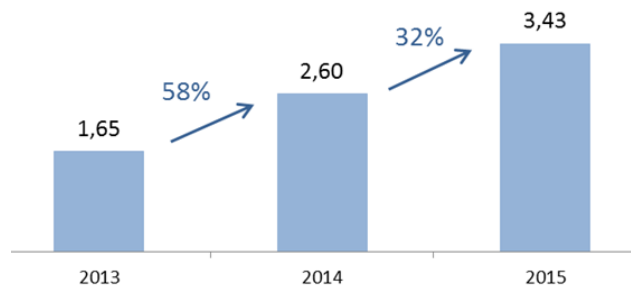


Компания «ТМТ Консалтинг» подготовила исследование «Российский рынок OTT-видеосервисов - 2015»

Summary

Российский рынок легальных онлайн-видеосервисов, действующих по модели OTT и предлагающих для просмотра профессиональный видеоконтент¹, вырос в 2015 году на **32%** и составил **3,4 млрд руб.**

Рынок OTT-видеосервисов, млрд руб., 2015



Положительное влияние на рынок оказали:

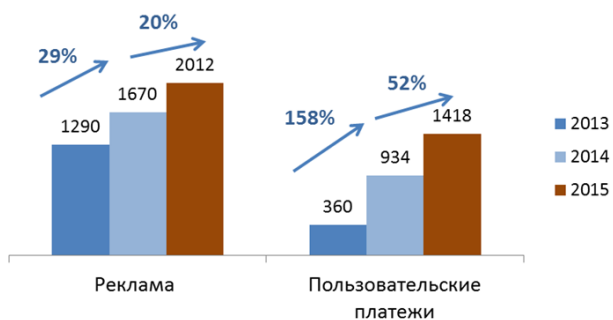
- ♦ рост проникновения устройств с возможностью просмотра видео через Интернет: smart-телевизоров, планшетов, смартфонов
- ♦ легализация рынка, активизация борьбы с пиратскими сервисами

В то же время **ухудшение экономической ситуации** в стране привело к общему сокращению рекламного рынка и, в том числе, к снижению темпов роста видеорекламы в Интернете.

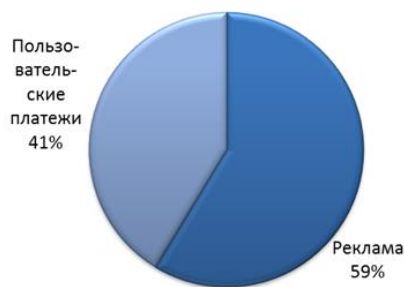
При этом выручка, полученная по платной модели (подписка, платный просмотр фильмов), продолжала расти высокими темпами, что было связано в первую очередь с распространением smart-телевизоров с предустановленными приложениями онлайн-кинотеатров и ростом числа предлагаемых ими киноновинок.

По итогам года доходы, полученные по рекламной модели, выросли на 20% и составили **2,0 млрд руб.**, доходы, полученные по платной модели увеличились на 52% до **1,4 млрд руб.** Доля доходов от пользовательских платежей в структуре рынка выросла с 36% в 2014 до **41%** в 2015 году.

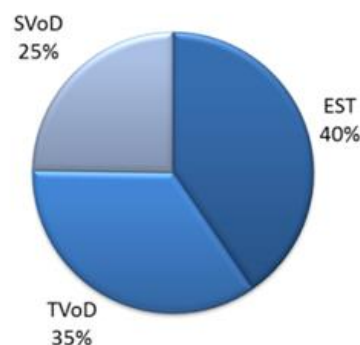
Выручка по платной и рекламной модели, млн руб.



Структура выручки, 2015



Структура доходов по платной модели, 2015



Несмотря на то, что основная доля выручки в 2015 году, как и годом ранее, пришлось на доходы от разовых покупок (TVoD и EST), заметно выросла доля подписки – на нее пришлось четверть всей выручки OTT-видеосервисов от пользовательских платежей (в 2014 году она составляла всего 16%).

Произошло это, в первую очередь, за счет развития подписки онлайн-кинотеатром ivi.ru, ставшим по итогам года лидером российского рынка по объему выручки, полученной от подписки. Другие крупные игроки в этом сегменте - платные видеосервисы Amediateka и Okko.

