



## Анна КРЕМЕНЕЦКАЯ, соучредитель компании «Мастер решений»:

### «В ПЛАНАХ ЕСТЬ ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ»

**Э**фирные телеканалы являются крупнейшими потребителями аудиовизуальной продукции на рынке кинодистрибуции. Продажа прав на показ фильмов в телеэфире всегда была важным источником дохода российских продюсеров и дистрибьюторов. Тщательный анализ рынка показал нехватку качественного контента на региональном телевизионном рынке России. Компания «Мастер решений» уверенно заняла устойчивую позицию в этой нише и предлагает своим партнерам контент нового уровня. О дистрибуции и проблемах регионального телевидения, креативном контенте и об итогах конференции «Перспективы развития регионального рынка телевидения» читателям НСМИ рассказала соучредитель компании «Мастер Решений» Анна КРЕМЕНЕЦКАЯ.

— Расскажите о вашей компании. В чем особенность рынка, на котором она работает?

— «Мастер решений» занимается дистрибуцией контента на региональном телевизионном рынке России. Мы продаем художественные, документальные, анимационные фильмы, сериалы и ТВ-шоу в формате готовой сетки региональным каналам, у которых практически нет возможности работать с крупнейшими правообладателями напрямую. Речь, естественно, идет как о зарубежных мейджорах, так и о крупнейших российских производственных компаниях. Наша особенность заключается в том, что мы проанализировали рынок и сделали работу над ошибками существующих игроков. Мы даем региональным вещателям эксклюзивный контент, премьеры, раскрываем для них новые каталоги.

— В чем ваше отличие от основных конкурентов?

— Во-первых, мы заранее предоставляем сетку – минимум за полтора месяца, и уже сейчас сетка закуплена на 70% до конца года. Почему это важно? Каналы могут заранее планировать эфир, делать качественное промо и успевают продавать свой эфир

#### PROFILE

КРЕМЕНЕЦКАЯ Анна

- ☞ **Отрасль:** Телевидение
- ☞ **Место работы:** «Мастер решений»
- ☞ **Должность:** Соучредитель, с ноября 2013 года
- ☞ **Образование:** Институт психологии и педагогики
- ☞ **Семья:** Замужем
- ☞ **Дата рождения:** 27 апреля 1981 года

рекламодателям – делать пресейл. Во-вторых, мы отправляем носители значительно раньше, чем конкуренты. Также мы предлагаем форматы HD и 16X9. Что касается самого контента, то мы стараемся поднять его качество на совершенно новый уровень. Так, мы впервые открыли для регионов права на показ фильмов Федора Бондарчука – таких как «Обитаемый остров» и ЖАРА. В ближайшее время зрители наших региональных партнеров увидят американское реалити-шоу «Значит, ты умеешь танцевать?». Это абсолютный хит с участием профессиональных танцоров, звезд шоу-бизнеса и обычных людей.

— Почему вы решили заниматься дистрибуцией и

проблемами регионального телевидения?

— Расчет очень простой: сейчас на рынке более 1 000 региональных телеканалов. Только 100 из них имеют собственное программирование – остальные же являются сетевыми партнерами эфирных каналов. Благодаря первому и второму мультиплексу у большинства эфирных каналов появится возможность охватить всю территорию РФ и без помощи региональной сети. Таким образом, с переходом на цифровое вещание локальные каналы могут остаться без эфирного контента. Чтобы продолжать вещание, придется решать эту проблему. Самостоятельное выстраивание цепочки закупок потребует от каналов больших инвестиций, которые целесообразнее пустить на вступление в третий мультиплекс, а закупки отдать на аутсорсинг. Наша компания инвестирует в премиальный контент уровня федеральных каналов. Мы очищаем права на всю Россию, а наш региональный партнер – только на свою территорию. Таким образом, эта схема вполне вписывается в бюджет региональных вещательных компаний.

– **Что происходит на этом рынке? Появляется ли новый контент?**

– Мировой рынок контента бурно развивается, появляются новые интересные форматы. Мы, условно, присутствуем на всех крупнейших кинорынках, включая Mircom и другие. Но в работе с регионами важно другое. Мы пытаемся переломить ситуацию, когда контент на регионы приходит по остаточному принципу, то есть все самое лучшее забирают эфирные каналы, а регионы довольствуются тем, что осталось.

