

Operatorzy powinni zacząć zarabiać na IPTV!

(cz. III)

Chcesz wdrożyć w swojej sieci usługę TV, ale nie przekonały Cię dwa poprzednie artykuły od dostawcy rozwiązania TVIP? W trzeciej części artykułu dotyczącego IPTV znajdziesz najważniejsze informacje, jak w prosty sposób zostać operatorem oferującym usługę telewizyjną. Przekonaj się, że Ty także możesz wreszcie zarabiać na IPTV.



Artur Stefanovic, Etanetas: Kontynuując opisywaną materię, tym razem zwróciliśmy się do ekspertów w tej dziedzinie na polskim rynku IPTV z prośbą o najważniejsze rady dla MiSOT-ów.

Gabriela Wolsza, firma doradca Brightspot: Operatorzy, którzy zamierzają świadczyć usługi

telewizji bez zewnętrznego wsparcia, po podjęciu odpowiednich kroków prawnych, mogą w stosunkowo krótkim czasie zacząć oferować je abonentom.

Rozpoczęcie świadczenia usług telewizji powinno poprzedzać zawarcie dwóch typów umów licencyjnych. Do pierwszej kategorii należą umowy z nadawcami, na podstawie których operator uzyskuje uprawnienia do rozprowadzania w swojej sieci sygnału obejmującego kanały telewizyjne. Do drugiej należy umowa licencyjna z odpowiednią organizacją zbiorowego zarządzania prawami autorskimi, umożliwiającą reemisję chronionych prawem autorskim utworów nadawanych w ramach programów.



Łukasz Biedroński, Fundacja Nasza Wizja: Własna usługa telewizyjna jest w zasięgu każdego MiSOT-a. Wręcz powiedziałbym, że model usługowy od strony formalnej jest bardzo prosty, o ile podejmiemy do tematu z rozwagą oraz rozłożymy etapy rozwoju usługi na miesiące, a nawet lata.



dostępna w reemisji bez opłat, stąd można przyjąć, że pierwszy pakiet 60–70 programów MiSOT można pozyskać bez opłat reemisyjnych – jako baza do dalszego rozwoju. Warto wspomnieć, że taki pakiet może być z powodzeniem udostępniany nawet dla 30–40% abonentów.

Każdy z nadawców ma swój dział dystrybucji, należy się do każdego zwrócić z zapytaniem o ofertę, opcjonalnie MiSOT może zwrócić się do Fundacji Nasza Wizja, która to cały proces negocjacji oraz podpisywania umów może wykonać dla operatora, bazując na wieloletnich doświadczeniach oraz relacjach z nadawcami.

A.S.: – Na co operatorzy powinni zwrócić uwagę, aby całe wdrożenie przebiegło sprawnie i jak najmniejszym nakładem kosztów?

Niezbędne licencje

G.W.: – Zarówno umowy licencyjne z nadawcami, jak i te zawierane z OZZ powinny być skrojone na miarę potrzeb konkretnego operatora: dostosowane do skonstruowanej oferty, a przede wszystkim do technologii, w jakiej zamierza on świadczyć usługi telewizji. Jeśli chodzi o pakiety telewizyjne, na ich zawartość ma wpływ zasada must carry, nakładająca na operatorów obowiązek rozprowadzania w zarządzanych przez nich sieciach kanałów: TVP1, TVP2, Polsat, TVN, TV4, TV Puls wraz z odpowiednim, regionalnym kanałem TVP. Po stronie nadawców tych programów lustrzanym odbiciem tego zobowiązania jest zasada must offer: nie mogą odmówić operatorom zgody na rozprowadzanie tych kanałów ani pobierać z tytułu ich reemisji opłat. Warto pamiętać, że obowiązek udzielenia zgody przez nadawcę nie zwalnia operatora z konieczności jej pozyskania, właśnie w drodze zawartej umowy licencyjnej.

Obecnie atrakcyjność oferty operatora związana jest nie tylko z liczbą kanałów, ale także z dostępnością usług dodatkowych, szczególnie nielinowych, takich jak Catch-up, nPVR czy Start Over. Jeżeli operator jest zainteresowany ich świadczeniem, należy zadbać, by umożliwiające to zapisy umowne znalazły się w uzyskanej od nadawcy licencji na reemisję.

Co jeszcze będzie potrzebne?

G.W.: – Kolejnym etapem jest wpis do rejestru programów rozprowadzanych, prowadzonego przez Przewodniczącego KRRiT, dla kanałów, do których reemisji operator uzyskał uprawnienia. Wniosek o taki wpis powinien zostać złożony najpóźniej miesiąc przed zaoferowaniem usług telewizji z wykorzystaniem tych kanałów. Jednakże w przypadku usług TVIP ma zastosowanie właściwe dla operatorów sieci kablowych początkowe zwolnienie z obowiązku zgłoszenia rozprowadzania kanałów. Obowiązek ten aktualizuje się dopiero w chwili, gdy liczba indywidualnych odbiorców programów przekroczy 250.

