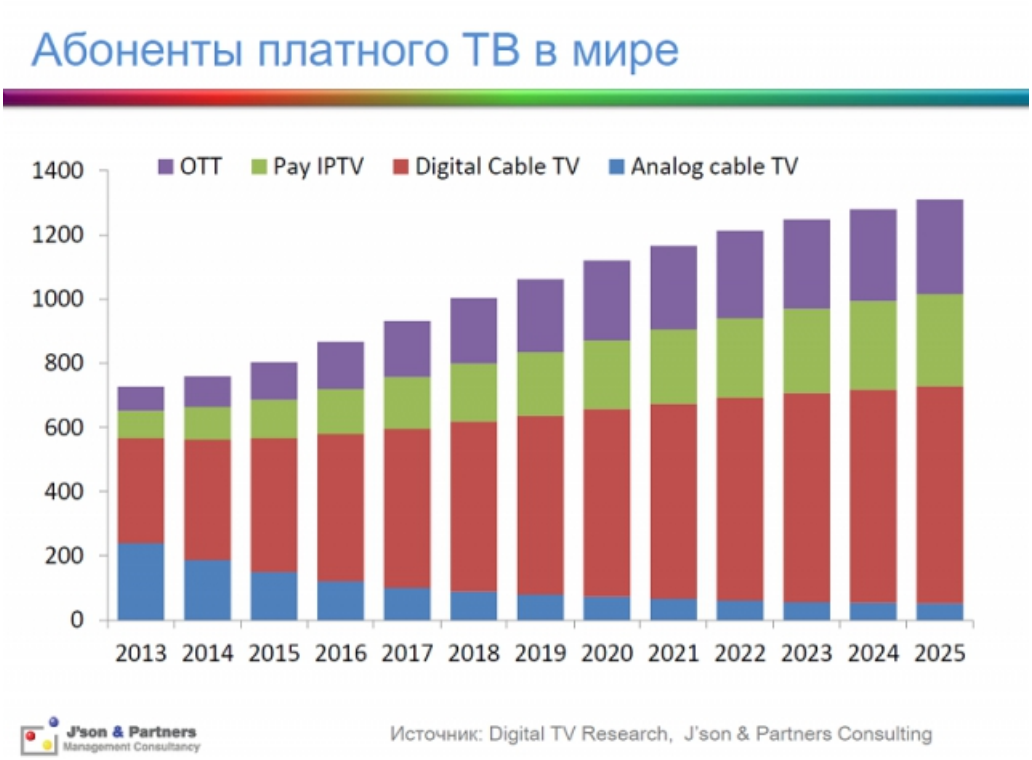
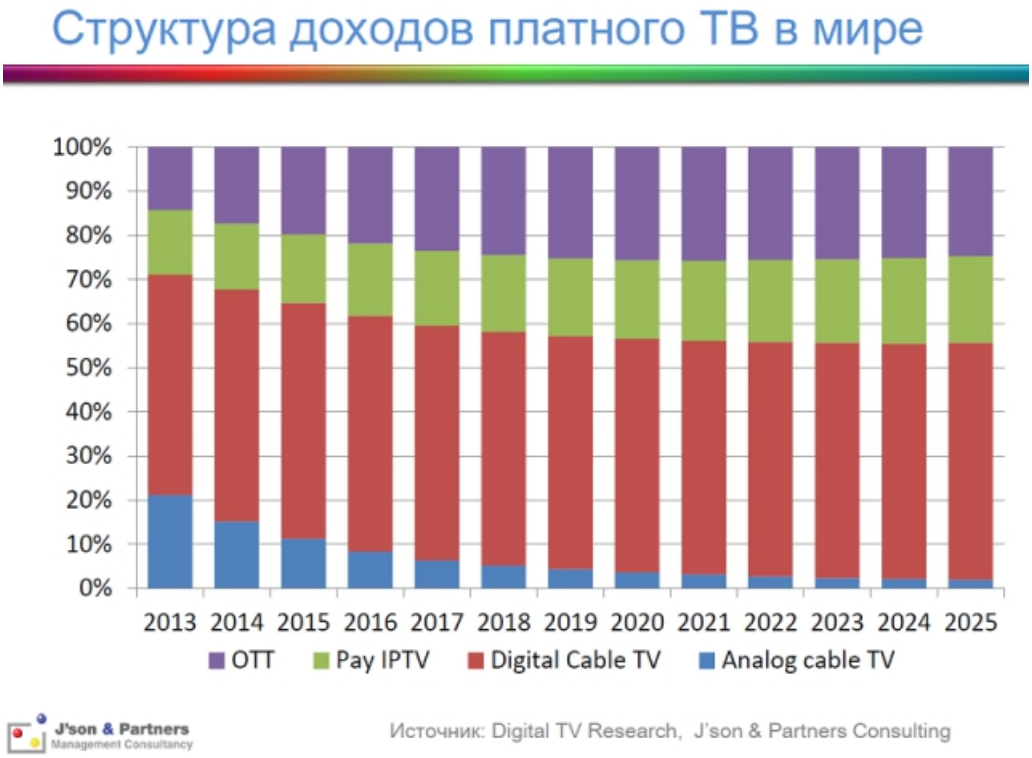
«Занятная» аналитика: рынки платного ТВ и OTT

