

Rynek wideo na żądanie (VoD) w Polsce

Dr Paweł Stępka

luty 2009

**ANALIZA
BIURA KRRiT**

Nr 1/2009

1. Wprowadzenie

Termin wideo na żądanie lub wideo na życzenie (*Video on demand - VoD*) obejmuje różne technologie pozwalające dokonać wyboru i wypożyczenia lub kupna na odległość treści audiowizualnej w celu natychmiastowego lub późniejszego obejrzenia za pomocą różnych urządzeń (np. komputera, telewizora, telefonu i innych przenośnych urządzeń) na czas określony lub nieokreślony. W związku z wciąż toczącą się dyskusją nad implementacją tzw. dyrektywy „O audiowizualnych usługach medialnych” (2007/65/EC) w państwach członkowskich UE powyższe ogólne rozumienie usług na żądanie jest właściwe dla niniejszego opracowania. Rozwój tego rodzaju usług bezpośrednio związany jest z procesem cyfryzacji mediów jak również ze zwiększającym się dostępem do szerokopasmowego Internetu. Pierwsze eksperymenty z wideo na żądanie przypadają na pierwszą połowę lat 90-tych ubiegłego wieku. W Wielkiej Brytanii pierwszą komercyjną usługę

VoD wprowadziła firma Kingston Communications w 1998 roku. Popularyzacja usług tego rodzaju przyczyniła się do zmiany paradygmatu konsumpcji mediów. Współcześnie konsumenci co raz mniej uzależnieni są od tzw. „ramówki” zyskując tym samym komfort decydowania o czasie i sposobie oglądania treści audiowizualnych. W 2007 roku szacuje się, iż w trzydziestu państwach europejskich działało około 300 dostawców usług na żądanie, z czego 110 w systemach zamkniętych. Przychody generowane przez ten segment rynku audiowizualnego w tych państwach w roku 2006 oszacowano na 400 mln EUR co stanowi 0,5% wartości całego europejskiego rynku telewizyjnego. Rynek ten wciąż rozwija się dynamicznie wraz z postępem cyfryzacji i rozwojem łącz szerokopasmowych. Istotnym zaś ograniczeniem rozwoju tego rodzaju usług jest kwestia dotycząca praw do filmów i innych wydarzeń.

Rozwój tego rodzaju mediów stał się przedmiotem dyskusji na poziomie europejskim, w skutek której postanowiono, iż tzw. audiowizualne usługi medialne na żądanie powinny podlegać podstawowej regulacji. W chwili obecnej w państwach członkowskich trwa proces implementacji tzw. dyrektywy „O audiowizualnych usługach medialnych”.

Wideo na żądanie (VoD) należy odróżnić od sekwencyjnego udostępniania audycji (*Near-video-on-demand* - NVoD) polegającego na nadawaniu audycji w krótkich interwałach czasowych (np. co 10 minut) tak aby widz miał możliwość śledzenia programu bez konieczności ścisłego dopasowania się do ramówki. Na gruncie prawa europejskiego różnica pomiędzy tymi usługami została podkreślona orzeczeniem Trybunału Sprawiedliwości Wspólnot Europejskich w sprawie *Mediakabel*. W wyroku tym uznano, iż w zakres tzw. dyrektywy „O telewizji bez granic” wchodzi również sekwencyjne udostępnianie audycji.

Jak wspomniano kategoria wideo na żądanie ma bardzo szeroki charakter i obejmuje zarówno usługi typu *catch-up TV*, polegające na możliwości obejrzenia audycji telewizyjnych już po jej wyemitowaniu, jak również usługi wirtualnych wypożyczalni treści audiowizualnych. *Catch-up TV* to usługi oferowane przez nadawców, którzy w ten sposób starają się dotrzeć ze swoją treścią do widzów, którzy nie zawsze mają czas na oglądanie audycji zgodnie z ramówką. Usługi te często są darmowe, choć w przypadku np. popularnych seriali nadawcy również przewidują opłaty.

Biorąc z kolei pod uwagę sposób dostarczania tego rodzaju usług do klienta wyróżnić można tzw. *Push* i *Pull* VoD. Pod względem technologicznym, na dużym poziomie ogólności wyróżnić można zamknięte systemy VoD (np. oferowane przez operatorów naziemnych, satelitarnych czy kablowych platform cyfrowych lub IPTV) oraz otwarte systemy VoD (oferowane w Internecie). Obejmuje ona zarówno serwisy płatne jak i bezpłatne (FoD). Ze

względu na treść również warto podkreślić istotną różnicę pomiędzy serwisami, które nastawione są na produkcję kinematograficzną oferując filmy a serwisami proponującymi krótkie audycje, wywiady, teledyski czy nawet treść generowaną przez użytkowników.

Celem niniejszego opracowania jest przybliżenie różnorodności usług na żądanie oferowanych klientom oraz kontekst prawny związany z przyjęciem dyrektywy „O audiowizualnych usługach medialnych” i toczącymi się pracami nad jej implementacją w państwach członkowskich UE. W związku z tym poniżej przedstawiona została systematyka serwisów VoD w oparciu o wybrane kryteria, charakterystyka treści udostępnianej na żądanie, postanowienia dyrektywy AMS w odniesieniu do audiowizualnych usług medialnych na żądanie a także krótki opis głównych, dostępnych na polskim rynku serwisów na żądanie.

2. Rodzaje VoD ze względu na miejsce przechowywania treści

Ze względu na różny sposób dostarczania usług VoD związany ze specyfiką danej infrastruktury, literatura wyróżnia dwa podstawowe typy usługi: *Push VoD* oraz *Pull VoD*.

