

Российский рынок легальных VoD-сервисов, действующих по модели OTT и предлагающих для просмотра профессиональный видеоконтент¹, по итогам 2019 года вырос на 50% и составил **17,1 млрд руб.**

Положительное влияние на рынок оказали:

- ◆ рост платящей аудитории, укрепление привычки совершать покупки в интернете
- ◆ рост проникновения интернет-доступа
- ◆ рост проникновения smartTV и смартфонов
- ◆ предложение онлайн-кинотеатрами эксклюзивного контента (собственного производства, спортивного, по модели catch-forward)
- ◆ активизация на рынке крупнейших интернет-компаний и медиахолдингов
- ◆ партнерства с ведущими российскими и голливудскими студиями
- ◆ активная борьба с пиратством

Рынок OTT-видеосервисов, млрд руб., 2019

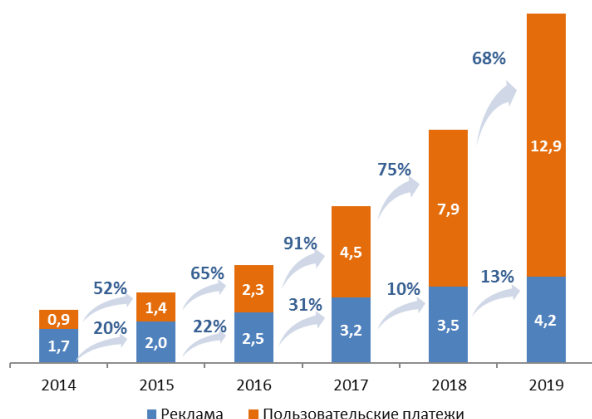


Негативное влияние на рынок продолжает оказывать доступность пиратского видео.

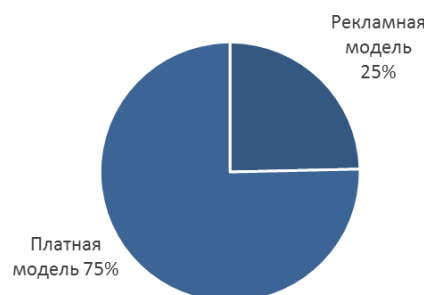
Платная модель уверенно лидирует - доходы, полученные от пользовательских платежей, составили **12,9 млрд руб.** (рост на 68%). **Реклама** принесла видеосервисам **4,2 млрд руб.** (рост на 13%).

По итогам года доля выручки от пользовательских платежей в общем объеме рынка выросла еще на 6 п.п. и составила 75%.

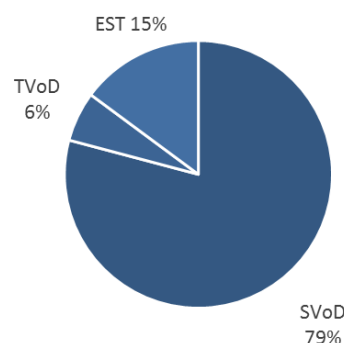
Выручка по платной и рекламной модели, млн руб.



Структура выручки, 2019



Структура доходов по платной модели



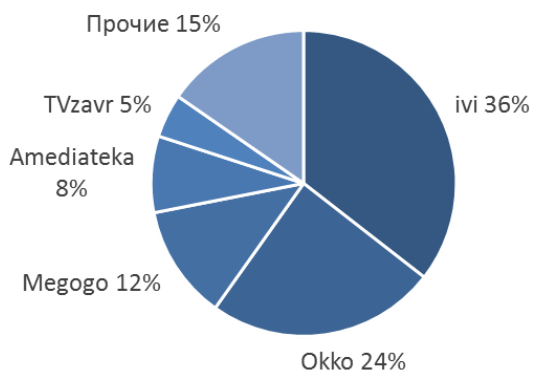
Быстрее других способов монетизации росла выручка, полученная от **подписки** (рост на 88%), ее доля в структуре пользовательских платежей увеличилась с 62% до 79%.