Агентство J’son & Partners Consulting опубликовало занятный прогноз развития российского рынка платного телевидения до 2024 года. Почему "занятный"? Потому что ранее в прогнозах фигурировал 2020 год. Как оказалось, следующая за ним четырёхлетка для отечественного рынка будет куда более интересной и богатой на события. Здесь вам и окончательное отключение аналогового эфирного ТВ, стагнация рынка спутникового ТВ, "захват умов" OTT и многое другое.

Для понимания, куда движется российский рынок платного телевидения, обратим внимание на ситуацию в мире. А там наблюдается существенное падение рынка аналогового кабельного ТВ.

По прогнозам Digital TV Research и J’son & Partners Consulting к 2025 году количество абонентов аналогового кабельного телевидения упадет почти в 4 раза от текущих уровней. При этом число домохозяйств с подключением цифрового кабельного ТВ увеличится чуть более чем в два раза, а IP-телевидения и OTT - в три раза.

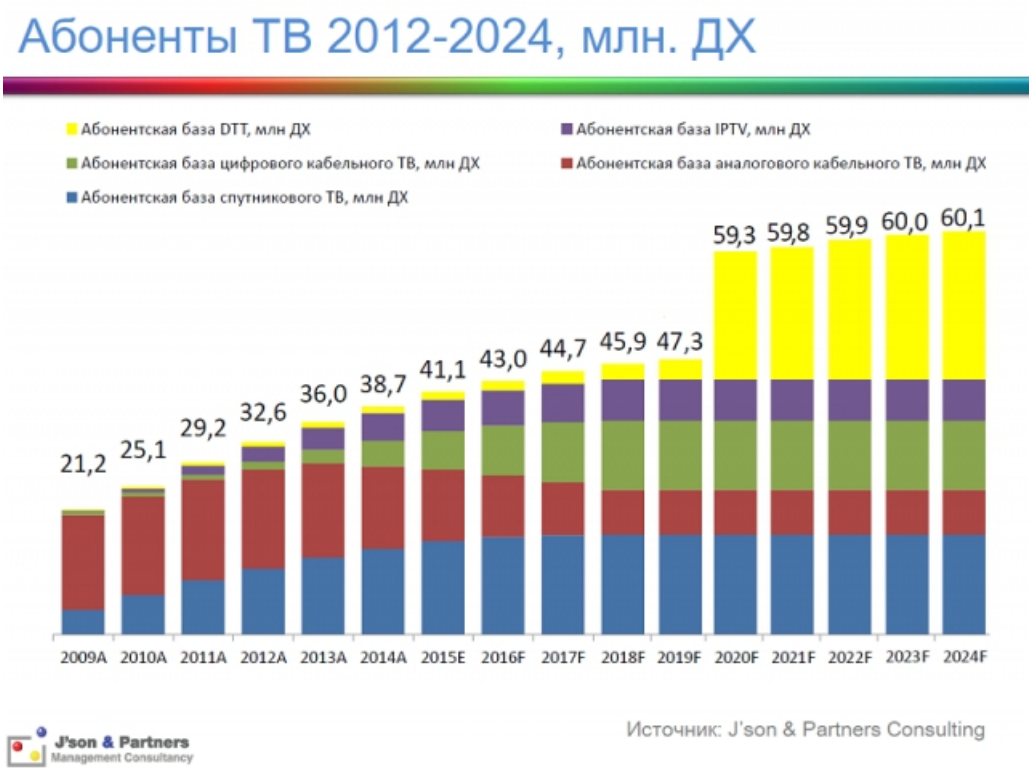




Изменится и структура доходов платного телевидения. Если в 2014 году 15% от всех доходов в мире приходилось на аналоговое кабельное ТВ, то к 2025 году прогнозируется лишь 2%. В тоже время доля цифрового кабельного ТВ должна вырасти с 52% до 54%, IP-телевидения с 15% до 20%, а OTT – с 18% до 24%.

