



- В поисках гармонии 48
- Будущее медиавидение Akamai Technologies 50
- Взаимодействие экосистем ТВ-вещания и широкополосного доступа 51
- Новый вариант цифровизации телевидения России 52
- Планы «Триколор ТВ» по развитию цифрового телерадиовещания в Сибири 53
- Точка зрения 54

## Digital & Connected TV Russia 2014

фото: СТАНДАРТ

Платное ТВ в России существует в условиях конкуренции традиционных технологий и инноваций в ТВ-индустрии. Что в связи с этим ждет рынок ТВ-услуг, как реагируют в ТВ-индустрии. Что в связи с этим ждет рынок корректировать свои стратегии, обсудили участники международной конференции «Digital & Connected TV Russia 2014 – Цифровое вещание и новые способы доставки видеоконтента. Интерактивные услуги в современных сетях».

Конференцию поддержали: Akamai Technologies, Eutelsat, ЗАО «Национальная спутниковая компания» («Триколор ТВ»), ООО «Современные сетевые технологии» (NGENIX), GS Group, SES, ООО «CDN-видео» (CDNvideo), ООО «ИТ-Град» и Viaccess-Orca.

# В поисках гармонии

Данила ШЕПОВАЛЬНИКОВ

**Текущий этап развития российского рынка платного ТВ характеризуется обострением конкуренции между технологиями доставки контента и стоящими за ними игроками рынка. Но зрителям, в сущности, безразлично, как осуществляется доставка сигнала, – им важно иметь доступ к контенту в любое время, в любом месте и на любых видеоустройствах. Поэтому основным трендом развития телеиндустрии, по мнению ее участников, должен стать переход от конфронтации к гармонизации.**

**И**менно этот посыл стал лейтмотивом международной конференции «Digital & Connected TV Russia 2014 – Цифровое вещание и новые способы доставки видеоконтента. Интерактивные услуги в современных сетях», которую в конце марта провела в Москве группа компаний ComNews. Прошлый год стал переломным для рынка платного ТВ в России: впервые в его истории база подписчиков услуг цифрового телевидения превысила базу абонентов аналогового вещания. По итогам 2013 года количество абонентов платного ТВ в России достигло 33,6 млн человек, из которых 54% уже перешли на «цифру». Это произошло благодаря ускорению роста баз подписчиков услуг спутникового телевидения и IPTV, которые увеличились на 19% (до 13 млн) и на 25% (до 3,4 млн) соответственно.

По мнению и.о. генерального директора ЗАО «Национальная спутниковая компания» («Триколор ТВ») Сергея Ставропольцева, ключевое событие последнего времени в спутниковой отрасли – ряд успешных запусков в 2012–2014 годах космических аппаратов, которые должны дать мощный стимул развитию всей отрасли. В частности, это вызовет рост количества игроков рынка, в том числе за счет прихода представителей других рынков – например, операторов связи. Важно также отметить постоянное снижение

стоимости услуг спутникового ТВ. По словам технического директора ОАО «НТВ-Плюс» Олега Колесникова, это ускоряет падение ARPU у операторов спутникового ТВ, но на порядок увеличивает приток абонентов. Кроме того, увеличение спутникового ресурса позволяет операторам активно развивать новые стандарты телевидения. Так, «Триколор ТВ» и «НТВ-Плюс» уже успешно провели тестовое вещание в формате ультравысокой четкости – UHD TV.

«За последние три-четыре года спутниковая емкость в России увеличилась в 9–10 раз. Благодаря этому у жителей удаленных регионов появляется возможность получать ТВ-сервисы в тех объеме и качестве, в которых они уже давно доступны в Москве, Петербурге и других крупных городах», – отметил Сергей Ставропольцев. По оценке вице-президента Ассоциации кабельного телевидения России (АКТР) Михаила Силина, на текущем этапе развития и в краткосрочной перспективе именно спутниковое телевидение является главным конкурентом эфирного ТВ.