- *Push VoD* – To usługa dostarczana za pomocą infrastruktury, która nie zapewnia kanału zwrotnego bądź kanał ten nie jest wykorzystywany (np. infrastruktura naziemna i satelitarna a także nie zmodernizowane sieci kablowe). Z tego względu pakiet plików audiowizualnych jest przesyłany przez dostawców do *set-top boxów* klienta, gdzie jest przechowywany na twardym dysku. W ten sposób klienci mają możliwość wyboru plików audiowizualnych z pakietu udostępnionego na ich *set-top boksie*, którego wielkość ograniczona jest pojemnością twardego dysku. Korzystanie z tego rodzaju VoD wymaga posiadania *set top boxów* wyposażonych w funkcję PVR (ang. *Personal Video Recorder*). Oferta programowa jest zmieniana przez operatora co jakiś czas i może być personalizowana w oparciu o historyczne zamówienia klienta.
- *Pull VoD* – Ten rodzaj VoD jest często określany mianem prawdziwego VoD. Jest on charakterystyczny dla infrastruktury zapewniającej kanał zwrotny (tj. infrastruktury kablowej, ADSL oraz Internet). W tym przypadku pliki audiowizualne są przechowywane w formie katalogu u operatora i wybierane są przez klientów za pomocą kanału zwrotnego. Klienci mają możliwość wyboru spośród wszystkich plików audiowizualnych udostępnionych na serwerze operatora. Ten rodzaj usługi jest często powiązany z płatnością za wykorzystanie konkretnego pliku.

3. Rodzaje VoD ze względu na infrastrukturę

Wideo na żądanie jest dostarczane użytkownikom za pomocą różnorodnej infrastruktury. Każdy ze sposobów dystrybucji ma swoje zalety i ograniczenia:

- Infrastruktura kablowa – Infrastruktura kablowa dysponuje wystarczającą pojemnością zapewniającą kanał zwrotny. Możliwości tej infrastruktury są najczęściej większe niż łączy DSL ze względu na większą pojemność. Infrastruktura kablowa pozwala na wprowadzenie zcentralizowanej usługi VoD bazującej na systemie *Server-client*. Istotnym ograniczeniem tej infrastruktury jest jej zasięg.
- Infrastruktura naziemna rozsiewcza radiowa– Infrastruktura ta albo nie zapewnia ścieżki zwrotnej albo też w bardzo ograniczonym zakresie. Stąd też oferowane usługi VoD bazują głównie na przechowywaniu plików na twardej dyskach *set-top boxów* wyposażonych w funkcję PVR. Możliwość korzystania z tego rodzaju usług związana jest więc z *set top boxem* umożliwiającym przechowywanie plików. W tym przypadku usługi na żądanie mają charakter *Push VoD*, gdyż klient otrzymuje pakiet filmów, które są przechowywane na twardej dysku i z których może wybrać odpowiadający mu plik. Istnieje możliwość zainstalowania kanału zwrotnego poprzez łącze telefoniczne lub internetowe co wpłynęłoby korzystnie na rozwój usługi VoD dostarczanej za pomocą tej infrastruktury
- Platformy satelitarne – Podobnie jak w przypadku infrastruktury naziemnej platformy satelitarne ze względu na brak lub nie wykorzystywanie kanału zwrotnego oferują przede wszystkim usługi typu *Push VoD*. W tym przypadku również głównym ograniczeniem jest pojemność twardego dysku. Oferta przesyłana do klienta jest cyklicznie zmieniana. Na podstawie wyborów klienta (także wybór płatnych kanałów na platformie) może być tworzona bardziej spersonalizowana oferta dla klienta. W przypadku zaawansowanych technologicznie systemów możliwe jest przesyłanie klientom tylko wcześniej wybranych plików.
- Łącze ADSL (IPTV) – Podobnie jak w przypadku infrastruktury kablowej łącza ADSL pozwalają na wykorzystanie kanału zwrotnego i scentralizowanie systemu po stronie operatora. Operator IPTV w odróżnieniu od systemów otwartych posiada kontrolę nad procesem transmisji co pozwala mu zoptymalizować jakość obrazu dla danej ilości użytkowników. Ograniczeniem jest szybkość dostępnych łączy ADSL oraz ograniczony rozwój tej infrastruktury. Niemniej jednak należy zauważyć, iż trwają nieustające prace mające na celu zwiększenie prędkości łącza, ze szczególnym

uwzględnieniem łącza VDSL (*Very High Speed DSL*), które umożliwią jednoczesną transmisję kilku plików wideo w formacie HD.

- Internet – Wideo udostępniane za pomocą otwartego systemu sieci internetowej charakteryzuje się niskim kosztem i szerokim zasięgiem. Największym ograniczeniem tego rodzaju usług VoD jest jakość obrazu i zakłócenia w ciągłości transmisji. Ograniczenie to może wynikać zarówno z jakości infrastruktury operatora jak również urządzeń po stronie klienta. Aby ominąć to ograniczenie oferuje się z jednej strony treść dostępną w różnych prędkościach tak aby klient mógł dopasować do własnych możliwości odbioru oraz tzw. buforowanie.

4. Rodzaje VoD ze względu na model biznesowy

Wideo na żądanie może być udostępniane użytkownikom bez żadnych opłat (*Free on demand* – FOD) bądź też może wiązać się z koniecznością uiszczenia różnego rodzaju opłat. W ramach tej drugiej kategorii wyróżnić można kilka różnych modeli opartych albo na wypożyczaniu (*Rental VoD*) bądź na kupowaniu plików wideo (*Download to own VoD*).

