



Budoucí revoluce v multimedialním světě

Marcel Procházka
*Director of
Regulatory Affairs & Strategy*

TV CON 2014
16. dubna 2014

Agenda

- ▶ Potenciál OTT služeb
- ▶ Jak k OTT přistupují televizní a internetové společnosti
- ▶ Jak dostat OTT služby na displeje diváků
- ▶ Efektivita OTT služeb a distribučních platforem



Mýty a realita televizního vysílání

Co se říká



Na „televizi“ se nikdo nedívá, vše je na Internetu

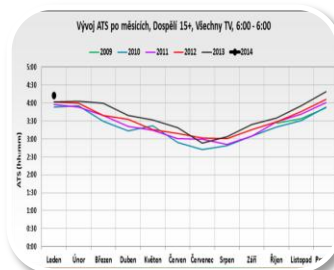


IPTV brzy nahradí pozemní příjem



LTE nahradí DVB-T síť

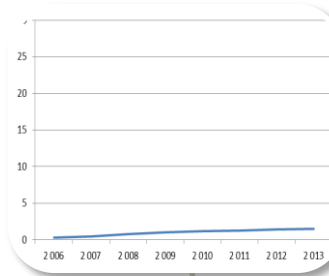
Jaká je realita



Doba sledování TV:
1/2014 – 4:13 / den
1/2009 – 3:50 / den

Internet:
2012 – 2:30 min / den

Zdroj: ATO/ Mediaresearch 2013, STEM/MARK 2012



IPTV dnes využívá
1.5% domácností

Start O2 TV v 2006

Zdroj: ATO/MediaResearch 2013

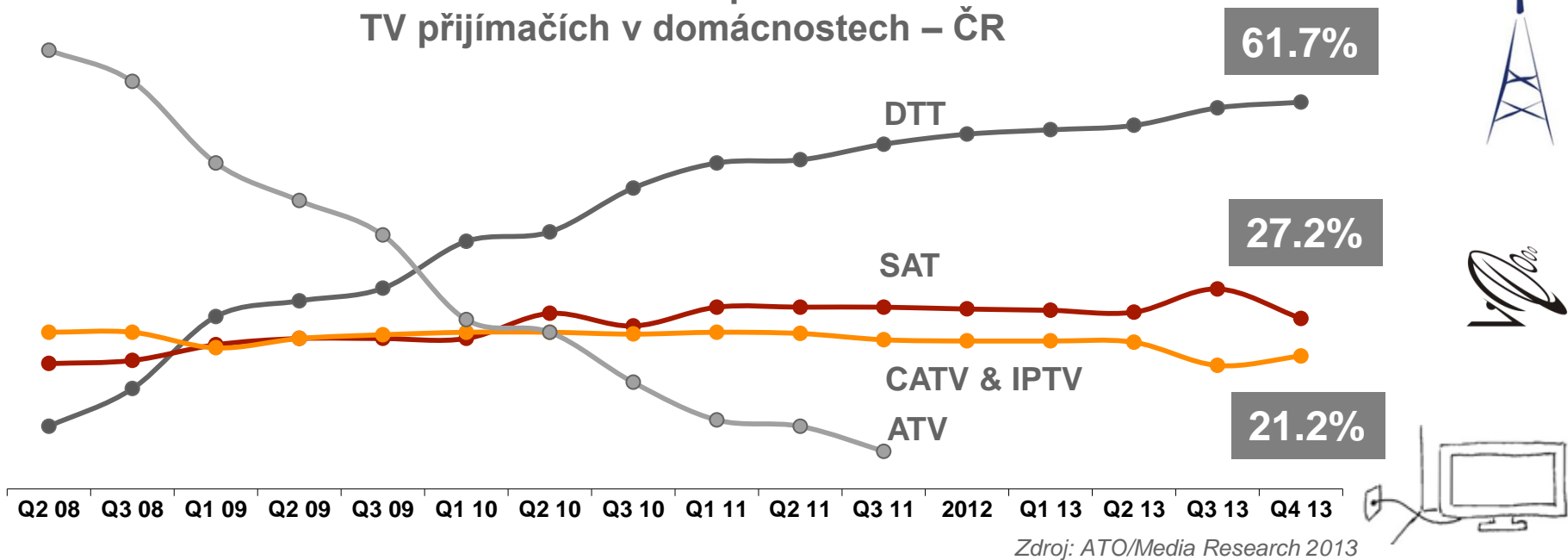


DVB-T
27 vysílačů – 99.9% pokrytí

LTE
~5 000 eNodeB – 99%
eMBMS 10 MHz=max.17Mb