Сегмент IPTV, в свою очередь, обязан ростом усилиям телекоммуникационных компаний, и прежде всего «Ростелекома», на долю которого приходится большая часть абонентов в данном сегменте. «Стратегия «Ростелекома» на ближайшие несколько лет направлена на активное



И.о. генерального директора ЗАО «Национальная спутниковая компания» **Сергей Ставропольцев** убежден, что ряд осуществленных в 2012–2014 годах успешных запусков космических аппаратов даст мощный стимул развитию отечественной ТВ-отрасли



По мнению вице-президента Ассоциации кабельного телевидения России **Михаила Силина**, кабельное ТВ олицетворяет собой традиционный подход к вещанию, который постепенно вытесняется новыми технологиями

Фото: СТАНДАРТ

Фото: СТАНДАРТ

**Технический директор ОАО «НТВ-Плюс» Олег Колесников констатирует, что тон на рынке платного ТВ в России начинают задавать игроки, для которых этот бизнес не является профильным**



**Советник президента Национальной ассоциации телерадиовещателей Владимир Лившиц считает, что участники рынка постепенно осознают тесную взаимосвязь производства, доставки и распространения контента**

развитие услуг интерактивного телевидения», – подчеркнула в своем докладе заместитель директора по управлению контентом ОАО «Ростелеком» Олеся Коновалова. Абонентская база кабельного ТВ, по данным АКТР, в прошлом году впервые за все время существования отечественного рынка платного телевидения не продемонстрировала годового прироста, оставшись на уровне 2012 года – 17,3 млн абонентов. «Долгие годы кабельное ТВ задавало в России тон на рынке услуг платного телевидения, но теперь оно сдает позиции: итоги 2013 года наглядно продемонстрировали, что вещание постепенно уходит в среду Интернета, а сама услуга платного ТВ становится дополнением к сервису широкополосного интернет-доступа», – отметил в ходе конференции Михаил Силин. По его мнению, кабельное ТВ олицетворяет собой традиционный подход к вещанию, который постепенно вытесняется новыми технологиями, причем вытесняется в буквальном смысле слова: например, технология LTE создает существенные помехи в работе кабельных сетей.

«Стагнация в сегменте кабельного ТВ говорит о том, что потребители делают выбор в пользу более удобных сред доставки», – считает Олег Колесников из «НТВ-Плюс». По его словам, в ходе Олимпиады в Сочи был зафиксирован четырехкратный рост телесмотрения при помощи мобильных устройств. Кроме того, в последнее время устойчиво растет спрос на сервисы OTT и Smart TV, благодаря чему киноиндустрия пересматривает отношение к ним, и поэтому задержка, с которой новые бестселлеры появляются в онлайн-доступе после выхода на большие экраны, постепенно сокращается. «Смотрение онлайн-телевидения в России за последний год выросло в 1,5 раза, причем в основном именно за счет OTT-игроков», – отметил президент ГК «Акадо» Виктор Кореш.

Олег Колесников особо подчеркнул, что под влиянием всех этих трендов тон на рынке платного ТВ в России начинают задавать игроки, для которых этот бизнес не является профильным, – например, «Ростелеком», «ЭР-Телеком» и «большая сотовая тройка». Это создает определенные риски для всех остальных участников рынка, включая производителей контента. Ведь, по словам руководителя отдела развития ОАО «Спутниковое телевидение» (STV) Михаила Линса, у операторов связи есть собственный контент и поэтому при формировании пакетов они могут исключать из них конкурирующие телеканалы.

По мнению члена Радиорегламентарного комитета Международного союза электросвязи (МСЭ)

Виктора Стрельца, обострение конкуренции между различными способами доставки сигнала в конечном счете может привести к замедлению развития всей отрасли телевидения в целом, поскольку за каждой технологией стоят определенные игроки и каждый из них тянет одеяло на себя. «При этом зрителям, в сущности, все равно, как именно доставляется контент, но вещатели об этом, к сожалению, мало задумываются и действуют слишком разобщенно», – констатирует Виктор Стрелец.