- Free on demand (FOD) – W tym modelu użytkownicy nie płacą za wypożyczenie audycji. Koszty związane z dostawą są przesunięte na reklamowców.
- Rental VoD – to najbardziej rozbudowany model biznesowy najczęściej stosowany na rynku europejskim.
 - Pay per Download (A la carte VoD) – Użytkownik może wypożyczyć dany plik audiowizualny, na obejrzenie którego ma określony czas (najczęściej 24 lub 48 godzin). Ten model biznesowy najbardziej przypomina sposób funkcjonowania klasycznej wypożyczalni płyt DVD.
 - Subscription VoD (SVoD) - w tym modelu użytkownik w zamian za opłatę subskrypcyjną (najczęściej miesięczną) może oglądać programy oferowane przez dostawcę. Model ten jest postrzegany jako sposób na zapewnienie lojalności klientów.
 - Packs – Użytkownik w zamian za ustaloną opłatę otrzymuje możliwość wypożyczenia określonego pakietu audycji np. odcinków danego serialu.
 - Packages – Użytkownik uiszcza opłatę na wzór karty pre-paidowej dzięki czemu może wypożyczać audycje. Kredyt zgromadzony na karcie jest zmniejszany po każdym wypożyczeniu. Ten model jest często wybierany przez dostawców treści niszowych.

- Download to own VoD – Użytkownik ma możliwość kupna audycji i przechowanie ich na twardym dysku. Jest to model preferowany przez część amerykańskich wytwórni filmowych.

5. Treść w usługach na żądanie

Usługi na żądanie zazwyczaj kojarzone są z możliwością wypożyczenia i/lub zakupu filmów, co upodabnia je do klasycznych wypożyczalni DVD. Ze względu na istotne koszty związane z prawami autorskimi tego rodzaju serwisy mają charakter płatny i są przedmiotem wielu analiz również pod kątem biznesowym. Niemniej jednak należy pamiętać, iż w ramach usług na żądanie oferowana jest również taka treść jak odcinki seriali telewizyjnych (często jako usługa *catch-up TV* lub jako pokaz przedpremierowy), programy informacyjne, odcinki programów rozrywkowych, zwiastuny filmów, teledyski i programy muzyczne. Nie licząc serwisów typu *catch-up TV* dostawcy usług na żądanie (szczególnie płatnych) bazują głównie na treściach dostarczanych od podmiotów zewnętrznych. Stosunkowo niewielki procent usługodawców oferuje oryginalną treść.

Według badań przeprowadzonych dla Komisji Europejskiej szacuje się, iż w serwisach na żądanie oferowanych przez nadawców (*catch-up TV*) największą popularność mają programy rozrywkowe (39,5%) oraz programy informacyjne (18,7%). Serwisy te najczęściej są utrzymywane z dochodów z reklam a treść jest udostępniana bez dodatkowych opłat. W przypadku natomiast serwisów poświęconych tylko usługom na żądanie (*pure VoD players*) dominują produkcje kinowe (63%) oraz rozrywka (22,3%).

6. Obowiązki regulacyjne nałożone przez dyrektywę AMS (2007/65/EC) na dostawców audiowizualnych usług medialnych na żądanie

Dyrektywa „O audiowizualnych usługach medialnych” swoim zakresem przedmiotowym objęła również tzw. audiowizualne usługi medialne na żądanie. Fakt ten oznacza, iż usługi znajdujące się do tej pory poza europejską regulacją po implementacji dyrektywy przez państwa członkowskie będą musiały spełniać określone warunki. Zanim jednak scharakteryzowane zostanie podejście dyrektywy do tego rodzaju usług warto zatrzymać się nad kluczową dla tego aktu prawnego definicją audiowizualnych usług medialnych.

Zgodnie z art. 1 lit. a dyrektywy *audiowizualna usługa medialna oznacza: — usługę w rozumieniu art. 49 i 50 Traktatu, za którą odpowiedzialność redakcyjną ponosi dostawca usług medialnych i której podstawowym celem jest dostarczanie ogółowi odbiorców – poprzez*

sieci łączności elektronicznej w rozumieniu art. 2 lit. a) dyrektywy 2002/21/WE – audycji w celach informacyjnych, rozrywkowych lub edukacyjnych. Taka audiowizualna usługa medialna jest przekazem telewizyjnym w rozumieniu lit. e) niniejszego artykułu albo audiowizualną usługą medialną na żądanie w rozumieniu lit. g) niniejszego artykułu.

Brzmienie powyższego artykułu jak również kryteria rozwinięte w motywach preambuły do dyrektywy pozwalają wyodrębnić następujące warunki jakie dana usługa musi spełnić aby zostać uznana za AMS:

1. Rozpatrywana usługa musi być usługą w rozumieniu art. 49 i 50 Traktatu (art. 1 lit. a)
2. Rozpatrywana usługa musi być usługą dostarczaną – poprzez sieci łączności elektronicznej w rozumieniu art. 2 lit. a) dyrektywy 2002/21/WE (art. 1 lit. a)
3. Rozpatrywana usługa musi mieć charakter audiowizualny tzn. powinna odnosić się do ruchomych obrazów z dźwiękiem lub bez niego, a więc obejmować filmy nieme, ale nie powinno obejmować transmisji dźwiękowej ani usług radiowych (art. 1 lit. a i motyw 22)
4. Głównym celem rozpatrywanej usługi musi być dostarczanie audycji (art.1 lit. a i motyw 18)
5. Rozpatrywana usługa powinna obejmować środki masowego przekazu jako nośnik informacji, rozrywki i edukacji dla ogółu odbiorców, w tym powinna ona obejmować handlowy przekaz audiowizualny, ale nie powinna obejmować żadnych form prywatnej korespondencji, takich jak wiadomości poczty elektronicznej wysyłane do ograniczonej liczby odbiorców (art. 1 lit. a i motyw 18)
6. Rozpatrywana usługa musi być usługą masowego przekazu, to znaczy, że musi być przeznaczona do odbioru przez znaczną część ogółu odbiorców i może mieć na nią wyraźny wpływ (art.1. a i motyw 16)
7. Rozpatrywana usługa musi być świadczona przez dostawcę ponoszącego odpowiedzialność redakcyjną (art. 1 lit. a i motyw 23)

Biorąc pod uwagę powyższe kryteria należy podkreślić, iż poza zakresem przedmiotowym dyrektywy znajdują się między innymi serwisy o charakterze niekomercyjnym czy serwisy udostępniające treści generowane przez użytkowników, nad którymi dostawca nie ma kontroli.