Можно утверждать, что подписная модель в прошедшем году стала **основной** – на нее впервые пришлось более половины всего рынка онлайн-кинотеатров (59%).

В структуре доходов, полученных по платной модели, доля EST (покупка) превысила долю TVoD (аренда). Это связано с тем, что наибольшим спросом у аудитории пользуются новинки кинопроката, распространяемые обычно по модели EST.

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

Структура рынка по игрокам, 2019



Источник: данные компаний, оценки² «ТМТ Консалтинг»

По итогам 2019 года первые две позиции сохранились за онлайн-кинотеатрами ivi и Okko. Выручка ivi увеличилась на 46%: сервис много внимания уделял эксклюзивному контенту и кинопремьерам, проводил федеральные рекламные кампании.

Okko укрепил рыночные позиции, показав самый высокий из ТОП-5 рост - на 96%. Значительную поддержку видеосервису оказал новый совладелец Rambler Group - Сбербанк, продвигавший подписку на Okko по своей многомиллионной клиентской базе.

Третье место по итогам года занял видеосервис Megogo, проводивший в 2019 большую работу по всем направлениям – контент, реклама, техническое совершенствование сервиса.

В ближайшие год-два можно ожидать появления в числе крупнейших новых игроков – так, сервисы Premier и Start быстро набирают аудиторию, привлекая ее эксклюзивным контентом.

Аудитория

По оценкам «ТМТ Консалтинг», общая аудитория OTT-видеосервисов по итогам 2019 года выросла на 10% до **54 млн**. При этом **платящая аудитория** выросла на 48% – к концу года она составляла около **5,6 млн** пользователей. Рост платящей аудитории связан, в первую очередь, с активным развитием подписки: видеосервисы привлекают пользователей эксклюзивным контентом, в том числе собственного производства (например, Start и Premier); невысокими ценами; возможностью бесплатного тестирования сервиса

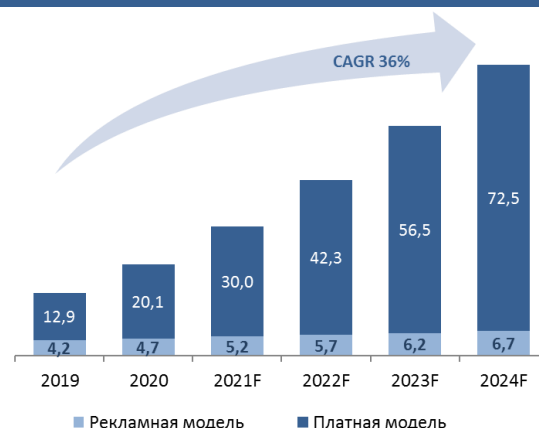
Прогноз

По прогнозам «ТМТ Консалтинг», в 2020 году рынок онлайн-кинотеатров вырастет на 45% и составит около **24,9 млрд руб.**

К 2024 году его объем превысит 79 млрд руб., на доходы, полученные по платной модели, будет приходиться 91% выручки.

Средние темпы роста рынка (CAGR) в ближайшие 5 лет составят **36%**.

Рынок онлайн-кинотеатров, 2020-2024 П



Основными трендами в ближайшие годы останутся:

- ◆ Дальнейший рост популярности платной модели, в первую очередь подписки
- ◆ Изменение состава участников рынка вследствие сделок M&A, выхода на рынок медиахолдингов и ИТ-компаний
- ◆ Рост качества сервисов – предложение 4K-контента, новинок, эксклюзивного контента (в том числе собственного производства), развитие рекомендательных сервисов и пр.
- ◆ Приток аудитории благодаря все меньшей доступности пиратского контента

«ТМТ Консалтинг», тел.: +7 (495) 740-9880 e-mail: ek@tmt-consulting.ru

² Данные могут быть немного скорректированы после появления отчетности за 2019 год в системе «СПАРК Интерфакс»