Среди прочих факторов, задерживающих развитие телеиндустрии, Виктор Стрелец выделяет дефицит частотного ресурса: за последние 10 лет вещателям не было выделено ни одного дополнительного герца для развития цифрового ТВ. По его прогнозам, в 2015 году второй цифровой дивиденд (694-790 МГц), на который претендуют вещатели, вполне может быть перераспределен в интересах развития услуг подвижной широкополосной радиосвязи. «Если второй цифровой дивиденд будет отобран у вещателей, то запланированный в России глобальный перевод цифрового ТВ на HD станет невозможен», – убежден руководитель информационно-аналитического центра и советник президента Национальной ассоциации телерадиовещателей (НАТ) Владимир Лившиц.

Отдельного внимания заслуживают проблемы, связанные с созданием контента и моделями его распространения. По оценке Виктора Кореша, контент в России обесценивается, что очень сильно бьет по развитию ТВ-рынка, поскольку никто не будет инвестировать в создание качественных телевизионных продуктов, если они не будут приносить хороший доход. При этом некоторые российские телеканалы вынуждены выбирать смешанную бизнес-модель, при которой они стараются заработать и на подписке, и на рекламе. По словам Михаила Силина из АКТР, это противоречит традиционным бизнес-моделям платного и бесплатного ТВ, вносит путаницу в типологизацию каналов и затрудняет сотрудничество с ними.

Многие из существующих проблем, по словам Владимира Лившица, обусловлены тем, что вещатели находятся в плену прежних представлений о телевидении. Однако постепенно ко всем участникам рынка приходит понимание того, что производство, доставка и распространение контента – неотделимые друг от друга и тесно взаимосвязанные задачи, поэтому основным трендом развития телеиндустрии должен стать глобальный переход от противостояния к взаимовыгодному сосуществованию и даже к сотрудничеству для получения синергии.



Фото: СТАНДАРТ

**Грег Менделеев,**  
менеджер по партнерским  
продажам для России и СНГ  
компании Akamai Technologies

## Будущее медиавидение Akamai Technologies

**К**омпания Akamai Technologies работает на рынке платформ доставки контента и ускорения приложений с 1998 года и по состоянию на март 2014 года имеет около 150 тыс. серверов в более чем 2 тыс. точек присутствия по всему миру. Каждый день через серверы Akamai проходит от 15% до 30% мирового веб-трафика. При этом мы тесно сотрудничаем как с операторами связи и интернет-компаниями, так и с вещателями. В частности, в рамках Олимпиады в Сочи мы помогли организовать онлайн-трансляции более чем 25 вещательных компаниям по всему миру. Поэтому мы очень хорошо знаем рынок онлайн-вещания и в состоянии представить его дальнейшее развитие.

Миллиарды присоединяющихся к глобальной Сети устройств способствуют дальнейшему росту объемов циркулирующей в ней информации. По прогнозу Akamai, рост этот будет не прямолинейным, а экспоненциальным, что наглядно иллюстрирует простой математический расчет. Даже 100 млн онлайн-зрителей со средним каналом доступа 10 Мбит/с способны генерировать интернет-трафик со скоростью 1000 Тбит/с. Это примерно в 10 раз больше той скорости, с которой генерировали трафик все интернет-пользователи в мире в 2012 году.

В России ситуация со скоростями интернет-доступа год от года заметно улучшается: согласно последнему отчету Akamai State of the Internet, средний показатель увеличился с 5,2 Мбит/с в III квартале 2012 года до 7,4 Мбит/с в IV квартале 2013 года. При этом 90% российских интернет-пользователей, подключенных к платформе Akamai (17 млн уникальных IP-адресов), имели скорость более 2 Мбит/с.

Интернет состоит из более чем 13 тыс. автономных сетей, которые связаны на основании существующих коммерческих договоров, и поэтому, взаимодействуя друг с другом, они далеко не всегда пропускают трафик оптимально для конечного пользователя с точки зрения задержек. Тогда как CDN (content distribution network – сеть доставки контента) благодаря распределенной структуре серверов

зачастую обеспечивает передачу необходимого пользователю контента от узла, ближайшего к «последней миле». При этом Akamai работает над тем, чтобы максимально приблизить контент к пользователям. Для этого мы сотрудничаем не только с операторами связи, но и, к примеру, с различными производителями сетевых устройств и абонентского оборудования. В частности, недавно Akamai запустила совместный проект с компанией Cisco, в рамках которого в маршрутизаторах серии ISR-AX этого производителя будет использоваться технология Akamai, оптимизирующая доставку контента филиалам предприятий.