Dopiero gdy rozpatrywana usługa przejdzie ten swoisty test definicyjny można zadać pytanie o jej charakter a więc czy jest ona usługą linearną czy na żądanie. Jak już

wspomniano usługi na żądanie dają użytkownikowi możliwość odbioru audycji w wybranym przez niego momencie i na jego życzenie w oparciu o katalog audycji przygotowany przez dostawcę usług medialnych.

Audiowizualne usługi medialne na żądanie zostały zdefiniowane w art. 1 lit. g:

»audiowizualna usługa medialna na żądanie« (tzn. nielinearna audiowizualna usługa medialna) oznacza audiowizualną usługę medialną świadczoną przez dostawcę usług medialnych, umożliwiającą użytkownikowi odbiór audycji w wybranym przez niego momencie i na jego życzenie w oparciu o katalog audycji przygotowany przez dostawcę usług medialnych;

Dyrektywa oprócz powyższej definicji w preambule wskazuje podobieństwa i różnice jakie dzielą audiowizualne usługi na żądanie od nadawania telewizyjnego. W motywie 17 preambuły zaznaczono, iż *cechą audiowizualnych usług medialnych na żądanie jest to, że przyjmują one formę quasi-telewizyjną, to znaczy są skierowane do tych samych odbiorców co przekazy telewizyjne(...)*

To podobieństwo do tradycyjnego nadawania telewizyjnego stanowi jednocześnie uzasadnienie dla objęcia tego rodzaju usług audiowizualnych zakresem przedmiotowym dyrektywy. Jednocześnie dyrektywa w motywie 42 podkreśliła, iż *audiowizualne usługi medialne na żądanie różnią się od usług przekazu telewizyjnego możliwościami wyboru i kontroli, jakie dają użytkownikowi, a także wpływem, jaki wywierają na społeczeństwo.*

Tym samym to co odróżnia te usługi od nadawania to przede wszystkim większa kontrola konsumenta, który decyduje o czasie i sposobie konsumpcji, jak również mniejszy wpływ na opinię publiczną. Specyfika tych usług sprawiła, iż zgodnie z dyrektywą podlegają one innym, bardziej łagodnym wymogom. W ten sposób dyrektywa przewiduje tzw. system stopniowalnej regulacji dla usług linearnych i usług na żądanie.

Poniższa tabela wskazuje na zróżnicowane wymogi postawione tym dwóm rodzajom audiowizualnych usług medialnych:

Tabela nr 1. Wymogi nałożone przez dyrektywę AMS na audiowizualne usługi medialne

	Audiowizualne usługi medialne (AMS)	
	Rozpowszechnianie telewizyjne (w tym nowe usługi linearne)	Audiowizualne usługi medialne na żądanie
Stopień podstawowy	<ul style="list-style-type: none"> - obowiązki informacyjne (art. 3a dyrektywy) - zakaz podżegania do nienawiści (art. 3b dyrektywy) - ułatwianie dostępu do usług osobom niepełnosprawnym (art. 3c dyrektywy) - obowiązek respektowania uprawnień posiadaczy praw do audycji (art. 3d dyrektywy) - wymogi jakościowe dotyczące handlowych przekazów audiowizualnych¹ (art. 3e dyrektywy) - wymogi odnoszące się do sponsorowania audycji (art. 3f dyrektywy) - wymogi odnoszące się do lokowania produktu (art. 3g dyrektywy) 	
	- reguły dotyczące ochrony małoletnich przed nieodpowiednimi treściami (rozdział V dyrektywy)	- reguły dotyczące ochrony małoletnich przed nieodpowiednimi treściami (art. 3h dyrektywy)
Stopień rozszerzony	<ul style="list-style-type: none"> - reguły dotyczące przekazów z wydarzeń ważnych dla społeczeństwa (art. 3j dyrektywy) - reguły dotyczące krótkich relacji (art. 3k dyrektywy) - reguły dotyczące promowania utworów europejskich oraz europejskiej produkcji niezależnej w usługach linearnych (art. 4 i 5 dyrektywy) - reguły dotyczące reklamy telewizyjnej i telesprzedaży (rozdział IV dyrektywy) - prawo do odpowiedzi (rozdział VI dyrektywy) 	- reguły dotyczące promowania utworów europejskich w usługach na żądanie (art. 3i dyrektywy)

Źródło: W.Kołodziejczyk, P.Stepka, „Stare” i „nowe media”. Dyrektywa „O audiowizualnych usługach medialnych” jako próba odpowiedzi na wyzwania rynkowe i technologiczne, w: Studia Medioznawcze 1(32) 2008 s. 11-31.

