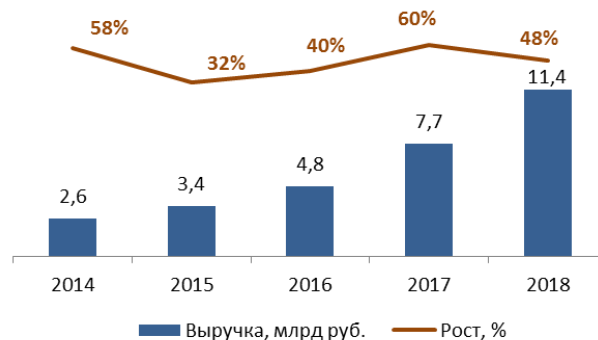


Российский рынок легальных онлайн-видеосервисов, действующих по модели OTT и предлагающих для просмотра профессиональный видеоконтент<sup>1</sup>, по итогам 2018 года вырос на 48% и составил **11,4 млрд руб.**

**Положительное влияние** на рынок оказали:

- ◆ рост платящей аудитории
- ◆ предложение онлайн-кинотеатрами эксклюзивного контента (в частности, по модели catch-forward)
- ◆ партнерства с ведущими российскими и голливудскими студиями
- ◆ значительные инвестиции видеосервисов в маркетинг
- ◆ активная борьба с пиратством
- ◆ выход на рынок крупнейших интернет-компаний - таких, как Яндекс и Рамблер

**Рынок OTT-видеосервисов, млрд руб., 2018**

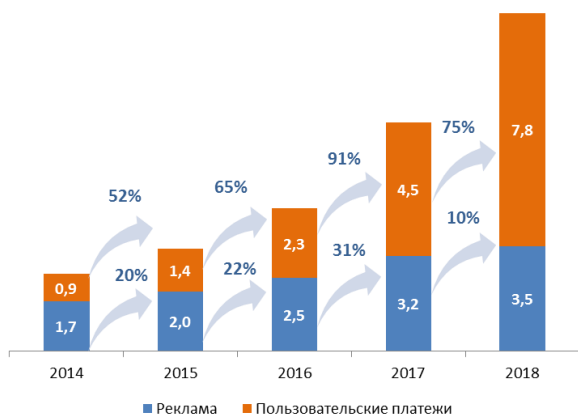


**Негативное влияние** на рынок продолжает оказывать доступность пиратского видео.

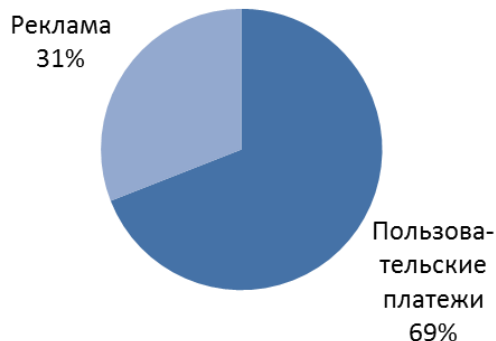
Платная модель уверенно лидирует - доходы, полученные от пользовательских платежей, составили **7,85 млрд руб.** (рост на 75%). Реклама принесла видеосервисам **3,52 млрд руб.** (рост на 10%).

По итогам года доля выручки от пользовательских платежей в общем объеме рынка выросла еще на 11 п.п. и составила 69%.

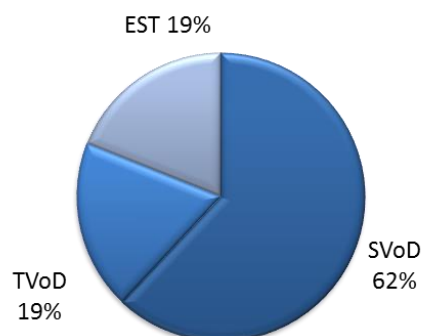
**Выручка по платной и рекламной модели, млн руб.**



**Структура выручки, 2018**



**Структура доходов по платной модели**

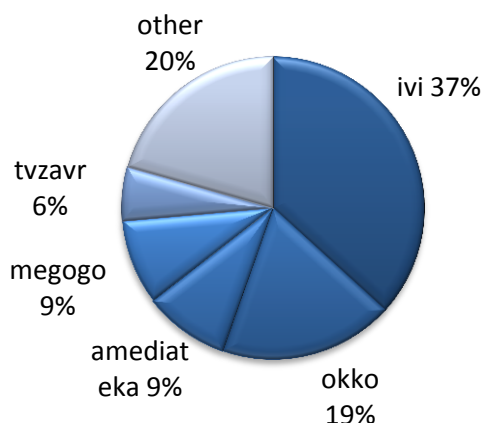


Как и в прошлом году, быстрее других способов монетизации росла выручка, полученная от подписки (рост - в 1,8 раза): ее доля в структуре пользовательских платежей увеличилась до 62%.

Причинами роста сегмента стали как активное развитие SVoD крупнейшими сервисами (ivi, Okko, Amediateka), так и выход на рынок новых игроков, предлагающих доступ к видеоконтенту по подписке (Start, TNT Premier).

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

### Структура рынка по игрокам, 2018



Уже несколько лет первые два места занимают онлайн-кинотеатры ivi и Okko. В этом году лидерам удалось укрепить свои позиции: доля ivi выросла с 32% до 37%, доля Okko - с 17% до 19%, их суммарная выручка впервые превысила половину рынка. Темпы роста обоих сервисов оказались выше среднерыночных, при этом Okko показал самый высокий из компаний ТОП-5 рост - на 81%. Выручка ivi увеличилась на 65%.

По итогам года из числа крупнейших игроков с рыночной долей более 5% выбыл онлайн-кинотеатр Tvigle. Остальным игрокам удалось удержаться в ТОПе, хотя не все они продемонстрировали высокие темпы роста.

Близок к тому, чтобы вернуться в число крупнейших игроков, «Газпром Медиа»: так, один из его активов TNT Premier быстро завоевывает аудиторию, привлекая ее эксклюзивным контентом и недорогой подпиской.

Источник: данные компаний, оценки «ТМТ Консалтинг»

### Аудитория

По оценкам «ТМТ Консалтинг», общая аудитория OTT-видеосервисов по итогам 2018 года выросла до **47 млн.** При этом **платящая аудитория** превысила **3,5 млн.**

По прогнозам «ТМТ Консалтинг», в 2019 году рынок OTT-видеосервисов вырастет на **40%** и приблизится к **16 млрд руб.**

К 2023 году его объем составит около 36 млрд руб. - всего лишь в 3,5 раза меньше объема рынка платного ТВ. На доходы от пользовательских платежей будет приходиться 86% выручки.

Средние темпы роста рынка (CAGR) в ближайшие 5 лет составят **26%**.

### Прогноз развития рынка OTT-видеосервисов



Основными трендами в ближайшие годы останутся:

- ◆ 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 4К-контента, новинок, эксклюзивного контента – в том числе собственного производства