

Проект «Радуга ТВ» стартовал



Почти десять лет высокие комиссии спорят о том, какой технологии отдать предпочтение в цифровизации российского телевидения, сколько зрителей останется у кабельщиков, сколько — у эфирных вещателей. Спутниковым платформам неизменно отводится достаточно скромная роль. Между тем, именно спутниковые вещатели уже более десяти лет назад успешно начали переходить на «цифру» и наглядно показали, как нужно бороться с так называемым цифровым неравенством. До недавнего времени проникновение спутникового ТВ было ограничено Уральским хребтом, но после 2000 года началось освоение и восточных регионов.

Еще в конце 1999 года, когда только был выведен на орбиту спутник LMI-1, специалисты отмечали, что зона покрытия его северного луча очень хорошо подходит для организации непосредственного телевидения почти на всей территории России. Но тогда рынок не был готов принять услугу массового спутникового ТВ — непосредственное вещание считалось уделом высокообеспеченной элиты. Бурное развитие проекта «Триколор ТВ» превратило спутниковое ТВ в товар массового спроса. И вот появился новый игрок на поле, с разной степенью успешности освоенном до этого «Триколором ТВ» и «Орион-Экспрессом». С февраля этого года две компании группы GTSS — оператор связи «ГеоТелекоммуникации» и дистрибьютор «ДалГеоКом» — под брендом «Радуга ТВ» запускают услугу предоставления доступа частных абонентов к солидному пакету телеканалов со спутника ABS-1 (бывший LMI-1). О том, как новый дистрибьютор планирует работать на рынке, рассказывают исполнительный директор компании «ДалГеоКом» Наталья Альметьева и член совета директоров компании Ростислав Громов.

СПУТНИК **Расскажите о структуре предприятия: какие компании за что отвечают в этом проекте?**

Ростислав Громов: Проект реализуется двумя компаниями GTSS. Прежде всего,

это системообразующая компания, оператор связи и — применительно к данному проекту — агрегатор контента «ГеоТелекоммуникации», обладающий набором всех необходимых лицензий, собственными телепортами и спутниковым ресурсом на ABS-1. Реализация продукта для физических лиц сделана на основе комплекса технических средств оператора связи «ГеоТелекоммуникации». Вторая компания — «ДалГеоКом» — сервис-провайдер, осуществляющий всю сервисную поддержку проекта: организацию дистрибуции пакета, обслуживание абонентов, маркетинговую деятельность и прочее. Основная задача «ДалГеоКом» — продвижение продукта под брендом «Радуга ТВ».

СПУТНИК **Насколько известно, спутник ABS-1 должен проработать примерно до 2019 года. Десять лет — срок немалый, но, тем не менее, что вы планируете делать после этого срока?**

Ростислав Громов: Гарантийный срок работы ABS-1 — до 2015 года, а технический прогноз по состоянию космического аппарата, по многим другим параметрам — как минимум, до 2019 года.

Существует проект запуска нового аппарата в точку 75 градусов. Одновременно с этим GTSS зарезервирована емкость на одном из высокоэнергетичных спутников, который появится в недалекой перспекти-

ве; на этом спутнике планируется начать вещание HD-пакета. Идет планомерная работа для того, чтобы к моменту запуска этого аппарата мы были готовы к началу вещания HD-пакета параллельно с уже существующим SD-пакетом.

СПУТНИК **Расскажите подробнее об этом пакете.**

Р.Г.: Удалось договориться, подписать соглашения с крупнейшими пакетными вещателями, присутствующими на борту ABS-1. Это, в первую очередь, Viasat, передавший права на шесть тематических каналов, а также родственная нам компания «Контент Юнион», совместное предприятие GTSS и крупнейшего европейского вещателя RTL Group, передавшая права на пять каналов. Столько же каналов «Стрим-Контента» (компания АФК «Система»), по два канала «Дискавери», «Фокса», «Сони», «Арт Медиа Груп» и множество других первоклассных тематических каналов, в частности «Джетикс», «Еврокино», «Мультимания», National Geographic, и многие другие. На платформе «Радуги» присутствуют и популярные российские эфирные каналы — в ближайшее время их станет больше.