Jak można zauważyć interpretując powyższe zestawienie audiowizualne usługi medialne na żądanie, zgodnie z postanowieniem dyrektywy, będą musiały spełniać mniej restrykcyjne wymogi formalne. Warto jednocześnie podkreślić, iż dostawcy usług na żądanie

¹ Wymogi te w znacznym stopniu odpowiadają wymogom jakościowym dotyczącym reklamy telewizyjnej obowiązującym na gruncie dyrektywy „O telewizji bez granic”

będą musieli spełnić warunki dotyczące m.in. handlowych przekazów audiowizualnych (w tym dotyczących lokowania produktu), ochrony małoletnich przed nieodpowiednimi treściami czy promowania utworów europejskich. Ponadto ze względu na określone w dyrektywie wymogi (art. 3a) dostawcy usług na żądanie podobnie jak inni dostawcy audiowizualnych usług medialnych będą mieli obowiązek udzielania informacji na swój temat (w tym adres siedziby).

7. Główne podmioty na polskim rynku wideo na żądanie

Przyjmuje się, iż początek rynku VoD w Polsce jest związany z uruchomieniem przez Telekomunikację Polską SA usługi „wideo na życzenie” w październiku 2006 roku, choć wcześniej istniała możliwość ściągania materiałów na żądanie m.in. poprzez portal itvp.pl. W tym samym roku podobną usługę swoim abonentom zaproponowała platforma satelitarna „n”. Natomiast prekursorem usług na żądanie w wśród operatorów kablowych jest spółka Multimedia, która uruchomiła ją we wrześniu 2007.

Warto jednocześnie podkreślić, iż równolegle do powyższych usług oferowanych w systemach zamkniętych (*Walled-garden services*) główne portale internetowe oraz inne podmioty rozwijają własne serwisy multimedialne. Często stanowią one połączenie usług linearnych (opartych o ramówkę) oraz serwisów na żądanie. Ze względu na oferowaną treść w Internecie wyróżnić można tym samym filmowe serwisy na żądanie (odpłatne) oraz serwisy oferujące krótsze formy audiowizualne takie jak programy informacyjne, rozrywkowe, teledyski, mobizody, treść generowaną przez użytkowników czy zwiastuny filmów etc. ta druga kategoria to przede wszystkim serwisy darmowe. Otwarty charakter darmowych serwisów multimedialnych sprawia, że przyciągają one dużą ilość użytkowników.

Według badań przeprowadzonych przez Megapanel PBI\Gemius z lipca 2008 największą liczbę użytkowników (*real users*) przyciąga serwis WP TV (1 602 140). Pozostałe serwisy w tej kategorii to odpowiednio: onet.tv - 1 517 782, interia.tv - 559 688, itvp.pl - 455 189, tivi.pl - 254 667. Biorąc pod uwagę zasięg ranking ten kształtuje się następująco: wp.tv - 10,54 proc., onet.tv - 9,9 proc., interia.tv - 3,7 proc., itvp.pl - 3 proc., tivi.pl - 1,7 proc.

W roku 2009 uruchomienie usług na żądanie zapowiedzieli niektórzy operatorzy kablowi m.in.: UPC, Aster i Vectra. Uruchomiony ma zostać również serwis tvscreen.pl testowany obecnie przez Digital Partners Sp. z o.o.

Poniżej przedstawione zostały serwisy na żądanie zarówno te oferowane w systemach zamkniętych jak również w Internecie. Serwisy te zostały podzielone na serwisy płatne oraz wideo na żądanie za darmo. Umieszczenie tych serwisów w poniższym zestawieniu nie oznacza, iż spełniają one definicyjne wymagania audiowizualnych usług medialnych na żądanie w rozumieniu dyrektywy AMS (2007/65/EC).

Należy jednocześnie zaznaczyć, iż w poniższym zestawieniu nie została uwzględniona oferta operatora telekomunikacyjnego Netia, który swoim klientom oferuje pakiety usług na żądanie przygotowywane przez innych dostawców (tj. Iplex, Cineman i Switch2One). Analizie nie poddano również serwisów, na temat których nie pozyskano potwierdzonych informacji.

W zestawieniu tym nie uwzględniono również usług oferowanych jako kino internetowe (np. Iplex.pl), ze względu na trudności w jednoznacznym ich zakwalifikowaniu. Usługa tego typu polega na możliwości wykupienia kodu dostępu, który umożliwia obejrzenie wybranego filmu po określonej wizycie w jednej z wirtualnych sal kinowych. Konieczność oglądania filmu w czasie rzeczywistym wyklucza możliwość zatrzymywania filmu, nagrywania czy przyspieszania. Korzystanie z kina internetowego wymaga szerokopasmowego łącza o prędkości 2Mbps. Kwestie techniczne sprawiają również, iż film o jednej porze obejrzenia może ograniczona liczba widzów (kilkadziesiąt osób), co wiąże się z możliwością rezerwacji miejsca. Wstępna analiza kina internetowego prowadzi do pytania o masowy charakter tych usług, który pozwoliłby zakwalifikować je jako „audiowizualną usługą medialną, w rozumieniu dyrektywy AMS (2007/65/EC). Jednocześnie warto również zastanowić się czy udostępnianie filmów zgodnie z ustalonym repertuarem, bez dania pełnej kontroli widzom do wyboru czasu konsumpcji, nie pozwala zakwalifikować tej usługi jako sekwencyjnego udostępniania audycji (*Near-video-on-demand* - NVoD). Kwalifikacja tego rodzaju usług wymaga niewątpliwie dalszej analizy oraz przede wszystkim implementacji przez Polskę wspomnianej dyrektywy.

Serwisy płatne

1.