Наиболее близким к России рынком платного телевидения в J'son & Partners считают немецкий. Отсюда сравнение и прогнозы на ближайшую перспективу. Как видно из слайда ниже, после отключения аналогового эфирного телевидения структура рынка по абонентам изменилась слабо. Небольшой прирост доли рынка был зафиксирован в сегменте спутникового и IP телевидения.





Ну, а что Россия? К концу 2015 года абонентская база телевидения должна достигнуть 41,1 млн домохозяйств. Если говорить о долях по отдельным технологиям, то 38% аудитории в качестве источника сигнала используют спутник, 27% - аналоговое кабельное ТВ, 17% - цифровое кабельное ТВ, 13% - IP ТВ, 5% - цифровое эфирное ТВ.

К 2019 году абонентская база увеличится на 6,2 млн до 47,3 млн домохозяйств, а самыми растущими

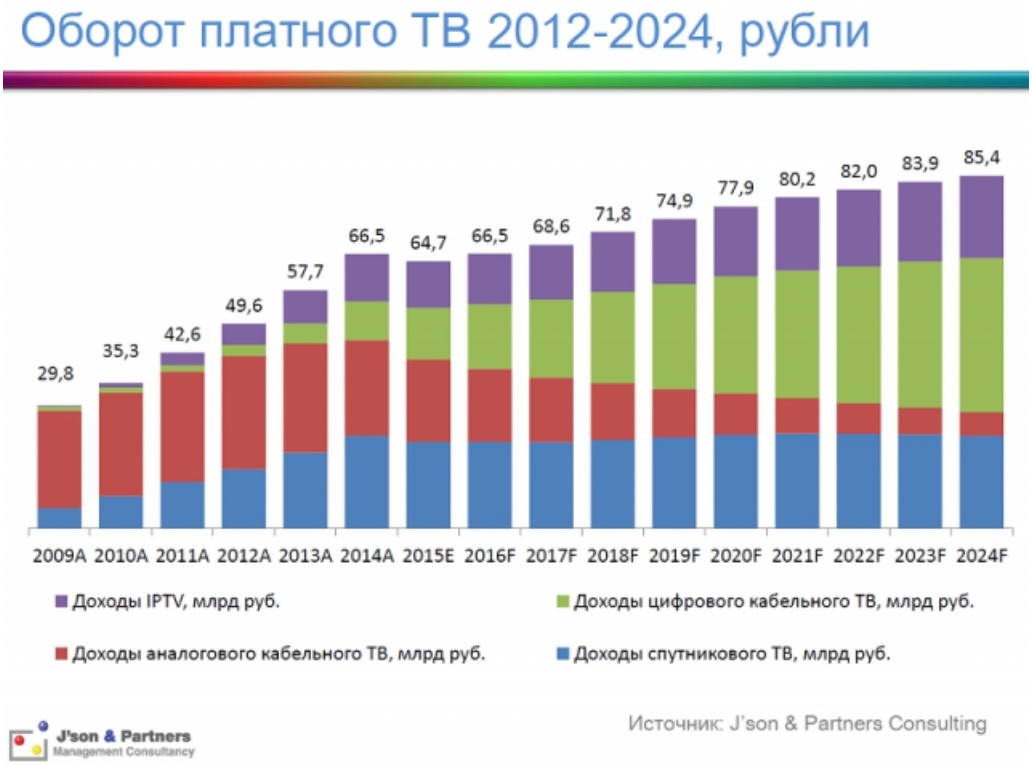
сегментами рынка в этот период станут цифровое кабельное и IP телевидение. Рост абонентской базы спутникового ТВ, по данным J’son & Partners, прекратиться в 2017 году. Аккурат к этому времени эфирная "цифра" должна прийти во все пригороды и отдалённые населённые пункты страны. Аудитория аналогового кабельного ТВ будет достаточно быстро сокращаться. Связано это будет в первую очередь с ростом проникновения телевизоров с поддержкой цифрового ТВ. А вот абонентская база эфирной "цифры" до момента отключения аналогового телевидения будет расти слабо.