Zájem diváků o TV příjem prostřednictvím terestriky roste

Penetrace distribučních platform na všech TV přijímačích v domácnostech – ČR



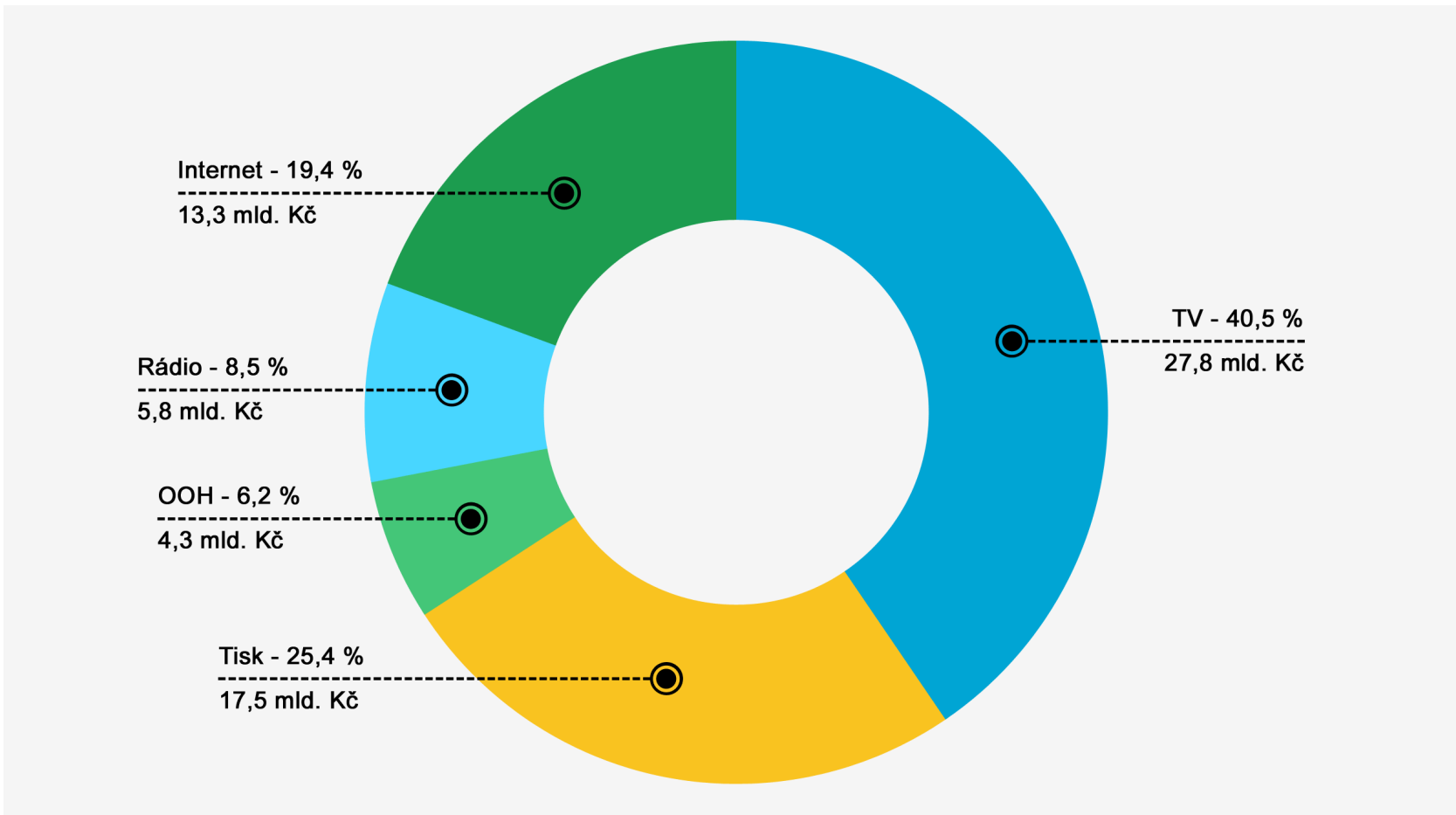
Bezplatná platforma

Celoplošné pokrytí

Programová nabídka

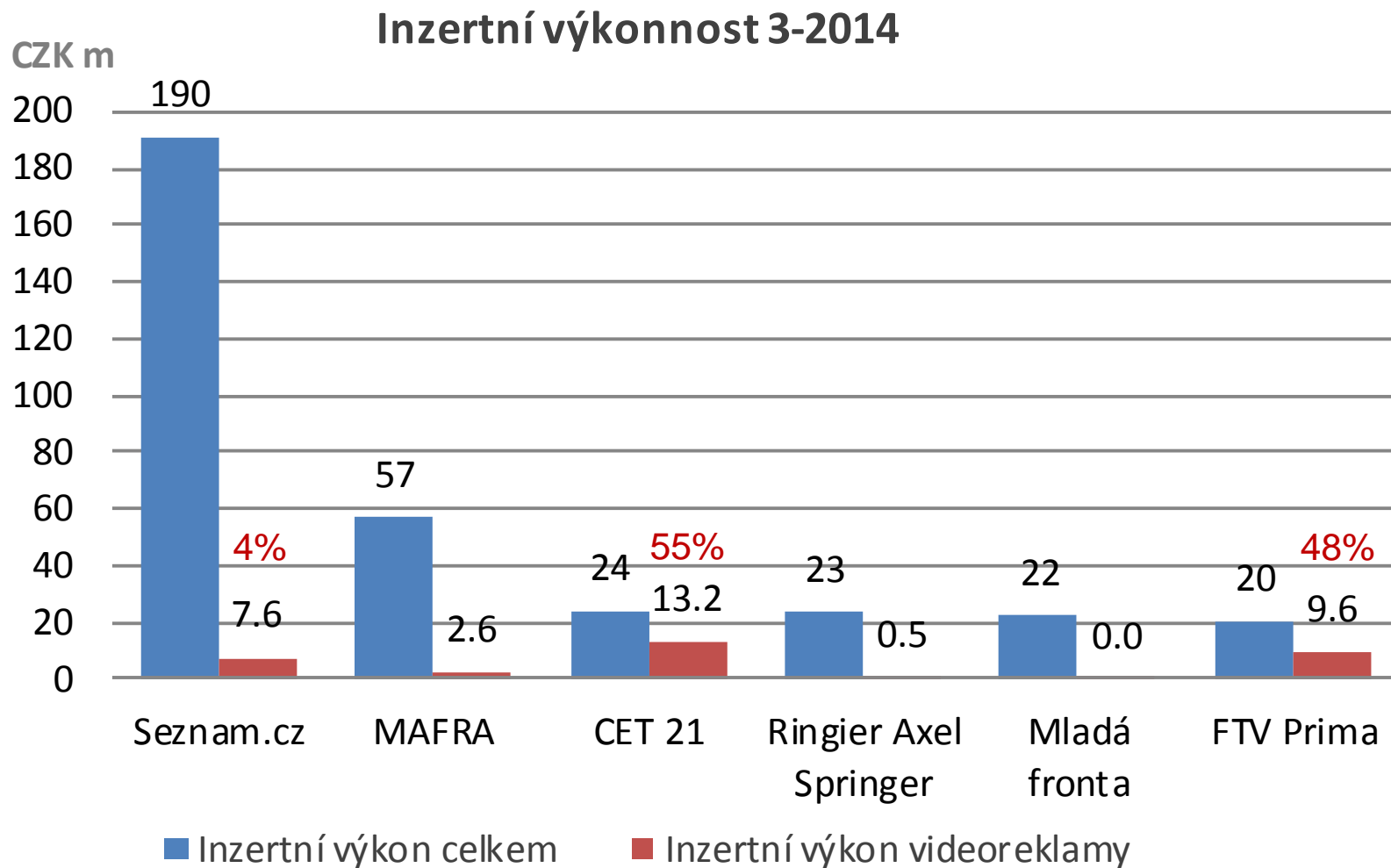
Snadný příjem

Reklama v TV si udržuje svůj podíl Internet roste na úkor tisku a rozhlasu



Zdroj: SPIR 2013

TV Nova a Prima generují nejvyšší inzertní výkon oblasti internetové videoreklamy