Zacznijmy od podstaw

Ł.B.: – Często w kontaktach z operatorami tworzącymi swoje pierwsze pakiety odnosimy wrażenie, że chcą budować usługę TV, spełniając swoje prywatne oczekiwania, lub utworzyć kopię obecnych pakietów (od operatorów umów 3-stronnych), co jest oczywistym błędem. Przy potencjalnie małej liczbie abonentów lub wręcz przy ich braku w pierwszym kwartale wprowadzenia usługi telewizyjnej kluczowym czynnikiem stają się koszty stałe, w głównej mierze uzależnione od podpisanych umów, co przekłada się oczywiście na liczbę programów dostępnych w pakietach.

Każde działanie twórcze w kontekście tworzenia nowych usług powinno być poprzedzone badaniem zapotrzebowania klientów, określeniem głównej grupy odbiorców oraz dość gruntowną analizą finansowo-budżetową, której wynikiem powinna być między innymi wstępna pakietyzacja programów telewizyjnych.

Pakietyzacja to konieczność

Ł.B.: – Proces zawarcia z nadawcami umów na reemisję programów w sieci kablowej nie jest skomplikowany, o ile dokładnie wiemy, jaki efekt pakietyzacji chcemy osiągnąć – wręcz jest to jeden z ostatnich kroków do stworzenia gotowej usługi.

Nie jest żadną tajemnicą, że przychodząc do większego nadawcy bez klientów, nie otrzymamy dobrych warunków, stąd niektóre programy czy też szczególnie pakiety premium powinniśmy w początkowym etapie przesuwać do poczekalni, wszak pierwotnym celem winno być zaspokojenie potrzeb najszerzych grup docelowych.

„Zacznij od mniejszych pakietów, tańszych w zakupie – zbierz więcej klientów – rozszerzaj co jakiś czas pakiety o nowe programy – twórz pakiety rozszerzone – uruchamiaj kontent premium”.

Zdecydowana większość kanałów o ponadprzeciętnej oglądalności jest



Na koniec należy zweryfikować stosowane wzorce umów i regulaminów świadczenia usług telekomunikacyjnych pod kątem usług telewizyjnej. Możliwość dalszego rozwijania oferty telewizyjnej, bez konieczności zawierania aneksów w przypadku zmian w zawartości pakietów, daje wprowadzenie podziału na programy gwarantowane, do których udostępniania operator będzie zobowiązany przez cały okres obowiązywania umowy, oraz niegwarantowane, a zatem zastępowalne, rotujące.

Pora na sygnał

Ł.B.: – Można zbudować swoją własną stację czołową, jednak wydatki w tym zakresie wydają się w obecnych czasach bezpodstawne. Liczba stacji czołowych w naszym kraju jest tak duża, że praktycznie w każdym mieście znajdzie się co najmniej jedna. Można zwrócić się do właściciela z prośbą o udostępnienie strumieni w technologii IP lub skorzystać z usług jednego z CDN (Content Delivery Network) gromadzących strumienie programów bezpośrednio od wszystkich nadawców w jednym miejscu. Niewątpliwie zaletą pozyskania strumieni telewizyjnych z CDN jest ich jakość, co oczywiście daje MiŚOT-om przewagę przy świadczeniu usługi IPTV nad innymi tradycyjnymi technologiami, np. DVB-T.

To wszystko?

Ł.B.: – Oczywiście nie, pozostają aspekty techniczne oraz prawne, które trzeba poznać i przygotować przed rozpoczęciem świadczenia usługi. Od strony formalnej pozostaje jeszcze pozyskanie EPG. Treści można pozyskać na kilka sposobów, jednak warto zwrócić się do jednej z firm udostępniających odpłatnie profesjonalne opisy, po to aby usługa końcowo była na wysokim poziomie w odbiorze przez klienta.

* * *

Usługi Brightspot i Naszej Wizji skutecznie uzupełniają elastyczne i łatwe do wdrożenia techniczne rozwiązania oferowane przez TVIP i ich dystrybutora firmę Etanetas.



W czwartej części cyklu „Operatorzy powinni zacząć zarabiać na IPTV!” podzielimy się informacjami opisującymi praktyczne wdrożenie TVIP u jednego z polskich operatorów.

Zapraszamy do kontaktu z Etanetas:

- TMS – system do zarządzania (można pobrać wersję demo): <https://tms.tviplabs.com/en>
 - Opis i parametry dekodów: <http://tvip.tv/en/media-center>
 - Polska dystrybucja boxów: <http://xbest.pl/index.php?k433,iptv-android-tv-dvb-c-stb-dekodery>
 - Formularz zamówienia usługi w Polsce: <https://bitrix.tvip.tv/pub/form/10/p0kshx/>
- Pytania i zamówienia można kierować także bezpośrednio:

Artur Stefanowicz
e-mail: tvip@etanetas.lt, tel.: +48 22 1530553

Źródło: ICT Profesional.
Artykuł sponsorowany