Dostawca	tvp.pl
Nazwa usługi	
Uruchomienie usługi	Maj 2005
Właściciel	TVP SA
Infrastruktura	Internet
Sposób dystrybucji	<i>Pull VoD</i>
Model Biznesowy	FoD

	<i>Pay per Download (A la carte VoD)</i> <i>Subscription VoD (SVoD)</i>
Oplaty	<u>Odcinki przedpremierowe (7 dni przed emisją):</u> 5 zł netto na 14 dni od pierwszego odtworzenia. <u>Odcinki i materiały archiwalne:</u> Odcinki archiwalne, dostępne po emisji w TVP i iTVP: 3 zł netto Odcinki archiwalne seriali „M jak miłość”, „Klan” i "Plebania", dostępne po emisji w TVP i iTVP oraz mecze, skróty i magazyny Ligi Mistrzów: 1 zł netto. Odcinki można oglądać wielokrotnie przez 14 dni od pierwszego odtworzenia. <u>Abonament:</u> od 9- 75 zł netto (10-100 odcinków).
Oferta	Audycje TVP, seriale, filmy (<i>catch-up TV</i>)
Przykładowi dostawcy treści	TVP

2.

Dostawca	TP SA
Nazwa usługi	Wideo na życzenie
Uruchomienie usługi	Październik 2006
Właściciel	France Telecom, Skarb Państwa
Infrastruktura	Sieć ADSL
Sposób dystrybucji	<i>Pull VoD</i>
Model Biznesowy	<i>Rental VoD (Packages)</i> – wypożyczenie na 24 h
Oplaty	kwoty 10, 25, 50, 75 lub 100 zł (<i>pre-paid</i> np. poprzez numer 0-700 i kartkę zdrapek)
Oferta	Katalog ok. 1700 tytułów:
Przykładowi dostawcy treści	Cineman, ITI Film Studio i Kino Świat

3.

Dostawca	Platforma „n”
Nazwa usługi	<u>nScreen</u> (od października 2007) - zawiera polskie i amerykańskie seriale <u>PictureBox</u> (od lipca 2007) - zawiera filmy Universal Pictures <u>nVoD</u> (od grudnia 2006 do września 2007) - zawierała filmy SPI Movie Box, ITI Cinema oraz seriale TVN <u>premiery VoD</u> (od września 2007) - zawiera premierowe filmy oraz seriale (filmy +18 w HD)
Uruchomienie usługi	Grudzień 2006
Właściciel	ITI Neovision, Grupa TVN
Infrastruktura	Platforma satelitarna
Sposób dystrybucji	<i>Push VoD</i> (filmy przechowywane na twardym dysku set-top boxu)
Model Biznesowy	Packs, FoD (wspólny projekt z firmą Timotei)
Oplaty	nScreen – abonament 30 zł Picture Box – abonament 30 zł Premiery VoD- 11 zł za film
Oferta	nScreen – zawiera polskie i amerykańskie seriale Picture Box – kilkanaście filmów Universal Pictures Premiery VoD – ponad dwadzieścia nowych filmów w tym filmy dla dorosłych
Przykładowi dostawcy treści	Universal Pictures, SPI Movie Box, ITI Cinema, TVN

4.

Dostawca	Fulmido.pl
Nazwa usługi	Fulmido
Uruchomienie usługi	Sierpień 2007
Właściciel	Grupa Interia
Infrastruktura	Internet
Sposób dystrybucji	<i>Pull VoD</i>
Model Biznesowy	<i>Pay per Download (A la carte VoD)</i> <i>Download to own VoD</i>
Oplaty	<i>Pay per Download (A la carte VoD)</i> - 2,49-4,99 zł <i>Download to own VoD</i> – 4,99-14,99 zł
Oferta	Filmy, seriale, programy dla dzieci, teledyski
Przykładowi dostawcy treści	Fulmido.pl. Gaby International, Project DVD, MJM Music, Luna Music.

5.

Dostawca	Multimedia Polska S.A.
Nazwa usługi	Domowa Wypożyczalnia Filmów VoD
Uruchomienie usługi	Wrzesień 2007
Właściciel	Tri Media Holdings Ltd (17%) Emerita B.V (10%) UNP Holdings B.V (26%) Pozostali akcjonariusze (46%)
Infrastruktura	Sieć kablowa, ADSL
Sposób dystrybucji	<i>Pull VoD</i> (filmy na wideoserwerach operatora)
Model Biznesowy	<i>Pay per Download (A la carte VoD)</i>
Oplaty	Premiery za 9 zł, nowości - 6 zł
Oferta	Katalog ok. 600 pozycji
Przykładowi dostawcy treści	Disney-ABC-ESPN Television, Universal Studios International, SPI, TVP, Private (filmy erotyczne) IKO, kino niezależne

6.

Dostawca	Netino.pl
Nazwa usługi	Filmy w sieci
Uruchomienie usługi	Listopad 2007
Właściciel	Akson Net
Infrastruktura	Internet
Sposób dystrybucji	<i>Pull VoD</i>
Model Biznesowy	<i>Pay per Download (A la carte VoD)</i>
Oplaty	0,99-4,99 zł za 24h
Oferta	Filmy, mobizody, filmy krótkometrażowe
Przykładowi dostawcy treści	Brak danych

7.

Dostawca	HBO
Nazwa usługi	HBO Digital
Uruchomienie usługi	Luty 2008
Właściciel	Time Warner
Infrastruktura	Platforma cyfrowa (Cyfra Plus)

Sposób dystrybucji	<i>Push VoD</i>
Model Biznesowy	<i>Subscription VoD (SVoD)</i>
Oplaty	12-15 zł
Oferta	26 godzin filmów
Przykładowi dostawcy treści	Brak danych

8.

