



СЕКУ. Фото Александра ФЕДОРОВА, "СЭ";

СОГАЗ - ЧЕМПИОНАТ РОССИИ. ПРЕМЬЕР-ЛИГА

О проблемах и перспективах показа футбола на телевидении корреспонденту "СЭ" рассказал генеральный директор компании "Лига-ТВ" Илья ГЕРКУС

Напомним, минувшим летом телекомпания "Лига-ТВ" была создана Российской футбольной премьер-лигой для трансляции матчей чемпионата России на различных платформах. Это подразделение занимается всеми вопросами, связанными с показом, распространением и рекламой телепродукта. Как было объявлено при ее создании, за три года "Лига-ТВ" планирует заработать более 300 миллионов долларов.

ПОВТОРЫ С ВОСЬМИ КАМЕР

- Чего удалось добиться за эти месяцы?

- Первое: мы сформировали телепродукт так, как хотели. Один матч показываем на общедоступном канале "НТВ", другие - на платной основе. Второе: РФПЛ получила в собственность телеканал "Наш футбол". Теперь им владеет Лига.

- Что значит - владеет? Разве "Наш футбол" не имеет больше отношения к "НТВ-плюс"?

- Организационно - имеет. Но РФПЛ перечисляет "НТВ-плюс" деньги.

- Сколько?

- 8 миллионов долларов за сезон. Столько стоят все трансляции и две футбольные передачи. Сумма была определена изначально, но мы в нее уже не вписываемся, поскольку понадобилось больше техники. Планируем и дополнительные телепрограммы. В межсезонье, например, хотим запустить передачу, в которой станем показывать контрольные матчи.

- Из каких средств берутся эти самые 8 миллионов или чуть больше?

- "НТВ-плюс" платит нам 35 миллионов долларов за сезон, мы ему должны деньги за "Наш футбол". Получается взаимозачет. Или просто вычет.

- Что имеете взамен?

- Технически в работу "НТВ-плюс" стараемся не влезать. Но в "Лиге-ТВ" появились люди, которые отвечают за трансляции и контролируют их качество.

- Прежние контролеры не справлялись?

- Не хочется критиковать наших телевизионных соратников. Они многое сделали, вводили новую технику, стандарты трансляции. Но "Лига-ТВ" как всякий собственник больше заинтересована в качестве конечного продукта. По этой причине мы теперь гоняем на самую дальнюю региональную трансляцию цифровую технику из Москвы. Не везде, впрочем, это пока помогает.

- Почему?

- Есть проблемы со взаимопониманием и взаимодействием режиссеров и операторов, с расстановкой камер. Кроме того, чтобы передать сигнал через спутник, его надо сжать. А потом соответственно разжать. Мы пока не контролируем все этапы процесса, и картинка иногда получается мутная. Сколотить продуктивные телебригады и отследить подбор техники для трансляций нам удалось лишь в последних турах. Сняты эти туры, если заметили, были хорошо: на качество трансляции влияли только погода и освещенность. При том что качественный свет - важнейшее условие хорошего показа. В общем, болевые точки определили, программу обучения сотрудников на зиму составили. С весны, надеюсь, сделаем шаг вперед. И не один.

- Но сигнал так и будет сжиматься и разжиматься?

- Нет, мы договорились насчет передачи сигнала по оптико-волоконным кабелям. Увеличили и количество камер, снимающих повторы. Прежде момент можно было детально рассмотреть с четырех точек. Но одна камера, к примеру, недобивала, у второй закрыт обзор, на третьей проспал оператор... Повтор в этих случаях получался куцым. Нас за это критиковали, и мы признавали обоснованность претензий. Теперь возим на игры вторую дорогостоящую коробку, позволяющую смотреть повторы с восьми точек.

- Насколько дорогостоящую?

- В значительной степени. Качество требует жертв. Камера-паук тоже невелика по размеру и позволяет снимать красивые планы. Но денег стоит сумасшедших. Потому ее и используют исключительно на центральных матчах.

- Ждать ли других технических новинок?

- Планируем привести в порядок архив. Не просто классифицировать, но и упорядочить все записи. Грубо говоря, расставить метки: угловые, подкаты, пенальти, офсайды,

повторы с разных углов. Задаешь параметры поиска, как в интернете: "Березуцкий, предупреждения", например. И имеешь моментально то, что ищешь, во всех матчах всех сезонов. Очень полезно и удобно для аналитических передач. Естественно, для воплощения идеи в жизнь нужны время, персонал и инвестиции.

- Сколько сотрудников сейчас в "Лиге-ТВ"?

- Десять. В подобной структуре бундеслиги их около шестидесяти. Станем зарабатывать - сможем увеличить штат. Хотя главное - не количество людей, а эффективность их работы.

- Вы продолжаете трудиться в "Зените"?