– **Есть ли в ваших планах производство контента для региональных каналов?**

– У нас есть принципиальная позиция: мы не хотим производить продукт, который регионы могут сделать самостоятельно. Именно в этом их конкурентное преимущество – производстве локального контента, который интересен аудитории и рекламодателю. В планах есть некоторые по-настоящему глобальные проекты. Если мы начнем собственное производство, то только на основе интересной концепции, объединяющей потенциалы всех наших партнеров. Более подробно о них еще рано говорить, они на стадии разработки.

– **У кого вы приобретаете контент? Расскажите о кустарном, но креативном контенте?**

– «Мастер решений» работает напрямую с крупнейшими зарубежными мейджорами – такими как ITV, Dream Works, и российскими – такими как «Изюм», «ДТ Продакшн», «Парадиз», Art Pictures, «Профит» и другими. Более того, ведутся переговоры с компанией «Двадцатый Век Фокс», которая ранее не сотрудничала с российскими региональными телеканалами. Наша работа как раз заключается в том, чтобы как можно дальше увести региональные каналы от имиджа «кустарного» производства и контента. Каналы должны привлекать аудиторию, которая привыкла к качественной картинке.

– **Что предпочитают каналы? Что нравится больше?**

– У каждого канала есть некоторые отличия в позиционировании, это зависит от специфики предпочтений наиболее аффилированной

группы аудитории для каждого отдельного канала. Большинство из них предпочитают много хорошего кино и сериальных линейек для поддержания зрительского интереса. Предпочтения канала во многом определяют жанры, прописанные в их лицензии на вещание. Наша сетка дает такую возможность – это разножанровый продукт с акцентом на кинопоказ.

**PROFILE**

- ☞ **Название компании:** «Мастер решений»
- ☞ **Дата основания:** Сентябрь 2012 года
- ☞ **Направленность:** Дистрибуция контента
- ☞ **Слоган:** Профессиональные решения для вашего телеканала
- ☞ **Количество сотрудников:** 10
- ☞ **Конкурентное преимущество:** Уникальный контент. Комфортные сроки предоставления материалов и сетки
- ☞ **Успехи:** Высокие темпы роста

– **Когда вы выйдете на самоокупаемость?**

– Мы динамично развиваемся. Планируем выйти на самоокупаемость уже к концу этого года.

– **Какова ситуация на рынке регионального телевидения? Каковы итоги конференции «Перспективы развития регионального рынка телевидения»?**

– Каналы волнуются в связи с переходом на цифровое вещание и запуском мультиплексов. Они делают попытки освоения других платформ, пытаются развивать самостоятельное вещание и собственное программирование, поскольку это обязательное условие для вхождения в третий мультиплекс. Некоторые идут в спутниковые пакеты, и перед ними встает проблема очищения прав на всю территорию покрытия спутникового сигнала. В связи с этой тревожной ситуацией мы провели конференцию «Перспективы развития регионального телевидения», на которую пригласили представителей Минкомсвязи, крупнейших операторов, производителей контента. Региональные вещатели обсудили насущные проблемы взаимодействия на рынке и его дальнейшего развития. Основными итогами этого мероприятия

можно считать то, что были озвучены «болевы» точки перехода на цифровое вещание для региональных каналов. Основные опасения связаны с финансовой стороной вопроса – стоимостью услуг связи и взносом за участие в конкурсе на попадание в состав третьего мультиплекса.

Другой важный момент – это освоение новых платформ для передачи сигнала. В этой связи региональным вещателям важно понимать специфику и ожидания телевизионных операторов. Очень важен диалог. Все участники конференции неоднократно подчеркивали важность качественного контента как определяющего фактора успешности канала.

Прогнозы по развитию регионального ТВ можно будет делать после ясности с условиями вступления в третий мультиплекс. Грядущий переход на цифровое вещание дал мощный импульс для развития региональных вещательных компаний. Мы видим, что многие из них открывают каналы в кабеле в качестве тестовой площадки и активно пробуют свои силы в собственном программировании. Таким образом, нас ожидает появление большего количества региональных каналов с собственным программированием. Те из вещателей, которые подходят к этому вопросу профессионально и стараются сделать качественный продукт, уже сейчас добиваются увеличения доли телесмотрения в своем регионе. Не исключено, что данный тренд повлияет и на общую долю регионального ТВ.

– **Каковы ваши дальнейшие планы?**

– В планах нашей компании расширение сети региональных каналов. Мы хотим создать единую площадку для монетизации медиа ресурсов, входящих в эту сеть. То есть не просто предлагать региональному рынку качественный контент и программирование, но также помогать в продажах, привлекая к сотрудничеству рекламные агентства, и внедрять синдикативное производство. Это позволит участникам сети пользоваться целым рядом дополнительных возможностей по продажам, продвижению и контенту.