Несмотря на обещания отключить аналоговое эфирное ТВ сначала в 2017-м, а потом в 2018-и году, реальной датой этого события может стать 2019 год.

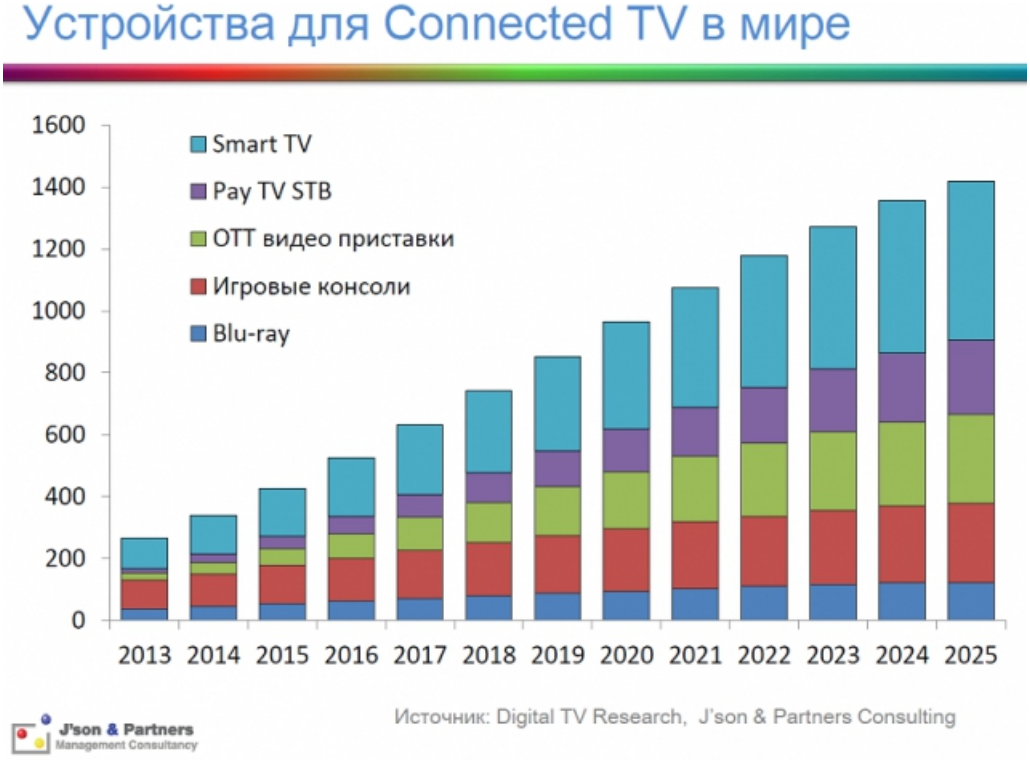
- Перенос сроков отключения аналогового телевидения происходит и происходил во всех странах мира. И каждый раз находятся те, кто не успел к этому подготовится, - отмечает Дмитрий Колесов, директор департамента ТВ и контента J`Son&Partners Consulting. – В России же это окончательно должно произойти весной-летом 2019 года. Дело в том, что весной 2018 года в России должны пройти выборы президента, а осенью – региональные выборы. До этого момента людям обязательно оставят аналоговое телевидение.