- Сохраняю в клубе ту же должность: заместитель генерального директора по стратегическому развитию.

А ЕСЛИ БЕЗ "ЛИЧНОГО КАБИНЕТА"?

- С технической частью понятно. Что с распространением телепродукта?

- Со всеми крупными операторами на телерынке заключены договоры. Купить показ российского чемпионата за 149 рублей в месяц сегодня может большинство желающих. Но сохраняются, к сожалению, технологические препоны. Процесс подключения запутан: нужно куда-то звонить, заводить "личный кабинет" и так далее. Не все понимают, как это делать. И это проблема не людей, а оператора. Продажи необходимо свести, условно говоря, к нажатию одной кнопки и одной дырке для приема купюры. Если это не лесная избушка, а дом, в который централизованно подается телесигнал, футбол имеет все шансы появиться на экране телевизора. А мы - извлечь из этого 149 рублей. Пока, увы, маркетинг хромает.

Взять, к примеру, Питер, где цифровой сигнал подается в 90 процентов домов. Конвертер людям предлагается оператором бесплатно. То есть надо лишь позвонить, придет человек и подключит телевизор к бесплатной коробке. За программный пакет потом, понятно, придется вносить абонентскую плату. Удобно, согласны? И цифровое качество лучше аналогового.

Знаете, сколько из полутора миллиона квартир, до дверей которых доходит сигнал, воспользовались услугой? 150 тысяч - 10 процентов. Хотя и реклама идет широкая, и преимущества очевидны.

- В чем резерв роста?

- Плотнее работать с операторами, чтобы те активнее вербовали клиентов. Условно говоря, необходимо прийти к каждому оператору и разработать для него программу продаж, поскольку сами они продавать футбол желанием не горят.

- Сколько таких операторов?

- Восемь крупных и мелкие. С каждым садимся и разрабатываем алгоритм. Неделями сидим, выверяем каждый пункт, потом пытаемся внедрить. Тяжелейший труд. Не представлял себе, что будет настолько сложно. На Западе производитель доставил товар до дверей супермаркета - дальше за дело берется продавец. У нас не так. Нужно самому делать стеллажи, выставлять продукт и зазывать народ.

- Насколько удалось увеличить число подписчиков за время работы "Лиги-ТВ"?

- В пять раз. Было 60 тысяч домохозяйств - стало 300 тысяч. Особенно высок прирост на юге - в Дагестане, Чечне, Ставропольском, Краснодарском краях. В эти триста тысяч не входят обладатели тарелок "НТВ-плюс". У телеканала свои данные по абонентской базе и свои доходы.

- Сколько подписчиков вы хотели бы иметь в идеале?

- Миллион домохозяйств - не только круглое, но и внушительное число. Будем к нему стремиться.

- С иностранными специалистами по продаже телефутбола консультируетесь?

- Постоянно контактируем. Им по-прежнему интересен наш рынок и наши первые шаги. В Infront Sports&Media, кажется, понимают: в свое время они погорячились, сделав РФПЛ не слишком гибкое предложение. Итальянский футбол получает почти миллиард евро, нам обещали 70 миллионов. Понятно, что есть разница в интересе и развитии отрасли, но не такая же! Особенно если учесть размеры населения Италии и России.

- Сейчас темпы извлечения доходов соответствуют вашим планам?

- Чуть-чуть отстаем. Как по причине недостаточного количества подписчиков, так и из-за непроданных коммерческих контрактов. Да, мы высоко подняли планку запросов и опускать ее не спешим. Подсчитали, установили определенный уровень. Теперь воюем. Предлагают меньше - не соглашаемся. Потому что уверены: любой бизнес-структуре почетно ассоциировать себя с теми эмоциями и переживаниями, которые дарит футбол.

ДОБРО И ЗЛО НА ЗАБРОШЕННОМ ЗАВОДЕ

- Что еще из намеченного пока не осуществилось?

- Процентом на 80 график выполняем. Однако дел невпроворот. Скажем, пока не нашли общего языка с клубами в части, касающейся стадионов. Свет, качество газона, пустые трибуны очень сильно влияют на картинку. Осенью исправить это не удалось. Но уже начали общаться, излагать клубам свои просьбы и требования. Не решили пока вопрос и с календарем.

- В смысле?

- Календарь чемпионата должен учитывать интересы телевидения. Так принято везде, где оно обеспечивает лигам серьезный доход. Есть математическая модель - но есть и ручная жеребьевка. Ясно, допустим, что осенью и весной в России нужно по возможности играть на юге. У нас же "Анжи" с "Зенитом" в августе играли в Махачкале, а в декабре - в Питере. При ручной жеребьевке все было бы наоборот. Краснодар, Махачкала, Грозный, Ростов, Владикавказ - эти города в холодное время обязаны получить приоритет. Но идея механической жеребьевки у нас пока преобладает.