СПУТНИК **На российском рынке существует уже некоторое количество DTH-платформ. Как говорит мировая практика — например, развитие DTH в США и Франции, — на рынке обычно остается два DTH-оператора. Как вы видите свою нишу в свете этой тенденции? Считаете ли вы, что в России есть место нескольким операторам?**

Наталья Альметьева: Для нас мы видим большое поле деятельности и оптимистично оцениваем перспективу проекта «Радуга ТВ». Именно поэтому мы занялись этим проектом со всеми нашими партнерами — и российскими, и зарубежными.

СПУТНИК **Как родилась идея организовать DTH-вещание? Насколько я помню, группа GTSS довольно долго работает, предоставляя контент кабельным операторам и поднимая сигнал телеканалам. Как из этого родилась идея DTH?**

Р.Г.: В течение длительного времени, параллельно с упомянутым вами направлением деятельности группы, велась подготовительная работа по организации DTH-пакета. Когда сформировалась достаточная степень готовности, были обнародованы планы по реализации проекта «Радуга ТВ».

СПУТНИК **То есть проект развивался не по такому сценарию: «У нас все равно есть каналы для кабельных операторов, давайте мы еще продадим их частным лицам»?**

Р.Г.: Это два параллельных сегмента, это разные задачи. С другой стороны, работа

на b-to-b сегменте позволила очень качественно подготовиться к работе в сегменте b-to-c: создать инфраструктуру, серьезные экономические предпосылки, а также очень серьезную основу пакета.

СПУТНИК Как я понял, одна из основных идей у вас — использование либо тех каналов, которые вы делаете сами, либо тех, на которые у вас есть эксклюзивные права. Это ваша основная стратегия?

Р.Г.: Очевидно, что пытаться целиком повторить другую платформу — неразумная идея; мы должны предложить что-то свое. И это «свое» должно быть качественным продуктом. Поэтому была сформулирована и реализуется следующая стратегия: в составе пакета, конечно, присутствуют каналы, без которых ни один пакет не может обходиться, но основная идея привлекательности пакета — наличие высококачественных каналов собственного производства и телеканалов наших партнеров, которые присутствуют только в нашем пакете. И на сегодня таких каналов в составе пакета «Радуга ТВ» уже больше половины.

СПУТНИК Будет ли у вас разделение по пакетам?

Н.А.: Пока мы не видим целесообразности деления по пакетам, если всего у нас — 40-50 каналов. Но возможность формирования в недалеком будущем премиального пакета обсуждается.

СПУТНИК Можно ли уже говорить о сроках его появления?

Н.А.: Сейчас невозможно называть сроки, потому что идея пока только обсуждается, предпосылки к этому есть. И если решение будет принято, то это будет действительно премиальный пакет с точки зрения содержания и качества.

СПУТНИК Как вы считаете, наступающий или уже наступивший кризис сильно помешает развитию вашего проекта?

Р.Г.: Есть разные прогнозы по развитию платного телевидения на массовом сегменте. Начиная с того, что все будет плохо и этот рынок схлопнется. И заканчивая тем, что наоборот — люди будут меньше потреблять дорогих развлечений и больше смотреть телевизор, невозможно же просто сидеть дома и ничего не делать — это другая крайность. Мы придерживаемся умеренной позиции — этот сегмент будет развиваться, может быть, не столь ошеломляющими темпами, но развитие будет.

СПУТНИК Сколько вы предполагаете набрать абонентов за год работы? Скажем так: 100 тысяч — это для вас реальная цифра?

Р.Г.: Мы считаем эту цифру достижимой, а время покажет реальность.

СПУТНИК То есть вы рассматриваете свою нишу как нечто среднее между «НТВ-Плюс» и «Триколором ТВ»?

Н.А.: Мы рассматриваем ее как нишу массового платного телевидения, рассчитанного на российскую семью со средним уровнем дохода. Но телевидения высококачественного, как по содержанию, так и по техническим параметрам.

СПУТНИК Вы работаете в MPEG-2?

Н.А.: Сейчас — да.

СПУТНИК На рынке сейчас большой выбор аппаратуры для приема MPEG-2 сигнала. Какова политика в отношении абонентского оборудования? Вы намерены как-то жестко контролировать его или только рекомендовать?

Н.А.: Рекомендовать. Мы рекомендуем использовать оборудование, сертифицированное производителем системы кодирования Irdeco, потому что несертифицированное оборудование не всегда работает корректно. Нам уже приходится сталкиваться с этой проблемой. Такого оборудования сегодня в России уже достаточно много, как установленного, так и присутствующего на рынке, в различных ценовых категориях.