По прогнозу Cisco, с каждым годом все больше интернет-трафика будет доставляться именно через CDN. Если в 2012 году пользователи генерировали совокупный трафик со скоростью около 100 Тбит/с и лишь 34% его передавалось по сетям CDN, то к 2017 году этот показатель подойдет к 300 Тбит/с и через CDN будет проходить 51%, а в 2022 году ожидается, что при скорости генерирования трафика 1500 Тбит/с через CDN будет идти уже 80%.

Основной причиной сложностей, которые ждут медиасреду в Интернете, станет увеличение количества и разнообразия подключенных к Интернету устройств, с помощью которых можно просматривать видеоконтент. Одни только мобильные телефоны поддерживают множество вариантов разрешения экрана и форматов цифровых данных, а помимо них есть компьютеры, ноутбуки, планшеты, Smart TV и другие устройства. Все это формирует крайне сложную экосистему, в которой сети доставки контента тоже должны будут постоянно развиваться. При этом мы готовы брать на себя не только непосредственно доставку контента, но и его правильную подготовку, обработку, выбор оптимального режима кодирования и прочие сопутствующие рабочие процессы. В Европе и США многие вещатели уже отдают все это на откуп CDN-операторам. И я не сомневаюсь в том, что в ближайшие несколько лет видеосервисы от OTT-провайдеров достигнут такого качества, что ни в чем не будут уступать привычному телевидению.

**Александр Калинин,**  
начальник информационно-аналитического центра  
ФГУП «Российская телевизионная  
и радиовещательная сеть», член  
управляющего комитета FoBTV

## Взаимодействие экосистем ТВ-вещания и широкополосного доступа



Фото: СТАНДАРТ

**П**рогнозы аналитической компании IDATE, специализирующейся на исследовании телекоммуникационной и медийной отраслей, в отношении рынка связи в целом и рынка услуг широкополосного доступа в частности довольно пессимистичны. Несмотря на бурное развитие технологий и гигантские инвестиционные усилия участников телекоммуникационного рынка, в последние несколько лет в Европе наблюдается снижение их доходов, которое, по оценке IDATE, продолжится и в ближайшее десятилетие. Это создает предпосылки к тому, чтобы представители телеком-отрасли обратили более пристальное внимание на рынок платного ТВ и его возможности для их бизнеса.

По данным ассоциации DigiTAG (Digital Terrestrial Television Action Group), занимающейся продвижением эфирного цифрового ТВ, среди вещательных платформ в Европе пока безусловным лидером остается эфирное телевидение, к которому подключено более 46% домохозяйств. Кабельным и спутниковым ТВ пользуются 31% и 23% европейских домохозяйств соответственно, а ТВ-услуги поверх ШПД потребляют не более 10% домохозяйств. И это неудивительно, поскольку если сравнивать стоимость услуг для конечных пользователей, то у IPTV- и OTT-сервисов она пока что самая высокая, а у эфирного ТВ – самая низкая.

Однако в США картина иная: там уже в 2012 году на OTT-услуги приходилось более 11% рынка платного ТВ, а к 2020 году, по прогнозу Alcatel-Lucent, доля этих сервисов достигнет 48%. Это связано прежде всего с тем, что в США исторически платное ТВ развивалось намного интенсивнее, чем бесплатное. В перспективе так называемые нелинейные ТВ-услуги, которые активно развиваются в среде ШПД, могут серьезно потеснить традиционные стандарты вещания.