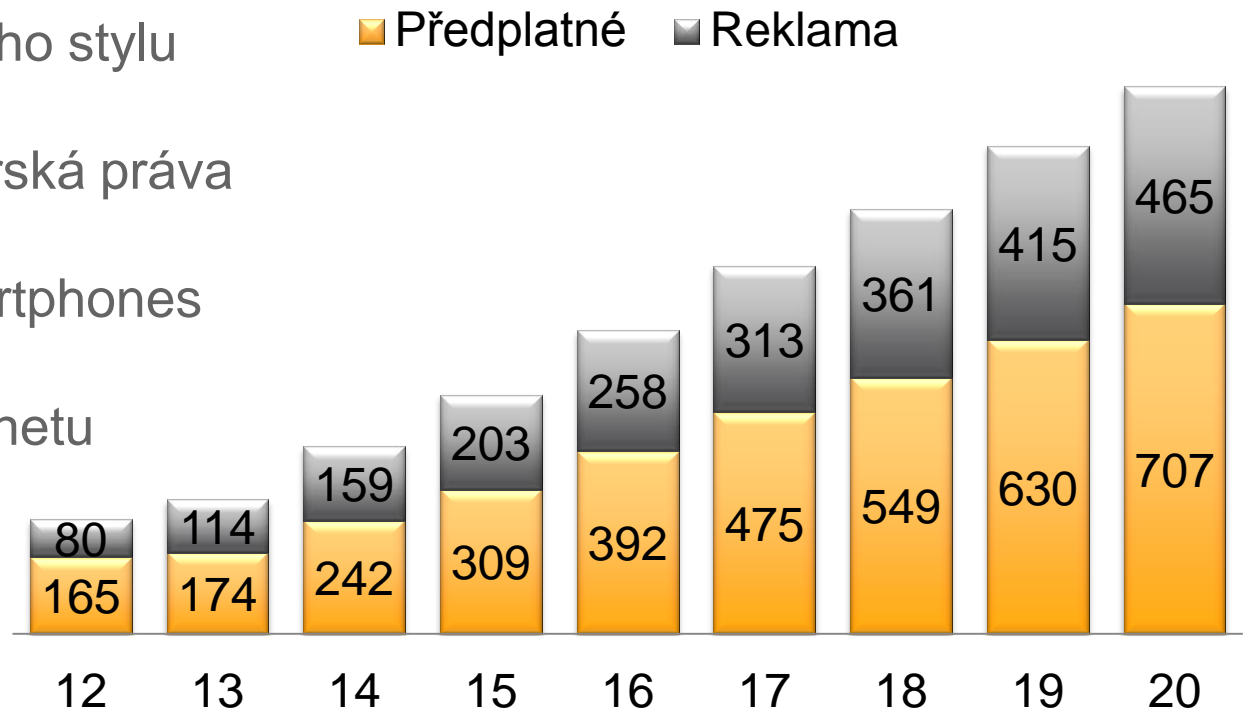
Zdroj: Mediaresearch AdMonitoring 03/2014

Potenciál růstu výnosů z OTT služeb je významný, ale téměř z nulového základu

Hlavní faktory růstu OTT

- ▶ Změna životního stylu
- ▶ Obsah & autorská práva
- ▶ Tablety & smartphones
- ▶ Přístup k Internetu
- ▶ LTE

Odhad růstu v ČR



Zdroj: iDate, průzkum CRa

Televize je mrtvá, říkají internetoví lídři, již mnoho let...

- ▶ Co je vlastně televize?
 - ▶ Je to obrazovka?
 - ▶ Nebo způsob doručování lineárního obsahu?
- ▶ Reálné aktivity internetových firem jsou však jiné než prohlášení lídrů
 - ▶ Snaha dostat se na TV obrazovku prostřednictvím IP
 - ▶ Snaha vytvářet a vysílat lineární obsah pro všechny typy zobrazovačů
- ▶ Budoucí potenciál internetových společností v oblasti OTT je významný
 - ▶ Provázání OTT s internetovými službami
 - ▶ Zkušenost s aplikačním vývojem
- ▶ Co brání rychlejšímu rozvoji OTT služeb
 - ▶ Nízká penetrace a fragmentace „Smart TV“ trhu
 - ▶ Nevhodná internetová infrastruktura
 - ▶ Porodní bolesti při výrobě nebo akvizici obsahu

Televizní společnosti investují do OTT značné prostředky, vyplatí se?

- ▶ Eliminace propadu TV reklamního trhu – zdroj nových výnosů z Internetu
- ▶ Pomalý rozjezd OTT služeb
 - ▶ Nedostatek kvalitního obsahu
 - ▶ Technologické komplikace
 - ▶ Obchodní model
 - ▶ Nevhodná internetová infrastruktura
- ▶ Silné stránky televizních společností
 - ▶ Dobrá znalost diváka
 - ▶ Dlouhodobý vztah s poskytovateli obsahu
 - ▶ Synergie s lineární TV

 iVysílání

 VOYO

 nova PLUS

 Prima PLAY

Pilotní HbbTV aplikace vygenerovala vyšší click rate než dlouhodobě budovaný web televizní společnosti



Optimalizace distribučních nákladů je zásadním předpokladem pro úspěch doručování jakéhokoli obsahu

