



Фото: Анастасия Цайдер для РБК

— Благодаря чему будет расти рынок OTT-видеосервисов в России?

— Важную роль играет наличие инфраструктуры, позволяющей развиваться проектам интернет-вещания. Россия входит в число лидеров по проникновению широкополосного доступа в сеть интернет: из 55 млн домохозяйств около 30 млн подключены к высокоскоростному интернету. В Москве, Санкт-Петербурге и других крупных городах быстрым интернетом пользуются 75–80% горожан. Общей тенденцией является рост пропускной способности сетей и снижение стоимости трафика, развитие технологий GPON и 4G/LTE. Другой фактор — бум распространения New Media устройств: телевизоров Smart TV, медиаплееров, смартфонов, планшетов, игровых приставок. Такая инфраструктура рынка дает прекрасную возможность для развития OTT-видеосервисов — уже сейчас они могут прийти в каждый дом и на каждое устройство. Замечу, что в отличие от кабельных и IPTV-операторов OTT-сервисам не требуется инвестировать в прокладку сетей до каждого абонента, что позволяет экономить на капитальных вложениях и поставлять видеоконтент по выигранным ценам. Еще один фактор — в стране формируется культура оплаты услуг, потребляемых на устройствах, при помощи банковских карт. Например, в Nemo TV можно оплатить любую услугу «в один клик» с помощью пульта телевизора, в буквальном смысле не вставая с дивана. Реклама

— Как к таким проектам относятся правообладатели контента, с какими проблемами вы столкнулись?

— Конечно же, вопрос легального и качественного контента стоял наиболее остро, но нам удалось стать первой компанией в России, которая смогла договориться об использовании контента в OTT-среде более чем с 150 телеканалами. Точно так же нам удалось решить ряд технических проблем транскодирования потоков, защиты сигнала, биллинга, интеграции платежных систем. Производители контента и правообладатели поверили в то, что телесмотрение онлайн — привлекательное направление монетизации контента. Оценив возможности и преимущества распространения контента через нашу платформу, они охотно вступают в партнерство.

— На чем основано убеждение, что онлайн-видеосервисы окажутся наиболее востребованными именно в формате OTT?

— Большинство кабельных, IPTV и спутниковых операторов предоставляют абонентам традиционное линейное телевидение, без интерактивных функций. Преимущество OTT-сервиса в том, что он позволяет смотреть те программы, которые интересны самому пользователю, и в то время, когда ему удобно. При этом платформа OTT дает безграничные возможности по предоставлению пользователю развлекательных и e-commerce услуг, создания для него полноценной медиасреды. OTT будет более востребованным решением по отношению к кабельным, IPTV и спутниковым решениям уже хотя бы потому, что пользователю для получения доступа к услуге гораздо проще быстро скачать приложение на устройство или самостоятельно купить приставку в любом магазине, чем вызывать монтажников на дом и устанавливать с их помощью необходимое оборудование. OTT-сервис можно взять с собой куда угодно, а одну учетную запись можно использовать сразу для нескольких устройств. Выбор очевиден, и недалеко то время, когда OTT будет распространяться со скоростью сарафанного радио.

— Сервисы, на которые требуется подписка, в России традиционно непопулярны — отечественный зритель в массе не любит платить за контент.

— Но растет и армия потребителей, которые ставят во главу угла качество сервиса и готовы платить за него. Это все те, кто не хочет долго возиться, подсоединяя ноутбук к телевизору, пытаясь смотреть интересующий их фильм с плохим качеством изображения. Кто хочет быть уверенным в легальности и надежности сервиса, иметь возможность получить максимально качественный продукт «в один клик» на пульте телевизора. Наконец, OTT-технология уже сейчас позволяет правообладателям осуществлять премьерный показ некоторых новых фильмов и сериалов на платформе Smart TV одновременно с кинотеатрами или премьеры в Америке. Рынок поступательно растет, и мы видим первые успехи монетизации онлайн-кинотеатров ivi.ru и Okko.

— Насколько опасными конкурентами являются для вас OTT-проекты самих эфирных телеканалов?

— Тот факт, что телеканалы стали выкладывать свою продукцию в интернет, свидетельствует о том, что их руководители постепенно привыкают мыслить в категориях онлайн-вещания. Однако проекты ТНТ и «Видеоморе» — это нишевые проекты, а Nemo TV — комплексный сервис. Разница между нами, как между хорошим винным магазином и хорошим супермаркетом: потребитель ходит за вином и в специализированные магазины, и в супермаркеты. Однако когда ему нужно купить целую тележку разных продуктов, он в винный магазин уже не пойдет.

— Какие источники контента вы используете?

— Мы ориентированы на быструю интеграцию как отдельных библиотек видео, так и целых онлайн-кинотеатров. Например, мы уже интегрировали внутрь нашей платформы сервис Amediateka, позволяющий предоставить пользователю эксклюзивные для России голливудские сериалы и фильмы. Само телевидение выступает безграничным источником контента: еженедельно мы сохраняем в архиве более 25 тыс. новых телепередач и фильмов. Этот принцип способен

совершить революцию и полностью изменить модель телесмотрения: можно взять весь контент телеканалов, который когда-либо шел на экранах, и предоставить его зрителю с учетом его персональных интересов для просмотра в удобный ему момент.

