

«МЫ ПОШЛИ К ПИРАТАМ И СКАЗАЛИ: ЛИБО МЕНЯЕТЕ ПЛЕЕРЫ И ЗАРАБАТЫВАЕТЕ, ЛИБО ЗАКРЫВАЙТЕСЬ»

О том, как легализация пиратского видео влияет на развитие всей индустрии видеорекламы, в интервью «Деньгам» рассказал АРМЕН ГУЛИНЯН, гендиректор Pladform — крупнейшей российской системы дистрибуции легального видеоконтента в рунете.



Можно сказать, что легализация пиратского просмотра была одним из драйверов для развития всего рынка видеорекламы?

— Да, это было драйвером роста Pladform. Дело в том, что у пользователей нет стремления смотреть видео на какой-то конкретной площадке, ему интересен сам контент. Мы решили размещать плеер там, где пользователь привык потреблять видео. То есть мы пошли к пиратам и сказали, что либо они меняют плееры и зарабатывают, либо не меняют и закрываются.

У меня лично нет доказательств, что потребление пиратского контента настолько большое, как все говорят. То есть я не считаю, что, решив вопрос с пиратством, мы кардинально поменяем рынок и можно будет сидеть и расслабляться. Понятно, что пиратство есть, что с ним надо бороться, но это не говорит о том, что больше ничем заниматься не придется.

— Крупные бренды соглашаются на показ рекламы на пиратских сайтах, которые поменяли плееры?

— Мы конкретно с этим не сталкивались, но я знаю, что были разные мнения на эту тему. Можно провести аналогию с телевизором: никто же не говорит о его окружении. В эфире показывается лицензионный контент, а где телевизор размещается и какое у него окружение, никого не волнует.

Точно так же с плеерами: там есть контент, он лицензионный, в этом лицензионном контенте показывается реклама, и все участники этой цепочки зарабатывают деньги. Я не говорю, что мы защищаем пиратов, просто часть этих ребят очень умело и талантливо работают с трафиком и с ними можно сотрудничать. Инвентарь таких площадок можно использовать, зарабатывать деньги. Мне кажется, это более эффективный путь к тому, чтобы выйти на больший уровень видеопотребления. Зачем закрывать площадку и потом думать, как нарастить трафик, если наш способ позволяет добиваться результата быстрее.

— Вы довольны результатами показа рекламы в «ВКонтакте»?

— Селлеры довольны, мы не отслеживаем показатели. Наша задача — обеспечить инвентарем. Но сейчас отзывы хорошие, потому что в 2016 году Gazprom-Media Digital выпустил продукт, который позволил подключить соцдем данные «ВКонтакте», и это увеличило эффективность рекламы, рекламодатель может таргетировать видеорекламу.

— У пользователя была негативная реакция?

— Конечно, она была, всем больше нравится смотреть контент без рекламы. Но это поиск баланса: если не будет рекламы, правообладатель не будет заинтересован в наличии своего контента в сети, следовательно, будет много пиратского видео, то есть все зависит от задачи. Частая реклама влияет на отток пользователей, и мы пытаемся экспериментальным путем понять, как и зарабатывать, и сохранять аудиторию. Где-то идем на компромисс. Это «вечный диалог» коммерции с продуктом.

— Когда у вас контент появляется?

— Сразу после эфира. Мне очень интересен опыт «Первого канала», который параллельно с эфиром давал контент по платной модели. Интересно, готов ли пользователь платить за «преклетчап», если через неделю контент будет доступен. Я склоняюсь к тому, что, скорее всего, не готов, телевизионный контент сейчас потребляется больше по рекламной модели. Хотя есть разные способы, чтобы перевести пользователя в платную модель, сейчас люди не понимают, зачем платить за телевизионный контент.

— За счет чего вы планируете усилить дистрибуцию? Появятся какие-то новые площадки?

— Мы в течение двух-трех недель запустим первую версию продукта, позволяющего сообществам в социальных сетях зарабатывать деньги за счет дистрибуции нашего контента. То есть сейчас люди думают, как наполнять группу контентом, как привлекать пользовате-



ПРЕДОСТАВЛЕНО PLADFORM

лей, а потом к ним приходит рекламодатель и предлагает прорекламировать, например, зубную щетку. Конечно, это вызовет отторжение пользователей.

Мы будем предлагать им интересный и релевантный контент, который они смогут выбрать, и это будет уникальный инструмент для зарабатывания денег, при этом не отпугивающий аудиторию.

— Как вы оцениваете систему fingerprint?

— Это хорошая история, потому что fingerprint может найти вообще все. Это система распознавания видео, через которую проводится некий файл и получается некий отпечаток оригинальной копии. Он уникальный, и через эту призму сканируются разные источники с видеоконтентом. Допустим, для ста видео мы нашли десять совпадений, из них пять — пиратский контент. Система позволяет поменять его на лицензионный, и, таким образом, правообладатель начинает зарабатывать деньги. Сейчас у нас около двухсот правообладателей, думаю, к концу года мы сможем для всех подключить fingerprint.

У fingerprint есть больший потенциал, чем тот, который сейчас используется. То есть сейчас эта технология используется в основном в борьбе с пиратством, а мы планируем работать над алгоритмами, которые позволят применять разные сценарии для распознавания предметов внутри видео и использования этих данных для рекомендации, например.

— Какой контент у вас наиболее востребован?

— В основном комедийные сериалы, комедийный контент в целом, к нему больше возврата. Пользователи могут посмотреть, например, серию «Физрука», а потом нарезки из этой же серии несколько раз. ●