

Российский рынок легальных онлайн-видеосервисов, действующих по модели OTT и предлагающих для просмотра профессиональный видеоконтент¹, показал в 2017 году впечатляющий рост: выручка увеличилась по сравнению с 2016 годом на **60%** и составила **7,7 млрд руб.**

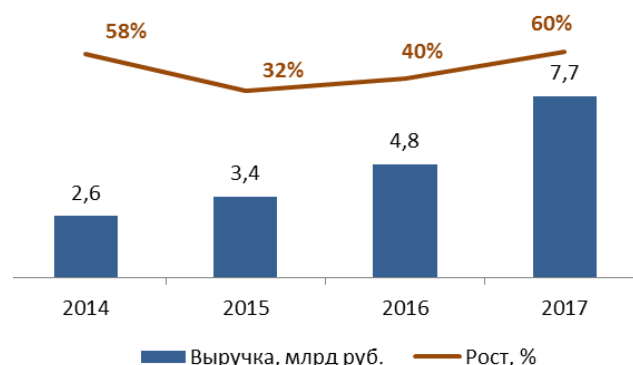
Положительное влияние на рынок оказали:

- ◆ растущая популярность среди пользователей платной модели потребления контента
- ◆ активная борьба с пиратством
- ◆ целенаправленная работа сервисов по повышению качества услуги
- ◆ расширение партнерских отношений между операторами платного ТВ и онлайн-кинотеатрами

Негативное влияние на рынок продолжают оказывать:

- ◆ доступность пиратского видео
- ◆ большие затраты видеосервисов на приобретение лицензионного контента

Рынок OTT-видеосервисов, млрд руб., 2017

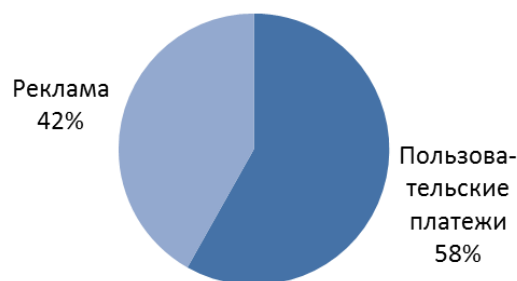
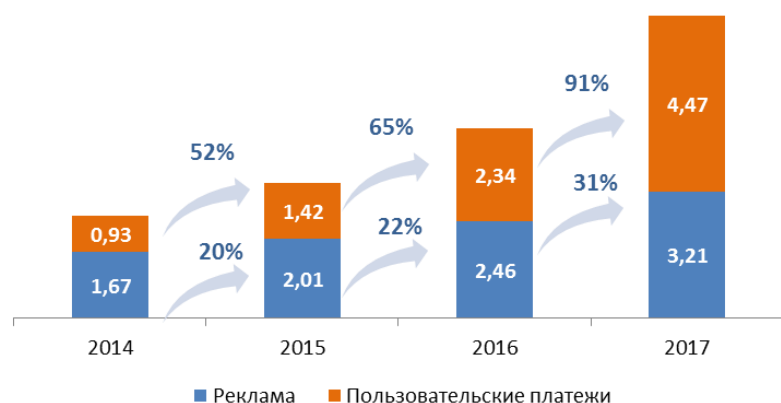


Второй год подряд темпы роста опережают прошлогодние, причем как по платной, так и по рекламной модели. В 2017 году реклама принесла видеосервисам **3,21 млрд руб.** (рост на 31%). Доходы, полученные по платной модели, составили **4,47 млрд руб.** (рост на 91%).

По итогам года доля выручки от пользовательских платежей превысила рекламную и составила 58%.

Выручка по платной и рекламной модели, млн руб.

Структура выручки, 2017

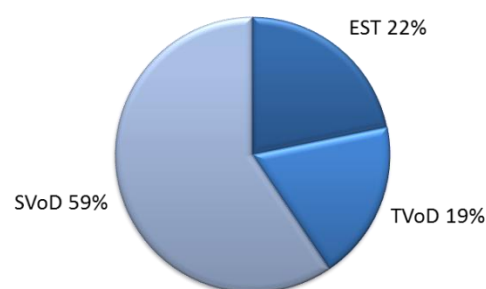


Структура доходов по платной модели, 2017

Особенно быстро росла выручка, полученная от подписки (рост - в 2,9 раза): за год ее доля в структуре пользовательских платежей увеличилась с 40% до 59%.