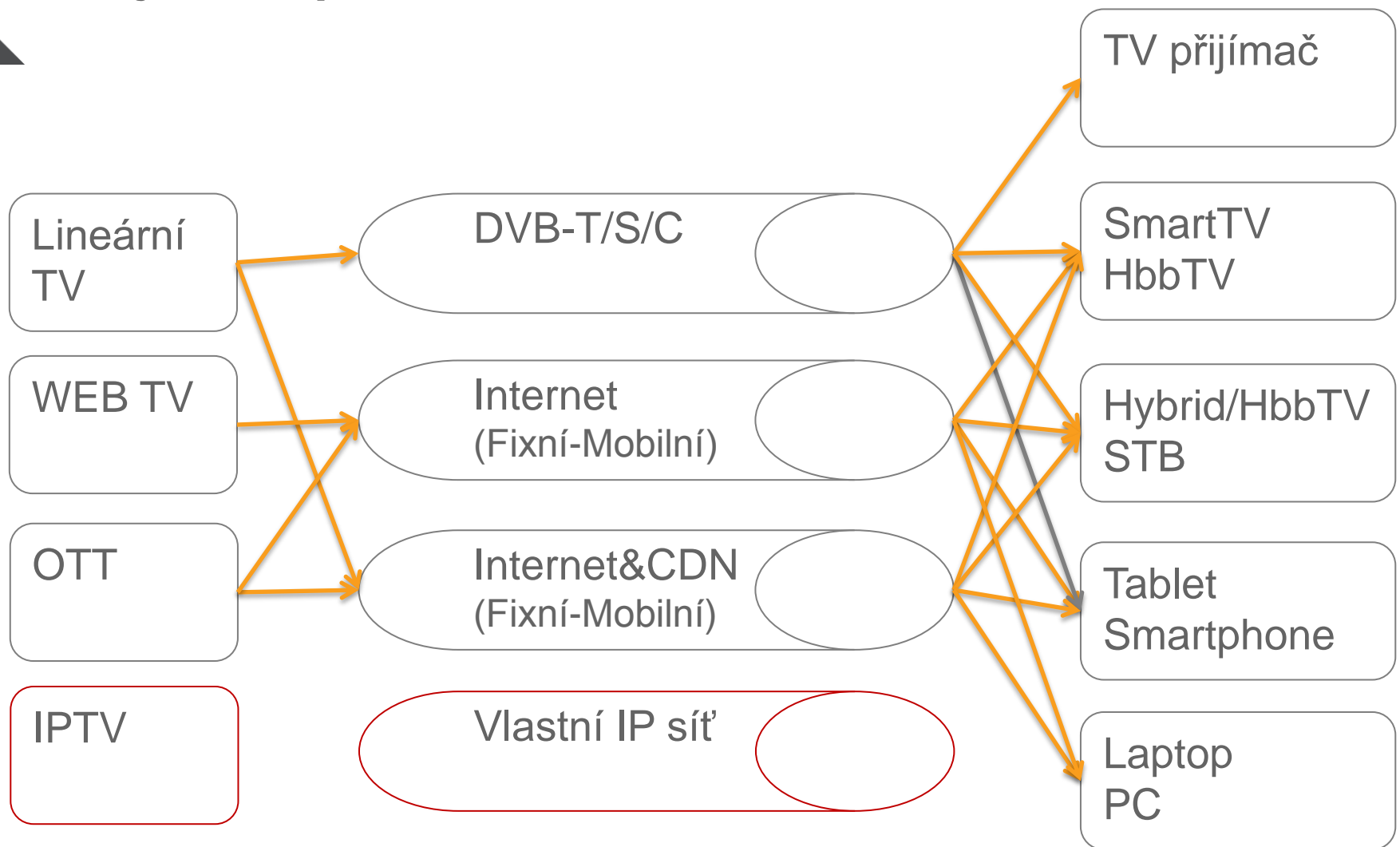
▶ Příklad BBC

Distribuce	Lineární TV	I-player
Sledovanost	98 % Věková skupina 16-24: 91%	2 % Věková skupina 16-24: 9%
Náklady na distribuci	88%	12%