¹ В состав рынка входят онлайн-кинотеатры (OTT VoD) и порталы потокового ТВ-вещания и не входят магазины приложений – такие, как iTunes, Google Play

2015 год стал достаточно непростым для OTT-видеосервисов, особенно для небольших и сравнительно молодых компаний. Ряд сервисов, работавших по рекламной модели, потеряли часть аудитории и, соответственно, выручки; некоторые были вынуждены уйти с рынка (TVzor, SVOY.ru).

В то же время на рынке появились и новые игроки. Среди новичков 2015 года – в основном операторские решения: «Интерактивное ТВ 2.0» «Ростелекома», OTT МТС.

Структура рынка по игрокам, 2015



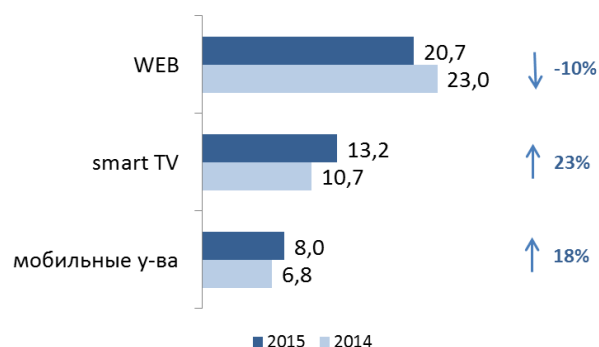
В 2015 году на рынке действовали свыше 15 легальных OTT-видеосервисов, у 7 игроков рыночная доля превысила 5%. Первые две позиции сохранились за прошлогодними лидерами – онлайн-кинотеатрами **ivi.ru** и **Okko**. На эти две компании, как и годом ранее, пришлось половина рынка, но при этом выросла доля **ivi.ru** с 28% до 31% и сократилась доля **Okko** с 22% до 19%.

Лидером по темпам роста стал сервис **TVzavr**, выручка которого выросла за год в 2,2 раза – это позволило ему попасть в число крупнейших игроков.

По оценкам «ТМТ Консалтинг», аудитория легальных OTT-видеосервисов по итогам 2015 года выросла на 2,8% и составила около **38,5 млн человек**.

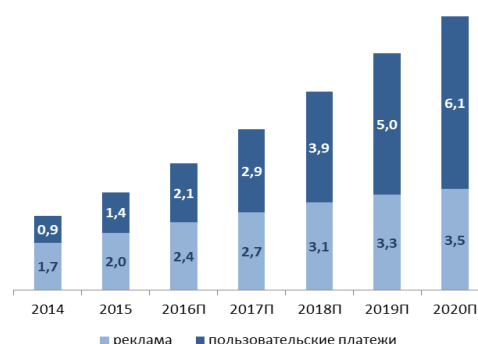
Наиболее быстро росла аудитория **smart-телевизоров и мобильных устройств**, что связано с ростом проникновения этих устройств среди населения. В то же время аудитория **ПК**, хотя и остается все еще самой многочисленной, впервые продемонстрировала снижение.

Рост аудитории на различных устройствах, 2015



По прогнозам «ТМТ Консалтинг», в 2016 году рынок OTT-видеосервисов продолжит активно расти. Рост будет происходить в основном за счет платных сервисов, объем рынка вырастет на 30% до 4,5 млрд руб.

Прогноз развития рынка OTT-видеосервисов



Основными трендами в ближайшие годы станут:

- ◆ Изменение состава участников рынка вследствие прихода глобальных игроков (Netflix и т.д.), сделок M&A, выхода на рынок OTT операторов связи и ИТ-компаний
- ◆ Преимущественное развитие платной модели, в том числе подписки
- ◆ Расширение игроками спектра предоставляемых сервисов (потокное ТВ, информационные ресурсы, контент собственного производства, выход на новые платформы)
- ◆ Дальнейшее расширение географии предоставления услуг российскими видеосервисами
- ◆ Осуществление дальнейших шагов по регулированию рынка, партнерство государства и OTT-видеосервисов в продвижении российского контента

За дополнительной информацией и по вопросу покупки полной версии исследования обращайтесь:
 «ТМТ Консалтинг», Елена Крылова тел.: +7 (495) 740-9880 +7 (905) 781-5802 e-mail: ek@tmt-consulting.ru