Все это означает, что одним из основных способов взаимодействия двух миров – телекоммуникаций и телевидения – станет конкуренция. Наиболее остро она будет проявляться в борьбе за частотный ресурс, а также в развитии

услуг персонального и мобильного ТВ. Усилия интернет-гигантов, таких как, например, Google и Facebook, направлены на постепенную замену программируемого телевизионного контента на видеоконтент свободного выбора и даже контент, который сам находит зрителя. Кроме того, в активной стадии тестирования находится технология многопоточковой трансляции мультимедийного контента (evolved Multimedia Broadcast/Multicast Service, eMBMS), которая предусматривает использование LTE-сетей для передачи видео высокой четкости одновременно большему количеству абонентов на порядок быстрее, чем это можно сделать с помощью традиционного цифрового мультимедийного вещания. Важным преимуществом eMBMS является то, что операторы смогут использовать уже имеющийся у них частотный спектр, а абонентам не придется покупать специальные устройства.

Но наряду с конкуренцией перед существующими на рынке платформами вещания открываются большие возможности для кооперации и интеграции. В частности, в рамках международной некоммерческой ассоциации FoBTV (Future of Broadcast Television – «Будущее телевизионного вещания») активно обсуждается идея гибридной платформы телевидения под кодовым названием MMM (или M3), объединяющей возможности эфирного вещания и спутниковых и мобильных коммуникаций. Актуальность этой идеи обусловлена еще и тем, что все вещательные платформы продолжают эволюционировать в одном направлении – улучшения качества телевизионной картинки.

По прогнозу IDATE, до 2025 года рынок платного ТВ будет развиваться по одному из трех сценариев. Сценарий, названный аналитиками «бизнес как обычно», не предвещает существенных изменений объема рынка; прогноз «синдром музыкальной индустрии» грозит упадком и деградацией; и лишь оптимистический сценарий «лучшее из двух миров» сулит дальнейший рост ТВ-рынка за счет синергии от сотрудничества отраслей вещания и широкополосного доступа.



**Андрей Безруков,**  
и.о. директора по стратегическому  
маркетингу холдинга GS Group

## Новый вариант цифровизации телевещания России

**В** России почти треть населения является абонентами спутникового телевидения. Более того, ежегодно эта аудитория прирастает на 35%, и, по прогнозам GS Group, к 2016 году к платному спутниковому ТВ будет подключено более 30 млн российских домохозяйств. При этом государство делает определенные шаги для цифровизации телерадиовещания в стране и рекомендует гражданам покупать телевизионные приставки для приема цифрового эфирного телесигнала. Это способствует росту конкуренции не только между платным и бесплатным телевидением, но и между спутниковым и эфирным телевидением.

Компания GS Group предлагает пойти по другому пути и объединить эти два формата, то есть взаимовыгодно совместить успешно развивающееся платное спутниковое ТВ с цифровым эфирным вещанием, продвигаемым государством. Для этого мы выводим на рынок специальное решение – комбинированную приставку E503, которая позволяет одновременно принимать и эфирный, и спутниковый телесигнал. Принципиальное преимущество данного устройства заключается в том, что, если один из двух видов вещания, будь то спутниковое или эфирное, по какой-либо причине недоступен, владелец приставки все равно может принимать каналы, входящие в состав обязательных для распространения мультиплексов эфирного ТВ. Кроме того, данная модель обеспечивает возможность просмотра контента высокой четкости (HDTV), спрос на который в России в последние годы стремительно растет. Приставка разработана специально для «Триколор ТВ» – одного из ключевых партнеров холдинга GS Group.

Холдинг GS Group (в недавнем прошлом – корпорация General Satellite) – один из системообразующих производителей на рынке спутникового телевидения. Мы принимаем технологическое и инвестиционное участие в крупных вещательных проектах в России и за рубежом. С 2008 года GS Group выступает генеральным инвестором проекта «Территория научно-технического развития – Технополис GS» в городе Гусеве Калининградской области. Его цели – создание комплекса

инновационных производств, совершенствование социально-бытовой инфраструктуры и привлечение талантливых кадров, в том числе с помощью механизмов венчурного инвестирования.