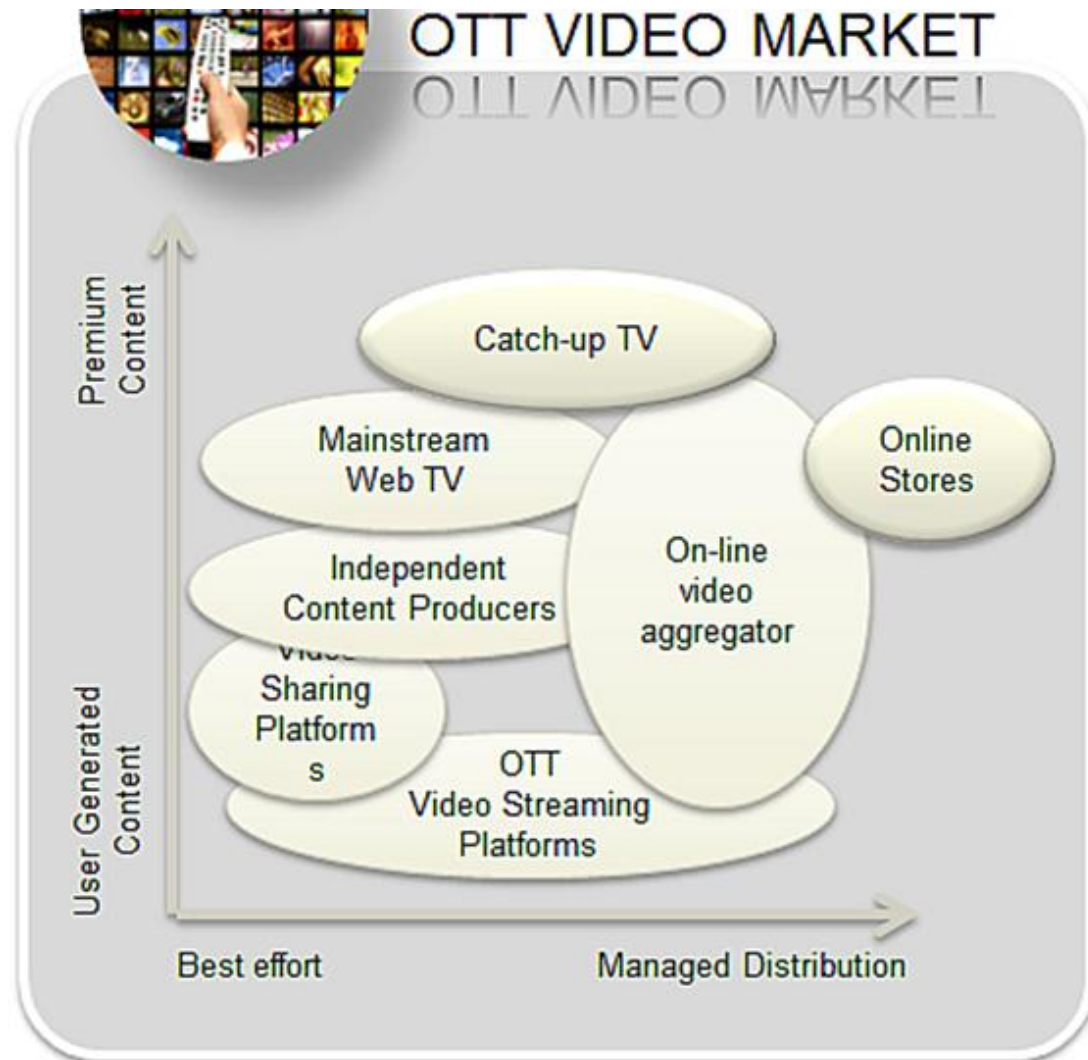
▶ Co zaznělo na konferenci DVB World 2014

- ▶ Watched live TV - **93%**
- ▶ Time Shift/Catch Up – **5%**
- ▶ True On Demand – **2%**
- ▶ EBU forecasts for 2020 show linear TV will still account for **82%** of viewing

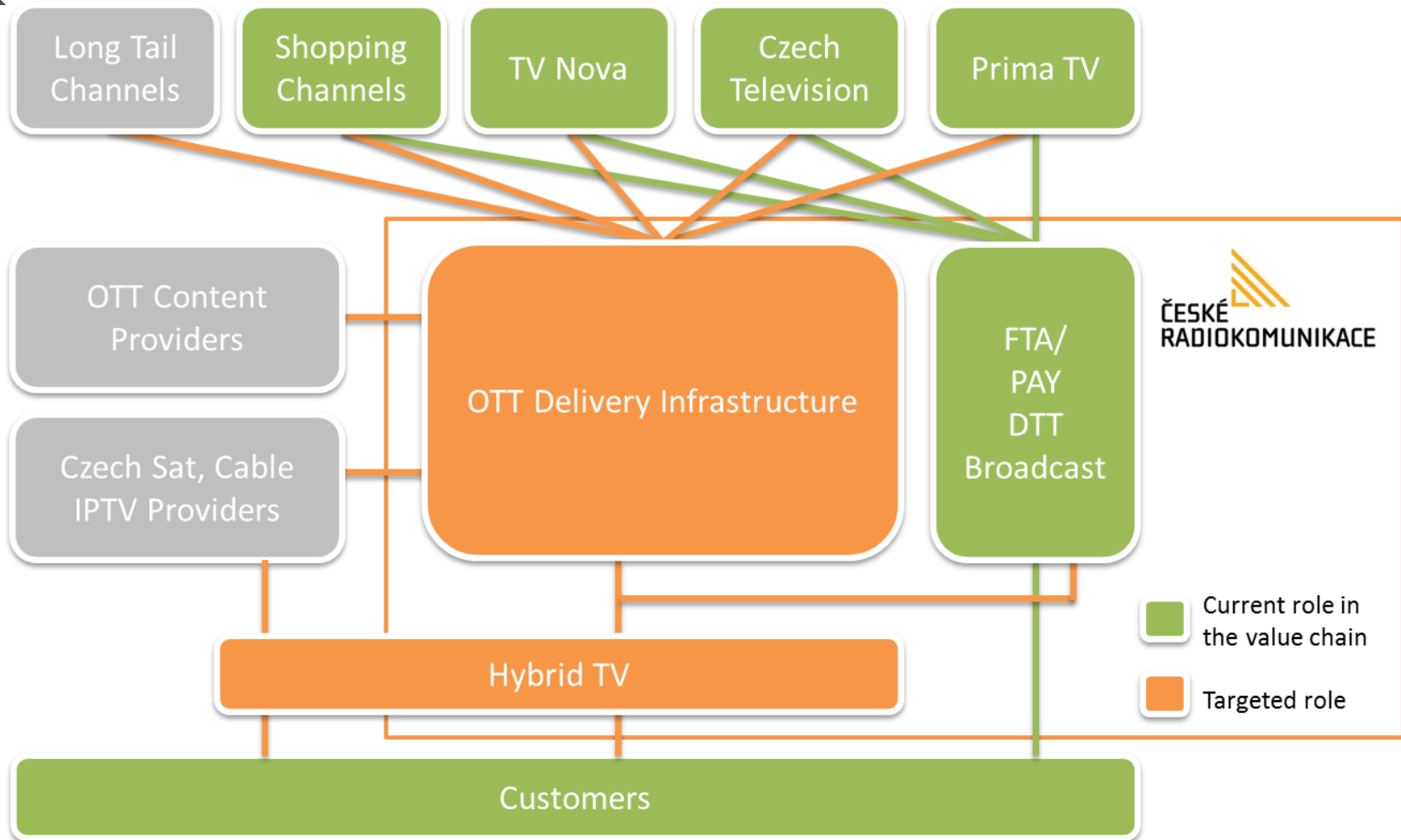
Distribuce obsahu je a bude nákladovou položkou. Kdo ji bude platit?



