Достаточно вспомнить длящиеся уже года два неудачные переговоры «ЭР-Телеком» о покупке оператора «Акадо». Такая покупка является для «ЭР-Телеком» практически единственным шансом попасть на московский рынок и заметно укрепить свои позиции в Петербурге и Екатеринбурге. Пока подобная договоренность не осуществилась. И Андрей Семериков послал свой меседж отрасли, гласящий, что иного пути, кроме консолидации, не существует. Поэтому нынешним акционерам «Акадо» свою сеть все равно придется продать «ЭР-Телеком».

Из других любопытных докладов я бы отметил доклад Екатерины Переверзевой, гендиректора компании MBG, много лет занимающейся дистрибуцией зарубежных каналов. Понятное дело, что Екатерина презентовала все многочисленные американские каналы, которые представляет MBG. Но интерес, на мой взгляд, представляет всего один слайд из ее доклада, при помощи которого Екатерина пыталась убедить аудиторию, что ее компания MBG лучше других умеет решать проблемы зарубежных ТВ-каналов с очень непростым российским регулированием СМИ. А потому именно компания MBG является лучшим кандидатом в партнеры для западных ТВ-каналов. Собственно, на слайде был приведен список этих особенностей российского законодательства, решать проблемы с которыми так хорошо умеет MBG. Из всех этих особенностей ключевой является одна. Любой телеканал в России может иметь не более 20 % зарубежных акционеров. Остальные акционеры должны быть российскими. Причем учитывается не только прямое владение, но и опосредованное, через компании-«прокладки». А это означает, что никаких зарубежных ТВ-каналов в России быть не может. Могут быть только российские телеканалы. Судя по духу доклада, Екатерина Переверзева умеет решать и эту проблему.

Немного поразмышляем на тему того, какие же пути превращения зарубежного канала в российский предлагает своим партнерам MBG. Причем так, чтобы зарубежный канал каким-то волшебным образом все равно остался зарубежным. Собственно, вариант существует только один — образование совместного предприятия (СП), в котором иностранцам будет принадлежать не более 20 %. Но акционерное соглашение или как-то иначе оформленные подобные договоренности вынуждают СП закупать для вещания контент только у своего зарубежного соучредителя и сохранять бренд зарубежного канала. А центр получения прибыли

для зарубежного партнера переносится в договоры по продажам контента для СП.

Можно только посочувствовать менеджерам зарубежных ТВ-каналов, представленным сейчас в России. Им предстоит выбрать партнера для СП, после чего перевести на СП, контролируемое российским партнером, всю свою дистрибуцию и всех абонентов. Собственно, по большому счету выбор состоит из двух принципиально отличающихся вариантов. Можно выбрать российскую компанию с серьезной долей государственного участия, например какой-то из крупнейших российских медиахолдингов. А можно выбрать независимую коммерческую компанию, например ту же компанию MBG. Коммерческий партнер в случае акционерных конфликтов будет вести себя более предсказуемо, в соответствии с законами рыночной экономики. А околосударственный холдинг даст более надежную «крышу» в нынешних непростых российских реалиях, но наверняка потребует от зарубежного партнера значительно больших уступок. Учитывая то, что большинство работающих в России зарубежных каналов имеют американских владельцев, существующая политическая конъюнктура делает выбор российского партнера для зарубежных каналов очень непростой задачей. В памяти участников рынка наверняка запечатлелся случай с телеканалом Travel Channel, чья сеть дистрибуции вместе со всей абонентской базой в результате недружественных действий российского партнера была потеряна практически за один день.

Двадцатипроцентная норма вступает в силу с 1 января 2016 года. В прессе неоднократно появлялись сигналы от различных государственных структур, что послаблений этой норме ожидать не приходится. Поэтому конец 2015 года должен быть богат на объявления о подобном партнерстве. Думаю, что от работы на российском рынке откажется незначительное число зарубежных каналов. Большинство так или иначе найдет партнера для образования СП.

В целом отраслевая конференция в Ялте получилась весьма информативной и насыщенной. Как обычно, произошел диспут о том, сколько должны платить операторы коммерческим телевизионным каналам и что делать рынку для повышения ARPU. Было представлено много интересных кейсов маркетинговой активности операторов, затронуты интересные моменты борьбы с пиратством, обсуждалось много юридических тонкостей действующего законодательства. Уверен, что участники конференции разъехались вполне удовлетворенные состоявшимся профессиональным обсуждением проблем российского рынка платного ТВ. ■

Москва, ВВЦ, пав. №75, зал А

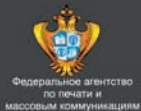
**18-20
ноября
2015**



Motor
Camera
Action **EXPO**

**Выставка-конференция оборудования
и технологий для кинопроизводства**

При поддержке:



XIX Международный конгресс НАТ



Организатор: ОАО «ЭкспоНАТ» г. Москва, ул. Неглинная, д. 15
тел.: +7 (495) 651-08-34, факс: +7 (495) 651-08-35, e-mail: info@natexpo.tv
www.natexpo.ru