Однако, несмотря на значительную диверсификацию бизнеса GS Group, произошедшую в последние годы, разработка и производство оборудования и технологий для спутникового ТВ, в частности абонентских приемников под брендом General Satellite, остается для нас чрезвычайно важным направлением деятельности. Де-факто GS Group является крупнейшим отечественным производителем цифровых приставок для платного ТВ и единственным, кто полностью производит их в России. Ежегодно компания выпускает около 3 млн таких устройств для нашего стратегического партнера – оператора спутникового телевидения «Триколор ТВ». Общее количество абонентов, использующих приемное оборудование разработки и производства GS Group, – более 12 млн человек.

Комбинированная приставка E503 производится на заводе GS Group в городе Гусеве Калининградской области. Приемник практически полностью состоит из российских компонентов, включая сопроцессор, отвечающий за реализацию криптоалгоритмов, – он разработан и производится GS Group. Еще одна разработка холдинга – программное обеспечение Stingray, применяемое в данной приставке.

Новинка будет выведена на рынок летом 2014 года под брендом General Satellite. Во втором полугодии мы планируем произвести и реализовать через наших партнеров по распространению продукции более 300 тыс. таких приставок по цене от 7 тыс. рублей за комплект. Таким образом, решение, которое объединит платное и бесплатное цифровое ТВ в одном пользовательском устройстве, не будет отличаться по цене от обычных приставок для приема спутникового ТВ. По оценке GS Group, данное решение является новым стандартом, на который в перспективе должны перейти все операторы платного спутникового ТВ в России. ©

**Игорь Коцарев,**  
технический директор  
ЗАО «Национальная спутниковая  
компания» («Триколор ТВ»)

## Планы «Триколор ТВ» по развитию цифрового телерадиовещания в Сибири



Фото: СТАНДАРТ

**П**о оценке «Триколор ТВ», Сибирский федеральный округ – очень перспективный регион для развития услуг платного телевидения. Его население составляет примерно 19,2 млн человек, и все они на протяжении долгих лет были существенно обделены возможностью телесмотра в сравнении с телезрителями центральной и европейской частей страны. По данным «Триколор ТВ», более 7 млн сибирских домохозяйств являются потенциальными абонентами платного ТВ, поэтому мы крайне заинтересованы в том, чтобы развивать в этом регионе полноценное спутниковое вещание.

В то же время Сибирь – один из самых сложных регионов для бизнеса «Триколор ТВ», поскольку в нем всегда остро не хватало спутникового ресурса, пригодного для развития услуг домашнего спутникового ТВ. На момент начала нашей работы в этом регионе в 2008 году такой ресурс был доступен лишь на спутнике *Vonum 1*, работавшем в орбитальной позиции 56° в.д., где нам удалось арендовать два транспондера.

Кардинальное отличие нашего проекта в Сибири от работы в центральной и европейской частях России заключалось в том, что в последних мы начинали работать в формате сигнала MPEG-2, тогда как в Сибири сразу выбрали для вещания прогрессивный формат MPEG-4. Это позволило нам более плотно сжимать контент и за счет этого предложить жителям региона более 40 каналов в стандартном качестве – по 20 каналов на каждом транспондере.

Поначалу абонентская база в Сибири росла не очень быстрыми темпами, однако с момента выведения на рынок в 2012 году новых HD-телеканалов количество подписчиков «Триколор ТВ Сибирь» выросло более чем в 1,6 раза и к марту 2014 года превысило 1 млн. Из них более 200 тыс. подписаны на HD-контент. Расширение HD-вещания в регионе стало возможным благодаря достижению договоренностей со спутниковым оператором *Intelsat* и переносу вещания с аппарата *Vonum 1* на *DirecTV-1R*.

16 марта 2014 года российский спутниковый оператор ФГУП «Космическая связь» (ГПКС) успешно запустил

в позицию 56° в.д. аппарат «Экспресс-АТ1», который дал новый импульс развитию спутникового ТВ в Сибири. В частности, «Триколор ТВ» арендовал на нем 10 транспондеров, что позволило нам осуществить масштабное расширение вещания в Сибирском регионе. В ближайшие два месяца нашим абонентам в Сибири, на территории Урала и части Дальнего Востока станут доступны все пакеты телеканалов и дополнительные услуги «Триколор ТВ».