Distribuci prémiového obsahu nelze zajistit prostřednictvím Best Effort služby



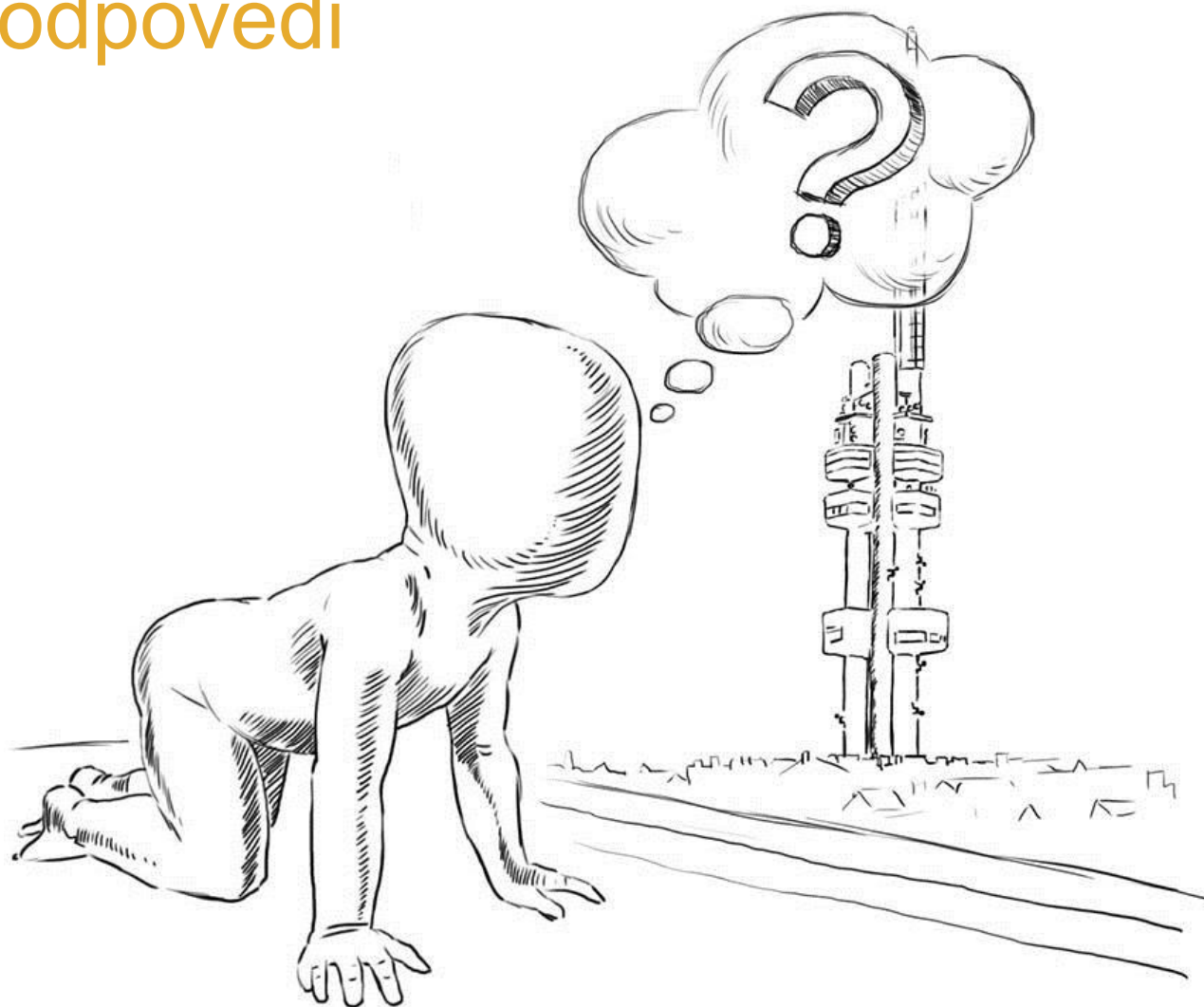
ČRa rozšiřují distribuční platformu o End-End OTT řešení