После отключения эфирного аналогового ТВ резко вырастет количество абонентов с эфирным цифровым ТВ. В 2020 году рост этого сегмента составит 12 млн домохозяйств. Остальные сегменты, как это ни удивительно, расти не будут. Как показывает практика, российские абоненты не любят платить за телевидение при наличии бесплатной эфирной "цифры" и двух мультиплексов с основными каналами.

Что касается оборота платного ТВ, то в ближайшие пару лет будет наблюдаться восстановление рынка до уровня 2014 года. Кризисные явления в экономике и девальвация рубля снизили его капитализацию. Самым прибыльным сегментом в горизонте до 2024 года будет оставаться цифровое кабельное телевидение. Чуть слабее будут расти доходы от IP-телевидения. Рост доходов от спутникового ТВ с 2018-2019 года прекратиться. Этот сегмент начнёт стагнировать. Ну, а доходы от аналогового кабельного ТВ естественным образом упадут до минимумов. По этой причине многие операторы будут отказываться от этого направления в своей деятельности, и ориентироваться исключительно на "цифру".



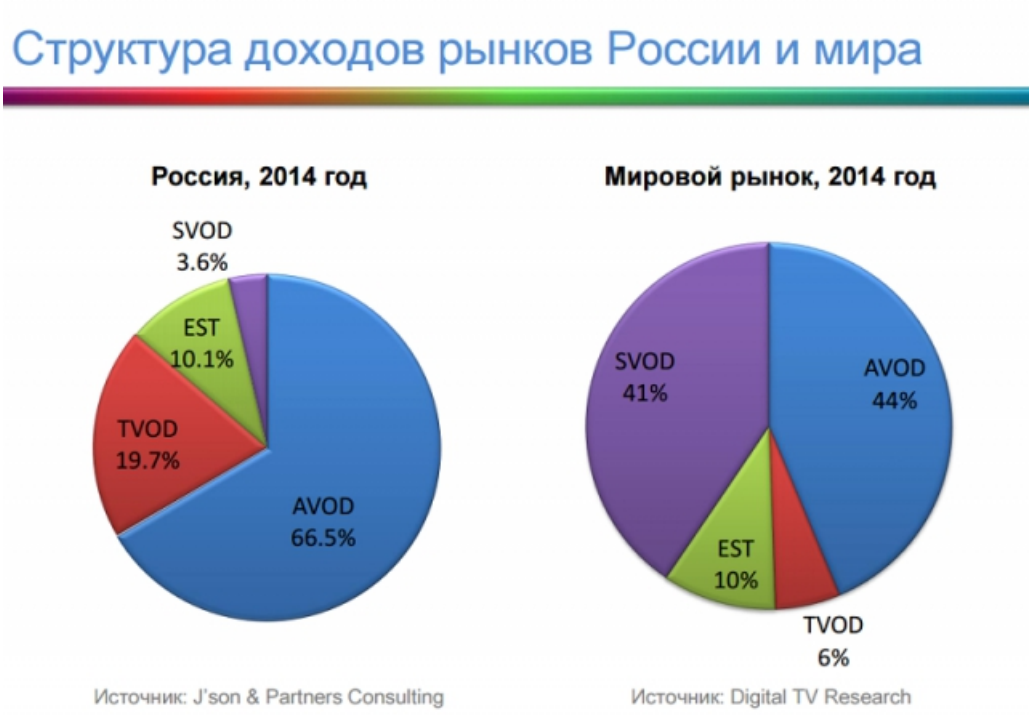
Для рынка телевидения не пройдёт незаметным появление всё новых устройств, способных воспроизводить телевизионный и видео контент. В настоящее время, так называемый сегмент Connect TV, насчитывает порядка 400 млн устройств в мире. По прогнозам Digital TV Research и J’son & Partners Consulting, к 2025 году сегмент вырастет до 1,4 млрд устройств. Лидерами здесь станут Смарт ТВ, OTT видео приставки и игровые консоли.