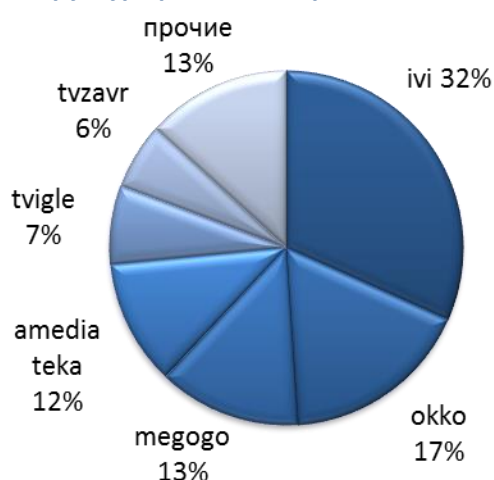
Причинами роста сегмента стало активное развитие подписной модели крупнейшими сервисами: у ivi, Okko, сервиса Amediateka выручка от оплаты подписок увеличилась более чем в 2 раза.

Заметно выросла доля выручки, полученной онлайн-кинотеатрами **по партнерской схеме**. У ряда игроков она составила до 30-40%.



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

Структура рынка по игрокам, 2017



Расстановка сил по итогам 2017 года не изменилась: всем 6 крупнейшим игрокам удалось сохранить свои позиции в рейтинге. По-прежнему половина рынка приходится на двух игроков - онлайн-кинотеатры **ivi** и **Okko**.

Почти все игроки из ТОП-6 (за исключением Tvigle, 95% выручки которому приносит реклама) продемонстрировали рост **выше 50%**. При этом рост платного сегмента у всех сервисов составил не менее 70%.

Аудитория

По оценкам «ТМТ Консалтинг», общая аудитория OTT-видеосервисов по итогам 2017 года составляла около **40 млн человек** – практически столько же, сколько и годом раньше.

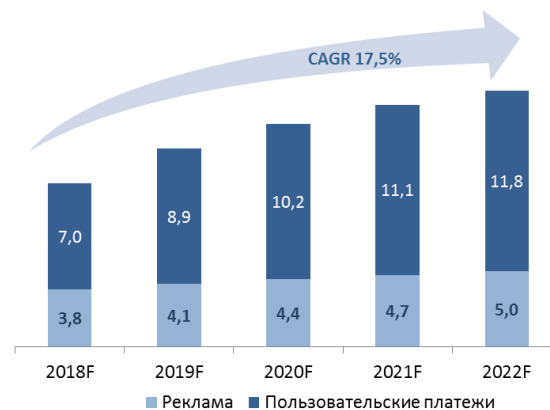
При этом более чем **на 30% выросла платящая аудитория** – к концу года она составляла около **2,6 млн пользователей**.

В среднем в **1,4 раза** увеличилось за год суммарное количество видеопросмотров.

Прогноз развития рынка OTT-видеосервисов

По прогнозам «ТМТ Консалтинг», в 2018 году рынок OTT-видеосервисов продолжит активно развиваться. Рост будет происходить в основном за счет платных сервисов, объем рынка вырастет **на 39% до 10,7 млрд руб.**

К 2022 году объем рынка OTT-видеосервисов составит 16,8 млрд руб., на доходы от пользовательских платежей будет приходиться 70% выручки. Средние темпы роста рынка (CAGR) в ближайшие 5 лет составят **17,5%**.



Основными трендами в ближайшие годы станут:

- ◆ Дальнейший рост популярности платной модели, в первую очередь – распространение подписки
- ◆ Продолжение развития партнерских отношений с операторами платного ТВ и другими игроками рынка
- ◆ Изменение состава участников рынка вследствие сделок M&A, выхода на рынок OTT операторов связи, телеканалов и ИТ-компаний
- ◆ Рост качества сервисов – предложение контента в 4К, новинок, эксклюзивного контента
- ◆ Продолжение курса на ослабление позиций нелегальных видеосервисов.