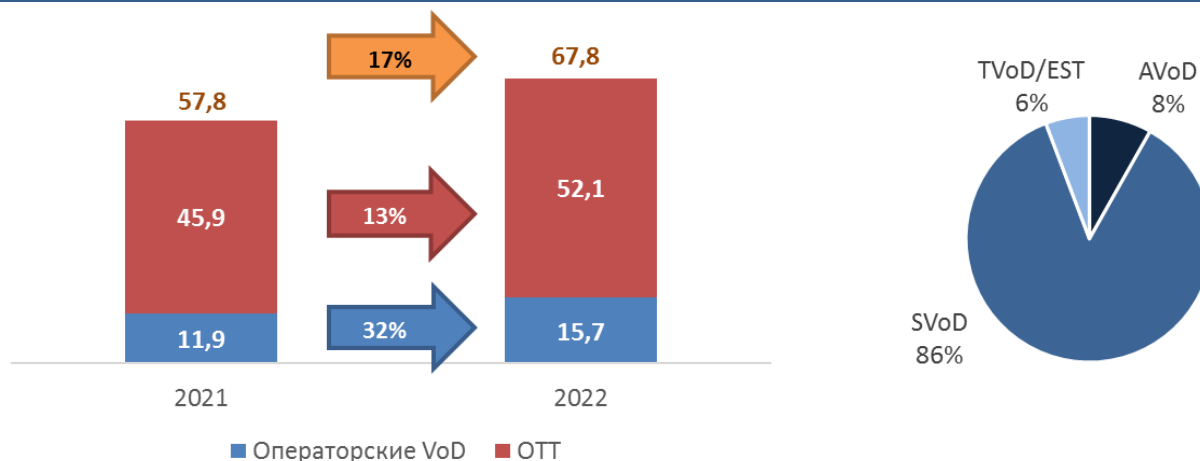


По оценкам «ТМТ Консалтинг», в 2022 году доходы **российского рынка легальных VoD-сервисов**, предлагающих для просмотра профессиональный видеоконтент<sup>1</sup>, увеличились на **17%** и составили **67,8 млрд руб.**

Сегмент операторских VoD-сервисов вырос на 32% до 15,7 млрд рублей. Рост сегмента онлайн-кинотеатров, действующих по модели OTT (неоператорские VoD-сервисы) составил 13%: его объем увеличился до 52,1 млрд рублей. К более низким показателям роста этого сегмента привел уход с российского рынка видеосервисов Netflix и Megogo (без учета этих сервисов в 2021 и 2022 гг. рост сегмента составил бы 31%).

**Реклама** принесла видеосервисам 5,3 млрд руб. – на 9% меньше, чем в предыдущем году. Спад вызван уходом с российского рынка многих крупных зарубежных рекламодателей. Тем не менее, сильное снижение рекламной выручки в 1 полугодии почти компенсировал рост во 2-м.

Рост доходов, полученных по **платной модели**, составил 20% (62,5 млрд рублей). При этом доходы от TVoD/EST сократились: снижение составило 28% - это стало следствием отсутствия на экранах многих зарубежных киноновинок. Доходы, полученные от подписки, выросли на 25%.

**Рынок OTT-видеосервисов, млрд руб., 2022****Структура выручки, 2022**

#### Причинами роста рынка стали:

- ◆ Развитие цифровых экосистем, увеличение числа пользователей мультисервисных подписок (Яндекс.Плюс, MTS Premium и других), в состав которых входит доступ к онлайн-кинотеатрам.
- ◆ Расширение онлайн-кинотеатрами партнерских отношений с операторами связи (на долю партнерских платежей пришлось почти 8 млрд рублей).
- ◆ Выстраивание отношений с новыми зарубежными поставщиками контента.
- ◆ Нарастивание объемов производства собственного кино- и сериального контента.
- ◆ Повышение стоимости подписки рядом видеосервисов.
- ◆ Рост потребления (почти все видеосервисы отмечают значительный рост числа просмотров и времени видеосмотра), в том числе за счет подписок на дополнительные пакеты (как следствие, рост ARPU)

#### В то же время **негативное влияние** на рынок оказали:

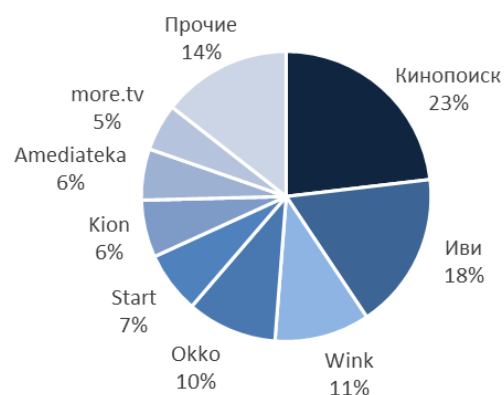
- ◆ Сокращение объема зарубежного контента от крупных производителей, в частности, отсутствие киноновинок от мейджоров.
- ◆ Уход с российского рынка зарубежных видеосервисов - американского Netflix и украинского Megogo, занимавших по итогам 2021 года 5-е и 6-е места.
- ◆ Все еще высокий уровень видеопиратства.

