

# Людям о собаках

Беседовал Александр Левкин

*О том, какой контент будут смотреть многочисленные владельцы собак, и о планах «Ричи медиа групп», новой компании на телевизионном рынке, «Теле-Спутнику» рассказали представители телеканала «Пес и Ко»: исполнительный директор Кирилл Фролов, продюсер Василий Гончаров и главный редактор Игорь Крючков.*

**Почему вы решили создать телеканал про собак?**

**Василий Гончаров:** Из всех домашних животных собаки наиболее интересны, они больше всех интегрированы в жизнь общества и во все сферы жизни человека. Они и просто домашние животные, и помогают людям с ограниченными возможностями, и работают на военной, спасательной, поисковой службе... Можно продолжать долго. Все сферы участия собак в жизни человека и общества отражаются в наших программах.

**С точки зрения платного телевидения, почему была выбрана именно такая тема?**

**Василий Гончаров:** По скромным подсчетам, в 20 млн российских домохозяйств есть собака либо работа одного из

членов семьи связана с собаками. Даже если судить по тому, сколько людей выводят гулять собак, можно понять, что их очень много. При этом специализированного телеканала, посвященного только этим животным, в России нет. Выходят отдельные передачи, даже циклы программ, на каналах Discovery или «Моя планета», но они затрагивают эту тему очень поверхностно. Мы имеем прекрасный шанс аккумулировать на телеканале все положительные эмоции, которые люди испытывают к собакам.

**Кирилл Фролов:** Сейчас рынок телеканалов сегментируется, все уходит в узкие области. Чтобы тематический канал смотрели, необходимо занять какую-то интересную нишу. А тема собак крайне интересна и способна привлечь к каналу широкую аудиторию. Двадцать миллио-

нов домохозяйств — это примерно половина страны. Кроме того, человек может даже не иметь собаку, но все равно любить их и интересоваться ими.

**А с чем вы связываете то обстоятельство, что тематические каналы становятся все более и более узконаправленными?**

**Василий Гончаров:** Учитывая, что даже в скромном пакете платное телевидение предлагает зрителю порядка 200 каналов, хочется на этом фоне выделиться. Поэтому создаются телеканалы, посвященные какой-то конкретной теме, которая в то же время будет иметь ощутимую долю зрительского внимания.

**Кирилл Фролов:** Кстати, у нас есть статистика по смотрению «Пес и Ко» от «Триколор ТВ». За две недели телеканал поднялся с 343-го на 242-е место. Это, конечно, не великое достижение, но все же хороший результат.

**На кого в первую очередь ориентирован ваш канал: собаководов-любителей или профессиональных заводчиков?**

**Кирилл Фролов:** Мы постарались сформировать контентную политику телеканала так, чтобы заинтересовать совершенно обычного зрителя, который, возможно, и не имеет собаки, но планирует завести, а после просмотра нашего канала точно заведет. В то же время стремимся заинтересовать специалистов и не оттолкнуть их развлекательной составляющей. То есть стоит задача сбалансировать контент внутри проектов собственного производства таким образом, чтобы это было понятно и доступно людям на бытовом уровне, но при этом ни в коем случае не упускать профессиональную информацию, которая будет интересна держателям питомников и специалистам по выставкам.



**Производством телеканала занимается «Ричи медиа групп», это новая компания. Расскажите о команде, которая делает телеканал? Много среди них собачников?**

**Игорь Крючков:** Коллектив — это специалисты высокого уровня, которые имеют опыт работы на больших федеральных телеканалах: в технических, информационных, развлекательных службах. Это разные люди, которые, по 15–20 лет работая в «Останкино», могли и не пересекаться друг с другом, но встретились на нашем телеканале благодаря общей любви к собакам. Среди них есть владельцы собак, те, кто стремится завести собаку и кто в силу разных причин не может этого сделать, но недостаток общения с домашними животными они компенсируют работой на телеканале. Они постоянно выезжают на съемки, общаются с собаками разных пород, кинологами и ветеринарами.

Я бы рискнул отнести к сотрудникам телеканала и наших консультантов — людей, которые безвозмездно сотрудничают с «Пес и Ко». Это специалисты высочайшего уровня — люди, достигшие успеха в кинологии, ветеринарии, дрессуре и прочих сферах жизни, связанных с

собаками. Это даже бизнесмены, которые построили часть бизнеса на продаже товаров для собак.

Так что на нашем канале трудятся разные люди с приличным опытом работы на телевидении. Коллектив боеспособный, сплоченный; и он будет развиваться. Также мы будем рады видеть новых сотрудников, которым будет интересна тема канала.

**Планирует ли «Ричи медиа групп» делать другие телеканалы?**

**Игорь Крючков:** Компания создана для того, что производить и выдавать в эфир специализированные нишевые телеканалы. Рассказывать о каких-то проектах прямо сейчас будет не совсем правильным. Не хочется раньше времени говорить, что мы «замахнулись на Уильяма нашего Шекспира». Кроме того, существует промышленный шпионаж, не хочется, озвучив проект, оказаться вторым при его презентации.

Могу заверить, что наших партнеров и будущих зрителей ждет немало сюрпризов в сфере познавательных, развлекательных и в то же время достаточно специализированных телеканалов. Это каналы, посмотрев которые чело-

век, заинтересованный той или иной темой, получит ответы на свои вопросы «от А до Я».

**Давайте тогда о контенте «Пес и Ко». Какие программы вы считаете ключевыми для телеканала?**

**Василий Гончаров:** Наша задача — охватить все сферы интеграции собак в жизнь человека. Рассказать про многообразие и специфику пород, особенности разведения и ухода.