СПУТНИК То есть если в ваш колл-центр позвонит абонент с проблемой, вы будете разбираться только в том случае, если оборудование у него сертифицированное?

Н.А.: Поскольку мы не осуществляем продаж оборудования, то и его поддержкой не можем заниматься. Поэтому мы рекомендуем абонентам: во-первых, приобретать сертифицированное оборудование; во-вторых, в случае возникновения каких бы то ни было проблем, обратиться к продавцу за их решением.

СПУТНИК Какова ваша политика работы с дистрибьюторами и установщиками?

Н.А.: Это открытый круг, пожалуйста, приходите. И партнеров, кто реализует карточки и подключает реальных клиентов, становится с каждым днем все больше. Интерес к проекту у региональных дистрибьюторов большой. И региональных компаний, и компаний, обладающих федеральной структурой распространения. У нас выработаны определенные правила взаимодействия с партнерами, которые позволяют строить эту деятельность на взаимовыгодных условиях и, вместе с тем, не выстраивать каких-то эксклюзивных предпочтений для того или иного партнера. Рынок все расставит на свои места.

СПУТНИК Клиент сейчас весьма капризен, он любит платить удобно и без очереди. Насколько у вас отработана схема взаимодействия с платежными системами?

Н.А.: Мы подписали договоры с целым рядом платежных систем. Единственно — сейчас мы не торопимся с реализацией всех схем, так как реализуем карточки с определенным периодом первичной подписки. Мы отлаживаем работу с платежными системами, чтобы все работало надежно и без сбоев. Естественно, у клиентов будет возможность оплачивать через различные банки — для этого мы открыли счета в нескольких банках, в том числе в крупнейших, покрывающих всю территорию России, как, например, «Сбербанк». У нас подписаны договоры с рядом крупнейших структур, обслуживающих сети автоматов по сбору денег. Мы тестируем несколько систем онлайн-платежей. Возможностей для осуществления оплаты будет более чем достаточно.

СПУТНИК Как вы предполагаете развиваться дальше: например, в направлении увеличения количества каналов?

Н.А.: Сегодня в пакет входит более сорока каналов. В 2009 году мы планируем довести их количество до 60.

СПУТНИК Будет ли при этом увеличена цена подписки?

Н.А.: Скорее всего, да. Сейчас мы проводим промо-акцию, на этот период установлена специальная цена. И тем клиентам, которые подпишутся во время промо-акции, мы предоставим возможность продлить услугу еще на полгода по этой специальной цене. Но по ее завершении мы, скорее всего, увеличим стоимость пакета, потому что включаем в пакет высокорейтинговые каналы.

СПУТНИК И какова будет цена?

Н.А.: Она будет в пределах ранее объявлявшихся 350 рублей.

СПУТНИК Но выше этой суммы она не вырастет?

Н.А.: Мы пока не видим оснований, чтобы увеличивать цену сверх этих цифр. Дальше посмотрим, как будет развиваться общеэкономическая ситуация. Значительная часть телеканалов — зарубежного производства, это тоже накладывает свой отпечаток.

Но хочу еще раз подчеркнуть, мы не делаем дешевый пакет, мы делаем хороший пакет, с высоким качеством не только контента, но и с высоким качеством вещания. Этим определяется и максимальный размер пакета, и его стоимость.

СПУТНИК Предполагаете ли вы переходить на MPEG-4 в перспективе, например, в ближайшие два года?

Н.А.: В ближайшие два года это маловероятно, а дальше, с появлением новых космических аппаратов и с развитием параллельных направлений нашего проекта — да, наверное. Переход на MPEG-4 должен быть чем-то оправдан. Это либо внедрение HD-вещания, либо еще какие-то факторы. Пока мы не видим серьезных оснований, а дальше — посмотрим.

СПУТНИК Проверяли ли вы технические возможности приема на 90-сантиметровую антенну в разных точках зоны покрытия?

Н.А.: Не просто проверяли: поддерживаем постоянные отношения с большим количеством наших региональных партнеров. Наши региональные партнеры, установщики — люди опытные и ответственные, они очень хорошо знают, где можно поставить 75-сантиметровую антенну, а где — на краю зоны — и метр двадцать. Человек же не просто приходит покупать в магазин, он приходит покупать в специализированный магазин или к установщику. Наши партнеры — очень квалифицированные люди, и они очень ответственно относятся к рекомендациям по оборудованию, которое они продают.

Беседовал Всеволод Колюбакин.