<sup>1</sup> В состав рынка входят онлайн-кинотеатры (OTT VoD), операторские VoD-сервисы и не входят видеопорталы, сайты телеканалов и магазины приложений – такие, как iTunes, Google Play. В состав выручки входят партнерские платежи и не входят доходы от лицензирования.

## Игроки

Крупнейшими игроками по итогам 2022 года стали Кинопоиск, Иви и Wink, потеснивший с 3-го места Okko.

### Структура рынка по игрокам (доходы), 2022



**Кинопоиск**, в 1 полугодии 2022 года вышедший на 1-е место, по итогам года еще более укрепил свое лидерство. Доходы видеосервиса выросли на 78% (это самый высокий показатель на рынке). К таким результатам привел продолжающийся общий рост числа подписчиков Яндекс.Плюс (с 12,0 млн до 19,3 млн), происходивший в том числе за счет перехода на единый семейный тариф Плюс Мульти. Соответственно увеличилось и число тех, кто смотрел видеоконтент - с 4,8 до **8,4 млн**. Привлечению аудитории способствовало и предложение фильмов и сериалов собственного производства (в 2022 году вышло 9 новинок). Таким образом, по итогам года Кинопоиск занял 1-е место и по числу подписчиков.

На 2 позиции прочно укрепился онлайн-кинотеатр **Иви**. Выручка компании без учета доходов от продажи лицензий на контент собственного производства по итогам года выросла на 6% (вся выручка – на 8%). Уход зарубежных мейджоров привел к заметному сокращению размера библиотеки видеосервиса, которое удалось во многом заместить контрактами с новыми контентными партнерами. Росту числа платных подписчиков на 28% способствовал запуск новой подписки «Изи Иви». В итоге суммарное время просмотра за год выросло более чем на 30%.

Выручка крупнейшего среди операторских онлайн-кинотеатров видеосервиса **Wink** («Ростелеком») выросла в 2022 году на 44%. Доступ к онлайн-кинотеатру включен в пакеты услуг (ШПД+ТВ), в конвергентные пакеты сотового оператора Tele2. Кроме того, оператор предлагает подписки на видеосервисы 4 партнеров, объединенные в пакеты, что удобно для IPTV-пользователей оператора. Данный формат предложения услуги, а также увеличение каталога за счет нового иностранного контента (из азиатских стран, от независимых студий и пр.) привели к тому, что суммарное время видеосмотра за год выросло на 67%.

Онлайн-кинотеатр **Okko**, переставший быть частью экосистемы Сбера, по итогам 2022 года переместился на 4-е место. Несмотря на отсутствие заметной динамики в выручке, показатели видеосмотра у видеосервиса, как и у прочих игроков, также выросли – рост составил 39%.

Свою рыночную позицию укрепил видеосервис **Start**, поднявшийся на 5-е место. Рост выручки на 53% произошел за счет объединения с оператором «МегаФон» и благодаря активной контентной политике: в 2022 году Start стал лидером среди видеосервисов по предложению оригинального контента (20 новых проектов). Кроме того, онлайн-кинотеатр предложил своим подписчикам просмотр более чем 200 телеканалов (два из которых – собственные). Как следствие, суммарное время просмотра на площадке выросло почти на 60%.

Совсем немного уступил видеосервису Start онлайн-кинотеатр **KION** (МТС). По итогам года число платных подписчиков сервиса выросло на 63% и достигло 6,6 млн, выручка увеличилась на 68% (по этому показателю KION занял 2-е место на рынке). Росту способствовали возможности МТС, поскольку предложение KION в первую очередь направлено на многомиллионную абонентскую базу услуг связи оператора; вхождение KION в экосистемную подписку МТС Premium; а также развитие направления KION Originals – в 2022 году на видеосервисе вышли 16 новых проектов.

Еще один видеосервис с рыночной долей выше 5% - **Amediateka** – также рос в 2022 году быстрее рынка (на 40%). Благодаря появлению в библиотеке сервиса новых рейтинговых сериалов число подписчиков увеличилось за год на 47%, количество просмотров выросло на 23%.

Онлайн-кинотеатр **more.tv** закрепился в числе игроков с рыночной долей свыше 5%. Выручка сервиса увеличилась за год на 27%. More.tv, как и большинство компаний-лидеров, занимается созданием собственного видеоконтента - в прошедшем году вышло 6 проектов more originals. Несмотря на сокращение в библиотеке зарубежного контента, сервису удалось увеличить спрос: время видеосмотра за год выросло более чем на 60%.

### Аудитория

По оценкам «ТМТ Консалтинг», **число домохозяйств**, в которых имеется хотя бы одна платная подписка на онлайн-кинотеатр, выросло по итогам 2022 года на 15% – к концу года оно составляло **13,0 млн.** Проникновение подписки среди российских домохозяйств за год выросло с 20% до **23%**.

### Прогноз

По прогнозам «ТМТ Консалтинг», в 2023 году рынок онлайн-кинотеатров вырастет на 18-20% и превысит **80 млрд руб.**