Dostawca	Plejada.pl
Nazwa usługi	Wypożyczalnia
Uruchomienie usługi	Marzec 2008
Właściciel	Grupa TVN
Infrastruktura	Internet
Sposób dystrybucji	<i>Pull VoD</i>
Model Biznesowy	<i>Packs, FoD</i>
Oplaty	<u>Megapakiet</u> : 9 seriali (w tym 2 z odcinkami przed premierą telewizyjną) + 15 programów + 1 film fabularny – od 25 zł na 5 dni <u>Dla kobiet</u> : 5 seriali (w tym 2 z odcinkami przed premierą telewizyjną) + 6 programów – od 19 zł na 5 dni <u>Dla mężczyzn</u> : 5 seriali (w tym 2 z odcinkami przed premierą telewizyjną) + 6 programów – od 19 zł za 5 dni <u>Archiwum</u> : 4 seriali + 3 programy + 1 film fabularny – od 12 zł za 5 dni
Oferta	Programy i filmy TVN
Przykładowi dostawcy treści	TVN (<i>catch-up TV</i>)

9.

Dostawca	Iplex.pl
Nazwa usługi	Video na życzenie
Uruchomienie usługi	Kwiecień 2008
Właściciel	IPLEX Sp. z o.o.
Infrastruktura	Internet
Sposób dystrybucji	<i>Pull VoD</i>
Model Biznesowy	<i>Pay per Download (A la carte VoD)</i>
Oplaty	8,90 zł za film wypożyczony na 72 h
Oferta	Ok. 200 filmów w tym kino latino, kino niezależne, kroniki PRL
Przykładowi dostawcy treści	Against Gravity, Epelpol Entertainment, Solopan, Vivarto

10.

Dostawca	multimopleks.pl
Nazwa usługi	Multimopleks
Uruchomienie usługi	Lipiec 2008
Właściciel	GTS Energis Sp. z o. o.
Infrastruktura	Internet
Sposób dystrybucji	<i>Pull VoD</i>
Model Biznesowy	<i>Pay per Download (A la carte VoD)</i>
Oplaty	6,10-10,98 zł za film na 24 h
Oferta	Ok. 130 (filmy)
Przykładowi	SPI International Polska

dostawcy treści	
-----------------	--

11.

Dostawca	Cyfra Plus
Nazwa usługi	Cyfra + VoD
Uruchomienie usługi	Grudzień 2008
Właściciel	Canal Plus Cyfrowy (Groupe CANAL+, LGI Ventures B.V.)
Infrastruktura	Platform satelitarna
Sposób dystrybucji	<i>Push VoD</i> (filmy przechowywane na twardym dysku set-top boxu)
Model Biznesowy	<i>Pay per Download (A la carte VoD)</i> – zamawianie za pomocą Internetu, telefonicznie lub SMS (na 48 godzin)
Oplaty	Pozostałe pozycje- 4 zł Hit -8 zł Premiera- 11 zł (w formacie SD) Premiera – 13 zł (w formacie HD)
Oferta	30 filmów w pakiecie
Przykładowi dostawcy treści	Paramount Picture, Dreamworks

Serwisy bezpłatne

1.

Dostawca	Interia.pl
Nazwa usługi	Interia.TV
Uruchomienie usługi	Lipiec 2006
Właściciel	Grupa Interia
Infrastruktura	Internet
Sposób dystrybucji	<i>Pull VoD</i>
Model Biznesowy	FoD
Oplaty	Brak
Oferta	Programy informacyjne własnej produkcji, programy rozrywkowe
Przykładowi dostawcy treści	Reuters, AFP, TV Biznes, Produkcja własna, programy użytkowników.

2.

Dostawca	Wirtualna Polska
Nazwa usługi	WP TV
Uruchomienie usługi	Styczeń 2007
Właściciel	Virgo sp. z o.o (Telekomunikacja Polska S.A.)
Infrastruktura	Internet
Sposób dystrybucji	<i>Pull VoD</i>
Model Biznesowy	FoD
Oplaty	Brak
Oferta	Programy rozrywkowe, informacyjne, gospodarcze, erotyczne.
Przykładowi dostawcy treści	ATM Grupa i Kamera (szwedzki dostawca treści informacyjnej i rozrywkowej bazującej na materiałach filmowych agencji <i>Associated Press</i>), TV Biznes, produkcja własna, produkcje nadsyłane przez internautów.

3.

Dostawca	Onet.pl
Nazwa usługi	Onet TV
Uruchomienie usługi	Czerwiec 2007
Właściciel	Grupa Onet
Infrastruktura	Internet
Sposób dystrybucji	<i>Pull VoD</i>
Model Biznesowy	FoD
Oplaty	Brak
Oferta	Relacje, reportaże, komentarze, filmy, teledyski, programy autorskie, aktualne informacje gospodarcze, skróty meczów piłki nożnej, zapowiedzi premier filmowych, wideoklipy muzyczne oraz materiały poświęcone modzie.
Przykładowi dostawcy treści	Associated Press, TVN24 i Reuters, France 24, TVN Lingua, n-sport, TMT, Bullseye TV, Fashion TV, Podróże TV, MEG, United Pictures, Hollywood Reporter, 4fun.tv, Pilot Guides i Upside.. Produkcja własna.

4.

Dostawca	Tivi.pl
Nazwa usługi	Tivi
Uruchomienie usługi	Wrzesień 2007
Właściciel	Agora i ATM Grupa
Infrastruktura	Internet
Sposób dystrybucji	<i>Pull VoD</i>
Model Biznesowy	FoD
Oplaty	Brak
Oferta	Produkcja własna, mini seriale, portal społecznościowy
Przykładowi dostawcy treści	Produkcja własna, ATM

5.

