Онлайн-кинотеатры, действующие по модели OTT (неоператорские VoD-сервисы)

В 2021 году **российский рынок легальных VoD-сервисов, действующих по модели OTT** и предлагающих для просмотра профессиональный видеоконтент[1], вновь продемонстрировал высокие темпы роста. По оценкам «ТМТ Консалтинг», объем рынка по сравнению с 2020 годом увеличился на 65% и составил **45,9 млрд руб.**

Причинами роста стали:

- Развитие цифровых экосистем, рост числа пользователей мультисервисных подписок (Яндекс.Плюс, СберПрайм и других), в состав которых входит доступ к онлайн-кинотеатрам
- Учет первого полного года работы Netflix в качестве российского юрлица
- Расширение онлайн-кинотеатрами партнерских отношений с экосистемами, операторами связи, другими сервисными компаниями
- Увеличение онлайн-кинотеатрами инвестиций в производство собственного кино- и сериального контента
- Продолжившееся в 2021 году влияние пандемии на посещаемость кинотеатров и рост интереса к домашнему видеопросмотру.

В то же время **негативное влияние** на рынок все еще продолжает оказывать достаточно высокий уровень видеопиратства.

Рынок OTT-видеосервисов, млрд руб., 2021

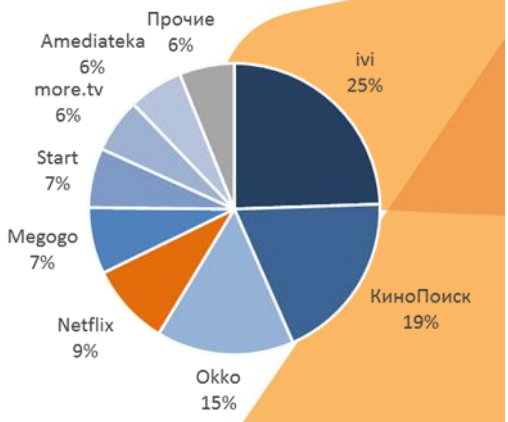
Структура выручки, 2021

Платная модель еще более укрепила свои позиции - доходы, полученные от пользовательских платежей, составили **40,3 млрд руб.** (рост на 76%). **Реклама** принесла видеосервисам **5,6 млрд руб**. (рост на 15%). По итогам года доля выручки от пользовательских платежей в общем объеме рынка выросла на 6 п.п. и составила 88%.

Состав ТОП-3 видеосервисов по итогам 2021 года не изменился – все так же в него входят ivi, Okko и КиноПоиск, однако позиции игроков поменялись.

Лидером рынка по итогам года остается онлайн-кинотеатр **ivi.** Выручка компании без учета доходов от продажи лицензий на контент собственного производства выросла более чем на треть (вся выручка – на 41%). Компании удалось в прошедшем году привлечь самый большой за свою историю объем инвестиций, который будет направлен на дальнейшее развитие сервиса, в частности – на производство собственного контента и совершенствование технологической платформы.

Структура рынка по игрокам (доходы), 2021



КиноПоиск по итогам года вышел на 2-е место: доходы видеосервиса за год выросли втрое (это самый высокий показатель на рынке). Благодаря развитию экосистемной подписки Яндекс.Плюс КиноПоиск стал самым большим

[1] В состав рынка входят онлайн-кинотеатры (OTT VoD) и **НЕ** входят операторский VoD, видеопорталы, сайты телеканалов и магазины приложений – такие, как iTunes, Google Play

©ТМТ Консалтинг

видеосервисом в России по числу подписчиков. Привлечению аудитории способствовало в том числе предложение рейтинговых сериалов собственного производства (в 2021 году их вышло 5).
Онлайн-кинотеатр **Okko**, являющийся частью экосистемы Сбера, рос в 2021 году несколько медленнее своих ближайших конкурентов и в результате уступил 2-е место, которое неизменно занимал начиная с 2013 года.

Американский видеосервис **Netflix**, оператором которого в 2020 году стала дочка НМГ - ООО «Развлекательный онлайн-сервис», после первого «полного» года деятельности в России вышел на 4-е место.

Megogo, до прошлого года входивший в тройку сильнейших, в 2021 году значительно прибавил в росте: выручка компании увеличилась на 46% благодаря развитию партнерских отношений с ТВ вендорами, другими онлайн-кинотеатрами и прочими сервисами, расширению контентного предложения.

Свою рыночную позицию укрепил видеосервис **Start** - рост выручки на 85% (что выше среднерыночного) позволил компании увеличить рыночную долю с 6% до 7%. В течение года Start предложил своей аудитории 28 оригинальных проектов – в том числе благодаря этому суммарное время видеопросмотров на площадке выросло в 2 раза.

Онлайн-кинотеатр **more.tv** благодаря росту на 95% впервые попал в число игроков с рыночной долей свыше 5%. More.tv, как и большинство компаний-лидеров, занимается созданием собственного видеоконтента - в прошедшем году вышло 4 проекта more.originals, еще 4 были выпущены в совместном производстве с другими студиями.

Еще один видеосервис с рыночной долей выше 5% - **Amediateka** – вырос в 2021 году на 42%.