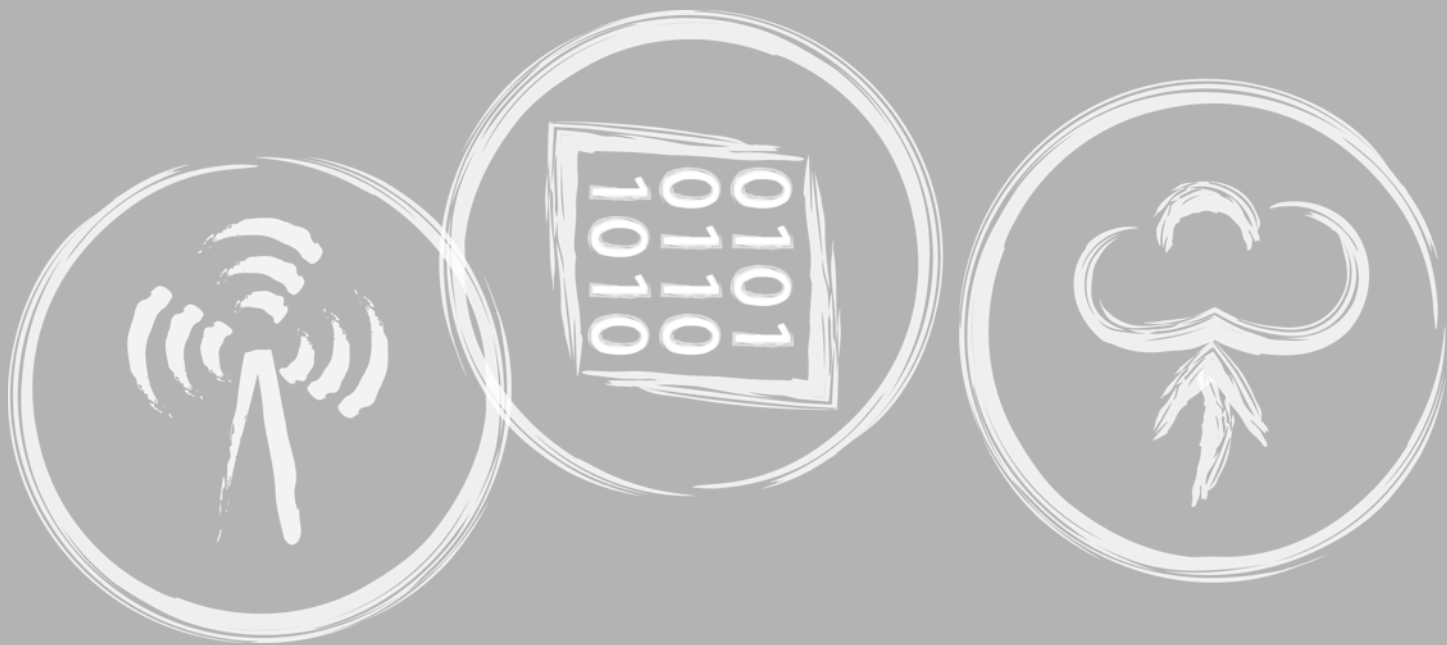


Televize a Internet se učí spolu žít a vzájemně využívat své silné stránky

- ▶ Významný potenciál internetových video služby ve spojení s lineární TV
- ▶ Pozemní příjem využívá více jak 60% domácností v ČR; budoucí migrace na DVB-T2 je příležitostí pro rychlý rozvoj moderních OTT služeb
- ▶ HbbTV je nejjednodušší a nejrychlejší způsob pro doručení základního OTT obsahu na mass market
- ▶ Náklady na OTT služby a distribuci lze snížit hlavně prostřednictvím sdílené infrastruktury

Otázky a odpovědi





Děkuji za pozornost