Dostawca	Ipla.pl
Nazwa usługi	IPLA
Uruchomienie usługi	Czerwiec 2008
Właściciel	Telewizja Polsat
Infrastruktura	Internet
Sposób dystrybucji	<i>Pull Vod</i>
Model Biznesowy	FoD
Oplaty	Brak
Oferta	Audycje, seriale i filmy emitowane przez Telewizję Polsat, chat
Przykładowi dostawcy treści	Telewizja Polsat

6.

Dostawca	MTV Polska
Nazwa usługi	Switch2one
Uruchomienie usługi	Październik 2008
Właściciel	MTV
Infrastruktura	Internet
Sposób dystrybucji	<i>Pull Vod</i>

Model Biznesowy	FoD
Oplaty	Brak
Oferta	Teledyski i programy MTV oraz porta społecznościowy
Przykładowi dostawcy treści	MTV

7.

Dostawca	TV Fly
Nazwa usługi	VoD
Uruchomienie usługi	Brak danych
Właściciel	Abra MEDIA i Loco Group
Infrastruktura	Internet
Sposób dystrybucji	<i>Pull VoD</i>
Model Biznesowy	FoD
Oplaty	Brak
Oferta	Teledyski, koncerty, krótkie audycje
Przykładowi dostawcy treści	Brak danych

8.

Dostawca	Gazeta.pl
Nazwa usługi	Wideo gazeta.pl
Uruchomienie usługi	Brak danych
Właściciel	Agora
Infrastruktura	Internet
Sposób dystrybucji	<i>Pull VoD</i>
Model Biznesowy	FoD
Oplaty	Brak
Oferta	Audycje własnej produkcji oraz programy informacyjne Telewizji Polsat
Przykładowi dostawcy treści	Agora, Polsat

8. Wnioski końcowe

Rozwój usługi na żądanie jest silnie skorelowany z procesem cyfryzacji, jak również rozwojem infrastruktury szerokopasmowego Internetu. Główną zaletą tego rodzaju usług jest możliwość swobodnego wyboru czasu oglądania danej audycji przez użytkownika. Serwisy na żądanie przyjmują różne formy np. oferowane przez nadawców wyemitowane audycje (*catch-up TV*) czy wirtualne wypożyczalnie filmów.

Zgodnie z wynikami przeprowadzonej analizy w Polsce w grudniu 2008 roku funkcjonowało 19 serwisów na żądanie z czego aż 14 w Internecie (system otwarty). Spośród badanych serwisów aż 12 powstało w latach 2007-2008. Na rok 2009 zapowiedziano premierę kolejnych usług na żądanie, co potwierdza rozwój tego rynku w Polsce. Obecnie większość stanowią serwisy płatne, wśród których dominuje model oparty o opłatę za wypożyczenie pojedynczego pliku audiowizualnego.

Przyjęta w grudniu 2007 roku tzw. dyrektywa „O audiowizualnych usługach medialnych” obejmuje swoim zakresem przedmiotowym tzw. audiowizualne usługi medialne na żądanie nakładając na nie podstawowe wymagania. Sposób implementacji tej dyrektywy stworzy ramy prawne dla dalszego rozwoju tego rynku w Polsce.

Bibliografia

1. Dokumenty

- Dyrektywa 2007/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 grudnia 2007 r. zmieniająca dyrektywę Rady 89/552/EWG w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich, dotyczących wykonywania telewizyjnej działalności transmisyjnej.
- Wyrok Trybunału (trzecia izba) z dnia 2 czerwca 2005 r. w sprawie C-89/04 Mediakabel BV przeciwko Commissariaat voor de Media, Dz. U. WE C 182, 23/07/2005

2. Raporty i artykuły

- P. Machu, Film w sieci, [w:] Media Marketing Polska, I-biz, czerwiec-lipiec 2008, s. 31-32.
- A. Małek, Nowa telewizja WP, [w:] Internet Standard, 20.10.2008.
- W. Kołodziejczyk, P. Stępka, „Stare” i „nowe media”. Dyrektywa „O audiowizualnych usługach medialnych” jako próba odpowiedzi na wyzwania rynkowe i technologiczne, [w:] Studia Medioznawcze 1(32) 2008 s. 11-31.
- NPA Conseil, Video on Demand in Europe, May 2007
- Attentional Ltd, “Study on the application of measures concerning the promotion of the distribution and production of European works in audiovisual media services (i.e. including television programmes and non-linear services)” Draft Final Report, 21st October 2008
- Emmanuelle Machet (EPRA), Towards a Common Interpretation of Audiovisual Media Services?, Background Paper, Plenary Session - Scope of the AVMS Directive, 28th EPRA Meeting, Dublin, 29-31 October 2008

3. Strony internetowe

- Cineman: www.cineman.pl/
- Cyfra Plus: <http://www.cyfraplus.pl/vod/?oferta/>
- Fulmido: <http://fulmido.pl/>
- HBO Digital: <http://www.hbopolska.pl/hbodigital/>
- Interia TV: <http://www.interia.tv/>

- Ipla: www.ipla.pl
- Iplex: www.Iplex.pl
- Multimedia: <http://www.multimedia.pl/d6226d2c0d60a590accdc76ce35be5ff>
- Multimopleks: <http://multimopleks.pl/>
- N: <http://n.pl/vod.html#>
- Netino: <http://netino.pl/>
- Onet TV: <http://www.onet.tv/>
- Plejada: <http://www.plejada.pl/>
- Switch2one: www.s2o.tv/
- Tivi: www.tivi.pl
- TP SA: http://www.tp.pl/prt/pl/klienci_ind/telewizja/wideo_na_zycz/opis_vod/
- TV Fly: www.tvfly.com
- TVP: www.tvp.pl
- Wideo gazeta.pl: <http://wideo.gazeta.pl/wideo/0,0.html>
- Wp TV: <http://wp.tv/?ticaid=5750f>