В России наблюдается схожая картина, но с учётом отставания в 3-4 года от Северной Америки или Европы. К примеру, уже сейчас в нашей стране доля интернет-трафика от Смарт ТВ достигает 15%. Екатеринбург, так и вообще отличился на этом фоне долей в 17%. Это даже выше, чем в Москве и Санкт-Петербурге.



Появление альтернативных устройств требует ответных действий от кабельных операторов и производителей телевизионного контента. Все игроки должны учитывать высокий спрос со стороны пользователей смартфонов, планшетов, игровых приставок и т.п. Собственно, OTT-сервисы являются одним из вариантов работы в новых обстоятельствах.



К слову, российский рынок легальных видеосервисов в 2014 году оценивался на уровне 7,4 млрд рублей. К 2019 году его объём должен вырасти до 12,9 млрд рублей.

В настоящее время 65% доходов от видео приходится на модель AVoD (разовый просмотр видео вместе с рекламой - YouTube, ivi, Tvzavr, Tvigle), 19,7% - на TVoD (прокат контента, когда пользователь может смотреть видео определенный промежуток времени – "Ростелеком", "Триколор", МТС), 10,1% - на EST (классическая покупка видео контента - ОККО, iTunes, Google Play), 3,6% - на SVoD (подписка на отдельный контент - Amediateka, Stream). Контент, распространяемый по моделям SVoD, TVoD, EST, обычно имеет DRM-защиту, которая намеренно ограничивает либо затрудняет различные действия с видео в электронном формате в целях соблюдения авторских прав.

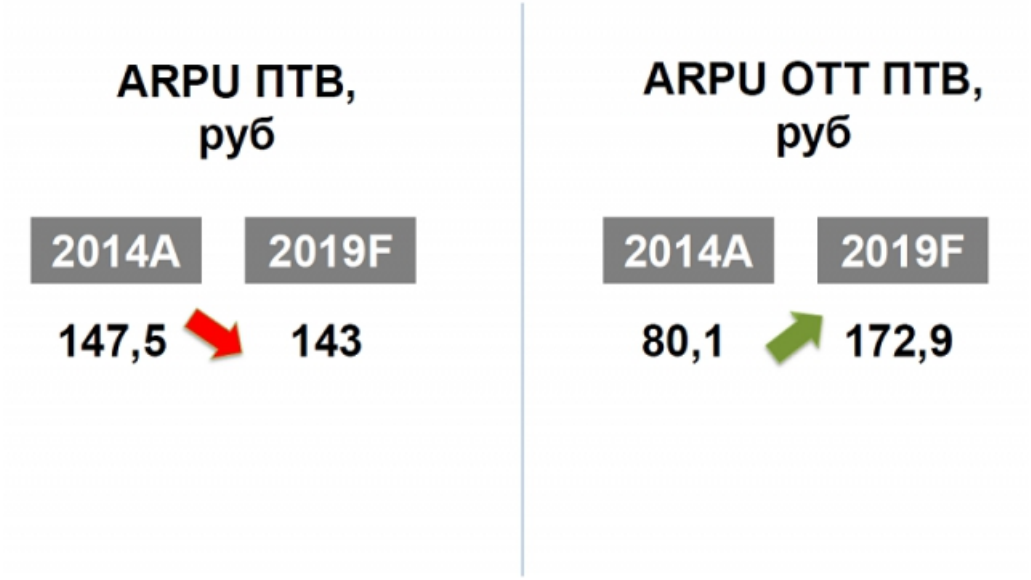


Предполагается, что доходы от платного телевидения в течение ближайших пяти лет вырастут с 66,48 млн до 74,9 млн рублей, а доходы от OTT платного ТВ – с 1,13 млн до 1,45 млн рублей. Встаёт резонный вопрос, зачем тогда операторам вообще нужно развивать OTT сервисы.