То же самое относится к обязательному наличию в каждом туре суперматча, что сейчас бывает не всегда. И к сохранению интриги в конце чемпионата. В данный момент матчи между ЦСКА, "Зенитом" и "Анжи" уже сыграны, значит, развязка получится заочной. Представляете боевик, в котором схватка главных героев происходит в середине фильма? Кто на такой пойдет? А должно быть по-другому: на последних минутах добро и зло встречаются на заброшенном заводе, с цепями, арматурой и оголенными трансформаторами... Вот на такую интригу все захотят посмотреть.

Переносы матчей для участников еврокубков - тоже проблема. Пусть наши клубы лучше выступают в Европе - я только за. Но и внутренние интересы забывать нельзя, потому что снижается продаваемость футбольного продукта. Потребителям обещан товар в удобное время в назначенном месте - они должны его получить. А если центральные матчи играют в понедельник, это неправильно.

- Что скажете про петарды, взрывы, мат, странные матчи, технические поражения?

- Беда, что тут скажешь? СМИ подхватывают моментально, жареная тема. Для телепродукта - серьезный урон.

- Клубы готовы всерьез менять стадионную аудиторию с воинствующей на приносящую доход?

- Сложная, в чем-то политизированная тема. У меня есть личное мнение по этому вопросу, основывающееся на тех еще временах, когда на "Петровском" не было ни буйных фанатов, ни полных трибун. Мы приходили, болели. Теперь с удивлением узнаем иной раз, что кто-то делает заявления от лица болельщиков "Зенита". А мое поколение 40-летних - кто тогда? 13-летняя дочь, которую взял как-то на стадион, отправила эсмэску подруге: "Сижу на футболе, здесь ужасно". Будет очень жаль, если потеряем следующее поколение обычных болельщиков, не фанатов. В целом же, на мой взгляд, отношения клубов, лиг и зрителей должны отталкиваться от бизнеса, а не от ложного понимания социальной доброты.

Сейчас все ждут нового закона о спортивных мероприятиях. Что будет дальше? Неужели придут какие-то люди и скажут: "Есть новый закон, мы будем его за вас выполнять. Главное, ничего не делайте, а то устанете"? Само собой ничто по тарелкам не разложится. В собственном доме порядок нужно наводить самостоятельно. Те же кинотеатры не стали местом спокойного досуга, пока их владельцы не приняли к этому мер. Такого же подхода требует и футбол.

ПИРАТСТВО КОСМИЧЕСКИХ МАСШТАБОВ

- Как боретесь с телепиратством?

- Начали определенную работу в этом направлении. Честно говоря, не представлял масштабов. По нашим подсчетам, матч "Спартак" - ЦСКА, который не транслировался на бесплатном канале, собрал на пиратских сайтах, и то не на всех, 500 тысяч просмотров. То есть интерес к футболу есть, но он утекает мимо нас. Проблема зафиксирована, как бороться с ней, понимаем, программа действий существует. Осталось прояснить некоторые технологические моменты и начать борьбу. Вот только приступить к ней, не предлагая разумной альтернативы, неправильно.

Сейчас можно официально посмотреть матчи в интернете за деньги. Но у "НТВ-плюс", который предлагает такую услугу, при просмотре одной из центральных игр как-то рухнул сервер - не хватило мощности. Это не очень хорошая альтернатива пиратству. Ценовая политика, наверное, тоже требует корректировки: 75 рублей за один матч в сети - не слишком гуманно, на мой взгляд, если месячный ТВ-пакет всего лишь в два раза дороже. Наконец, сезонное или месячное предложения для интернета отсутствуют вовсе, хотя многих они наверняка заинтересовали бы.

- А для мобильных платформ такое предложение есть?

- Да. Весь сезон можно купить за 300 рублей. И матчи, и нарезки, и аналитику. Иногда удобно, сидя на трибуне, смотреть игру параллельно, хотя бы в плане повторов. Но тут нужно решать вопрос с пропускной способностью и скоростью работы сотовых сетей. Одним словом - работы много.

- Когда убирали центральные матчи туров на платный канал, давление чувствовали? Никто не говорил вам, что намутили?

- Давление было. Общественное мнение, опросы, высказывания...

- Этот вопрос решался в бизнес-плоскости?

- Не только. Хотя здесь все очевидно: если футбол - товар, то его надо продавать за деньги.

- Время бесплатного показа матчей, 13.30, соответствует рейтингам футбола?

- По моим данным, до начала футбола и после него рейтинги были ниже, чем во время футбольной трансляции. Это позволяет надеяться, что мы уговорим руководство НТВ сдвинуть время показа на 16.00.

□ **Евгений ДЗИЧКОВСКИЙ**