Абоненты «Триколор ТВ Сибирь» смогут просматривать четыре основных пакета телеканалов: «Базовый», «Оптимум», «Супер-Оптимум» и «Максимум HD». Ранее им было доступно максимум 56 телеканалов, но благодаря началу работы через новый спутник суммарное количество доступных подписчикам телеканалов в ближайшее время увеличится почти в 5 раз – до 200 каналов. Кроме того, помимо уже существовавших дополнительных пакетов «Ночной» и «Наш Футбол» в регионе появятся еще пять: «Кинозалы «Триколор ТВ», «Музыкальный», «Детский», «Радиопакет», «СуперКино HD».

Состав телеканалов основных пакетов сформирован по итогам исследований зрительских предпочтений подписчиков в данном регионе, а дополнительные пакеты существенно расширены по сравнению с предложением для зрителей Центральной России: к примеру, в пакете «Кинозалы «Триколор ТВ» появятся семь новых каналов. В состав бесплатного пакета «Базовый» входят 12 телеканалов, включая каналы обязательного первого цифрового мультимедиа. При этом вследствие того, что зона вещания «Экспресс-АТ1» фактически совпадает с зоной вещания *Vonum 1*, для получения сервиса нового уровня достаточно просто перенастроить пользовательские приемники на новые частоты.

Запуск «Экспресс-АТ1» и переход «Триколор ТВ» на работу через него – серьезный шаг в устранении цифрового неравенства, благодаря которому наши абоненты в Сибирском федеральном округе будут получать такой же сервис, как и подписчики в крупных городах центральной и европейской частей России.

**Михаил Ковальчук,**  
генеральный директор ООО «Сигнал Медиа»:  
«Основной барьер для развития отрасли –  
неурегулированность коммерческих  
взаимоотношений между правообладателями  
и распространителями – вещателями  
и операторами связи»



Фото: СТАНДАРТ

**Николай Орлов,**  
региональный вице-президент по России и СНГ  
компании Eutelsat S.A.:  
«Запуски российских спутников направлены  
на замену вышедших из строя или морально  
устаревших аппаратов, что способствует  
не увеличению, а лишь восстановлению  
спутникового ресурса»



Фото: СТАНДАРТ

**Константин Чумаченко,**  
генеральный директор  
ООО «Современные сетевые технологии» (NGENIX):  
«Россия уникальна тем, что она одновременно  
занимает в Европе первое место и по количеству  
подключенных, и по количеству не подключенных  
к Интернету граждан»



Фото: СТАНДАРТ

**Михаил Линс,**  
руководитель отдела развития  
ОАО «Спутниковое телевидение» (STV):  
«Начало 2014 года ознаменовалось запуском  
нескольких новых вещательных спутников в России,  
но к концу года, по моим прогнозам, вся емкость  
на этих аппаратах будет раскуплена»



Фото: СТАНДАРТ



Фото: СТАНДАРТ

**Элизабет Лыхина,**  
менеджер по работе с партнерами  
YouTube в России и СНГ:  
«У наиболее популярных каналов YouTube миллионы подписчиков, что сопоставимо с аудиторией многих региональных телеканалов»

**Ярослав Городецкий,**  
генеральный директор ООО «СДН-видео» (CDNvideo):  
«По сути, CDN в связке с контентом представляет собой готовый OTT-сервис для пользователей, а если добавить к этому приложение для просмотра, то можно выходить с ним на Smart TV»



Фото: СТАНДАРТ



Фото: СТАНДАРТ

**Александр Беленов,**  
генеральный директор  
ООО «ТиВиЗавр» (интернет-кинотеатр TVzavr.ru):  
«Ни один серьезный OTT-проект не может обойтись без собственной сети доставки контента. Мы активно модернизируем CDN, так как она уже не справляется с нагрузкой»

**Марина Левочкина,**  
начальник отдела маркетинга и управления  
контентом ОАО «ВымпелКом»:  
«Мы планируем развивать сервис IPTV так, чтобы он не уступал конкурентам, а также запускать собственные OTT-проекты»



Фото: СТАНДАРТ