Следующее направление — собаки известных личностей. Любой заводчик — прежде всего хозяин собаки и только потом — звезда. Это мы пытаемся подчеркнуть в проекте «Дог — Star», но не упуская при этом значимость участников программ. С помощью этой программы также пытаемся популяризировать породы собак и идею их содержания в семье на примере звезд.

Очень значимый для нас проект — «Собачья работа». Когда мы погрузились в эту тему, то поняли, что спектр сфер использования собак очень широк: поиск, таможня, медицина, помощь для людей с ограниченными возможностями, театр... У нас также есть иностранный контент на эту тему, например посвященный службе

НАЦИОНАЛЬНАЯ ПРЕМИЯ  
**Большая Цифра 2018**

КАТЕГОРИИ  
«КОМПАНИЯ - СЕРВИС - ОПЕРАТОР»  
«ТЕХНОЛОГИИ И ОБОРУДОВАНИЕ» I «ТЕЛЕКАНАЛЫ»

ПОДКАТЕГОРИЯ «Телепрограммы»

Национальная премия в области многоканального цифрового телевидения «БОЛЬШАЯ ЦИФРА» проводится в рамках 20<sup>й</sup> выставки и форума **CSTB. Telecom & Media'2018**  
[www.bigdigit.ru](http://www.bigdigit.ru)

18+

Организатор: MIDEXPO  
При поддержке: ARTEL  
Генеральный партнер: eutelsat  
Генеральный информационный партнер: ТЕЛЕСПУТНИК  
Генеральный отраслевой интернет-партнер: COMNEWS

собак в американской полиции. И вот на базе собственных и покупных программ мы пытаемся провести параллели между мировыми и российскими тенденциями интеграции собак в общество.

Также на канале работает новостная служба. Мы делаем первые шаги в этом направлении и стараемся точно освещать события, посвященные собакам, в Москве и Московской области. Это выставки, фестивали, раздачи приютских собак, театральные постановки с участием собак, спортивные фестивали. Создавая канал, мы не ожидали, что существует такое количество мероприятий, посвященных собакам или с их участием.

#### 📌 Планируются ли другие форматы?

**Игорь Крючков.** Конечно, для поддержания статус-кво мы планируем весь спектр жанров. У нас появятся научно-развлекательные викторины, реалити-шоу. Есть много реалити-шоу, которые рассказывают о взаимоотношениях людей, но я не видел ни одного, которое связано с животными — про зоопарк или конюшню. Думаю, что в этом мы будем первыми.

Также у нас будут детские и юношеские линейки программ, и сами дети приложат руку к их созданию. Не исключено, что в рамках детского телепоказа будут мультипликационные и художественные фильмы, которые редко появляются на федеральных и тематических каналах. У нас есть партнеры по производству контента, которые порадуют зрителей, скажем так, непривычным взглядом на собак.

Будут ветеринарные программы, помогающие зрителям представить все сложности ухода за домашними животными и в то же время дать подсказки. Будет юридическая передача: существует множе-



ство вопросов в этой области, связанных, например, с перевозкой собак, которые требуют юридического разъяснения. Нам не обойтись и без чисто развлекательных проектов: собаки порой больше, чем человек, дают поводов для позитива. И возможно, это будет не один-два проекта, а целая линейка. Кроме того, не исключен вариант исторической и музыкальной программ, но это не ранее следующего года.

**Василий Гончаров:** Если говорить о планируемых проектах, то мы еще делаем ставку на контент, который сможем получать от зрителей. Например, кто-то захочет поделиться радостью от содержания питомца, общения с ним. И «Пес и Ко» готов предоставить эфир для такого рода контента.

Сейчас телеканал находится в тестовом вещании, а для полноценного запуска, кроме всего прочего, подготовлен регулярный кинопоказ. Это огромная подборка фильмов о собаках, которые подходят для семейного просмотра.

#### 📌 То есть сейчас вещает бета-версия телеканала. Скоро ли он появится в полноценном виде?

**Василий Гончаров:** Нет, я бы так не сказал, сейчас это самостоятельный готовый продукт. В рамках созданного контента мы уже постарались осветить основные направления собаководства и интеграции собак в жизнь человека. Дальше будем рассматривать предмет еще более специализированно. «Пес и Ко» уже сейчас — абсолютно

готовый и смотримый продукт. Мы будем продолжать его развивать, создавая контент на новые темы.

#### 📌 У телеканала смешанная модель монетизации? Абонентская плата и рекламные размещения?

**Кирилл Фролов:** Смешанной она может стать в будущем. Если поймем, что не сможем вытягивать контент за счет оплаты кабельных операторов, нам придется подключить рекламную модель. Но реклама будет максимально щадящей — только тематической, интересной профессионалам и любителям собак.

#### 📌 Вы рассчитываете на базовый пакет?

**Кирилл Фролов:** Если оператор готов платить, то нам, в принципе, все равно, какой пакет. Естественно, всем каналам интересно попасть в базовый, но время покажет, достойны ли мы его. У нас нет наполеоновских амбиций, но мы думаем, что зацепим телезрителя темой канала.

**Василий Гончаров:** Независимо от того, в каком пакете будем находиться, с помощью специалистов по SMM (Social Media Marketing, продвижение в социальных сетях, — прим. «Теле-Спутника») и медиамаркетингу, а также сарафанного радио среди заводчиков, участников выставок, любителей собак мы сможем создать заинтересованно-специализированную аудиторию и привести ее в конкретный пакет конкретного оператора. Это смело, но мы на это рассчитываем. ■