Аудитория

По оценкам «ТМТ Консалтинг», общая аудитория OTT-видеосервисов по итогам 2021 года выросла на 8% до **68 млн**. При этом **число домохозяйств**, в которых имеется хотя бы одна подписка на онлайн-кинотеатр, выросло на 33% – к концу года оно составляло **11,3 млн**. Проникновение подписки среди российских домохозяйств за год выросло с 15% до **20%**.

Прогноз

По прогнозам «ТМТ Консалтинг», в 2022 году рынок онлайн-кинотеатров вырастет на 12% и превысит **51,4 млрд руб**. Основными трендами в ближайшие годы останутся:

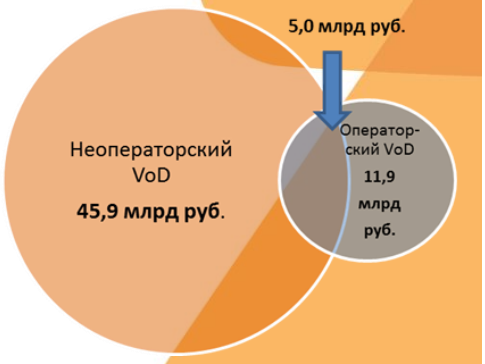
- Развитие онлайн-кинотеатров в рамках экосистем
- Расширение партнерства с сервисными компаниями
- Дальнейшее развитие собственного производства фильмов и сериалов
- Изменение геополитической ситуации, с одной стороны, может привлечь к российским видеосервисам дополнительную российскую аудиторию, с другой – сократить доходы от предоставления услуг на зарубежных рынках.

Операторские VoD-сервисы

Все более заметную конкуренцию неоператорским видеосервисам начинают составлять **операторские VoD-сервисы**. По оценкам «ТМТ Консалтинг», объем доходов, полученных операторами от предоставления услуги «видео по запросу», в 2021 году составил **11,9 млрд рублей**.

Два этих рынка – операторского и OTT VoD - имеют пересечение, поскольку большинство операторов платного ТВ предлагают своим абонентам подписки на такие онлайн-кинотеатры, как ivi, Amediateka, Start, Premier, more.tv, КиноПоиск и другие. С другой стороны, подписаться на операторские видеосервисы – Wink («Ростелеком»), Kion (МТС), «Билайн ТВ», «МегаФон ТВ» и др. могут не только абоненты этих операторов.

Рынок VoD, 2021



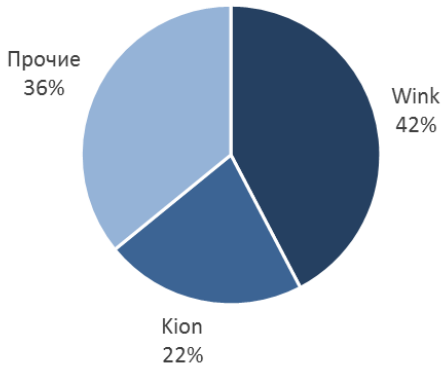
По оценкам «ТМТ Консалтинг», объем этого общего сегмента - около 5 млрд рублей. Таким образом, **весь российский рынок VoD** по итогам 2021 года составил около **53 млрд рублей.**

©ТМТ Консалтинг

Крупнейшими игроками рынка операторского VoD являются видеосервисы Wink («Ростелеком») и Kion (МТС). Бесспорным преимуществом операторов является наличие абонентской базы по услугам интернет-доступа (как фиксированного, так и мобильного) и платного ТВ.

Операторы предлагают своим абонентам доступ к собственным видеосервисам и библиотекам партнерских онлайн-кинотеатров по разным схемам: в составе основной услуги платного ТВ, в составе пакетов услуг (ШПД, мобильная связь и др.), как дополнительные подписки.

Структура рынка операторского VoD, 2021



Выручка крупнейшего среди операторских онлайн-кинотеатров видеосервиса **Wink** («Ростелеком») выросла в 2021 году на 76%. Доступ к онлайн-кинотеатру был включен в пакеты услуг (ШПД+ТВ), в конвергентные пакеты сотового оператора Tele2. Подключиться к онлайн-кинотеатру могут и те, кто не является абонентом оператора - через приложения или на сайте.

Запущенный в 2021 году видеосервис МТС **KION** достиг за год заметных результатов: объем доходов превысил выручку сервиса-предшественника «МТС ТВ» более чем в 3 раза, число платных подписчиков онлайн-кинотеатра к концу года составило 3,5 млн. Доступ к онлайн-кинотеатру Kion был включен в состав экосистемной подписки МТС Premium, добавлен в ряд пакетов услуг связи (с мобильной связью, со спутниковым ТВ). Важным преимуществом сервиса является производство собственного контента линейки KION Originals.

Услугу VoD предлагают и все другие крупные операторы платного ТВ – «ЭР-Телеком», Акадо, все спутниковые операторы («Триколор», «Орион», «НТВ-Плюс»), сотовые операторы – сервисами «Билайн ТВ», «МегаФон ТВ» пользуются многие абоненты мобильной связи.

По оценкам «ТМТ Консалтинг», **в 2022 году** объем рынка операторского VoD превысит **15 млрд руб**., объем суммарного (неоператорского и операторского) рынка VoD составит свыше **66 млрд рублей.**

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

©ТМТ Консалтинг