— **Эксперты говорят, что многие онлайн-видеосервисы за пять–семь лет своего существования так и не окупались. Не боитесь повторить судьбу этих площадок?**

— Как я понимаю, речь идет в основном о российских онлайн-кинотеатрах, которые построены на OTT-платформе. Большинство таких онлайн-кинотеатров предлагают одни и те же фильмы, поэтому жестко конкурируют друг с другом за пользователя. Отсюда траты огромных средств на маркетинг. Но этим им трудно завоевать лояльность пользователей: завтра зритель пойдет смотреть другой фильм в другой онлайн-кинотеатр. Кроме того, почти все онлайн-кинотеатры, к сожалению, слишком зависимы от общего состояния рынка видеорекламы и высоких валютных отчислений в пользу правообладателей, а их технологический принцип работы не позволяет найти иных путей для кратного повышения своих доходов.

Сервис Nemo TV предлагает пользователю полноценную медиасреду, которая позволяет ему получить весь контент в одном месте: это и множество телеканалов в HD-формате, архив программ, большая коллекция фильмов и сериалов, различные интерактивные функции и развлечения. То есть наш сервис позволяет пользователю навсегда отключиться от эфирного телевидения и не думать, где ему искать интересный контент. Тем самым экономический потенциал любого онлайн-кинотеатра гораздо меньше, чем у такого комплексного сервиса, как Nemo TV. В течение четырех–шести лет мы планируем приобрести более 1,5 млн лояльных подписчиков, что обеспечит проекту выручку в размере порядка \$180 млн в год, что несопоставимо с выручкой онлайн-кинотеатров. По отношению к нам онлайн-кинотеатры являются скорее не конкурентами, а потенциальными партнерами.

— **Какой объем вложений вам уже удалось привлечь, что удалось сделать? И сколько еще нужно для развития?**

— За время работы проект закрыл несколько последовательных раундов инвестиций и привлек в общей сложности более \$20 млн. Сейчас в сервисе зарегистрированы более 500 тыс. человек из 1200 с лишним городов и населенных пунктов. В целом можно сказать на нашем примере, что OTT-телевидение как проект федерального масштаба состоялось. Постепенно мы ведем территориальную экспансию: работаем не только в России, но и в 11 странах СНГ. Крупные консалтинговые компании наносят нас на свои карты рынка, а партнеры предлагают интегрировать на платформу не только новый контент, но и различные e-commerce услуги. Налажены партнерские отношения с производителями телевизоров Smart TV и розничными сетями, в недрах проекта готовится ряд революционных для рынка технологий исследования предпочтений потребителей. В апреле мы открываем очередной раунд — планируем привлечь еще около \$30 млн. Данные средства потребуются для финансирования большой осенней маркетинговой кампании.

— **Каковы потенциальные выгоды для инвесторов?**

— В отсутствие прямой конкуренции масштабное продолжение деятельности позволит добиться сильных инвестиционных результатов, соответствующих требованиям к доходности вложений любого инвестфонда. Отмечу зарубежную тенденцию: в таких проектах профессиональные инвесторы заинтересованы в создании мощных игроков, занимающих пустующий рынок максимально быстрыми темпами. Хороший пример — нынешние показатели стоимости акций крупнейшего в мире подписочного онлайн-кинотеатра Netflix: рыночная стоимость этой компании составляет \$26,5 млрд, что соответствует 70 годовым показателям EBITDA и 100 годовым показателям чистой прибыли. На традиционном рынке телеком-операторов это немислимые уровни. Именно сектор OTT инвесторы оценивают так высоко: перспективы этого рынка завораживают.

 ВКонтакте
 Google+
 Facebook3
 Twitter

nemo^{TV}

Партнер выпуска

Валюты ▼ Нал. USD, 16:43 67,6468,63 ▼ Нал. EUR, 16:43 76,2677,48 ▼ Бирж. USD, 16:44 67,7480 -0,6410 ▼ Бирж. EUR, 16:43 76,3790 -0,8130 ▲ USD ЦБ, 22.03 68,8086 0,4060 ▲ EUR ЦБ, 22.03 77,4647 0,2655 ▲ EUR/USD, 15:54 1,1272 0,0008

Индикаторы рынка ▼ ММВБ 16:43 1897,29 -0,87% ▼ РТС 16:43 882,34 -0,32% ▲ Brent 16:34 41,52 0,78% ▲ DJIA 18.03 17602,30 0,69% ▲ Nasdaq 18.03 4795,65 0,43%

[Прогнозы цен акций и курсов валют](#) [Конвертер валют по курсу ЦБ и Forex](#)

Специальные предложения



МИКРОГОРОД В "ЛЕСУ" Квартыры с видом на лес всего в 1,8 км от м.Пятницкое ш. Дома готовы к заселению. Выгодная ипотека под 10%!



Дом «Дыхание» Культ Жизни. Культурный дом. Культурный архитектор Квартыры премиум-класса у парка в 15 минутах от Садового кольца

Специальные предложения



[Toyota Land Cruiser 200 с выгодой до 300 000р.!](#)



[Porsche Macan – исполнение мечты](#)

<http://www.rbcplus.ru/news/551a5b5a7a8aa955979f2d60>