Операторы на рынке OTT

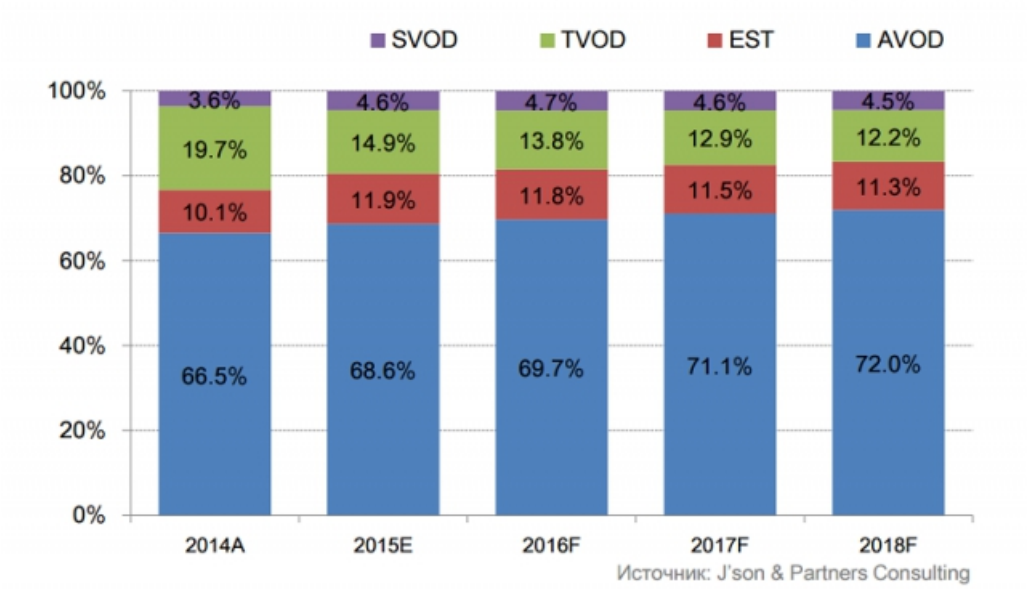


Зачем это операторам?



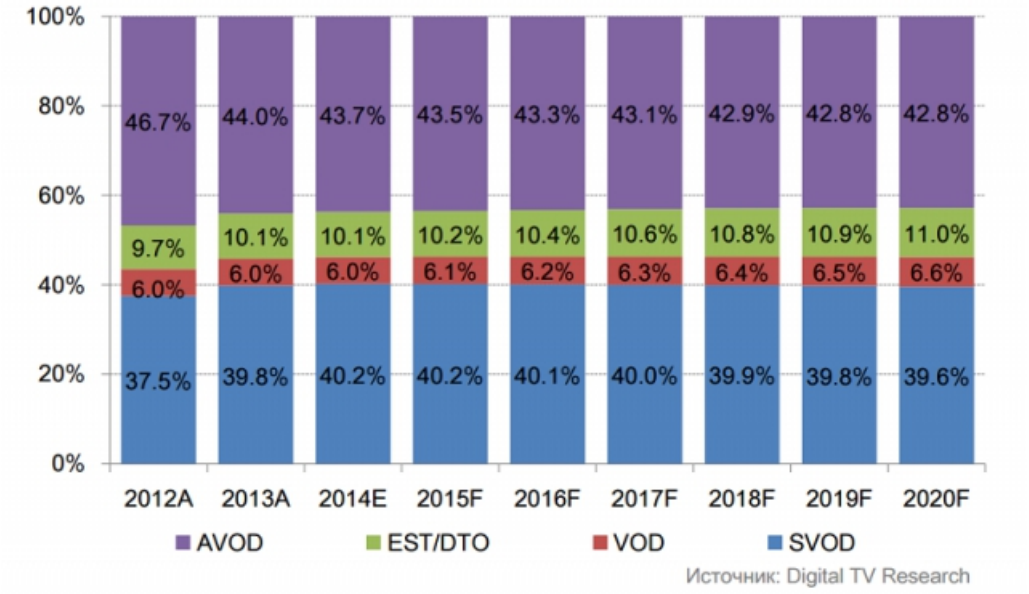
Ответ заключается в динамике ARPU разных сегментов рынка. Например, к 2019 году ARPU от платного ТВ должен снизится с нынешних 147,5 рублей в месяц до 143, в то время как ARPU от OTT сервисов в рамках платного ТВ вырастет с 80,1 до 172,9 рублей в месяц. Таким образом, OTT проекты помогут операторам расти органически и покроют падение прибыли от классической модели телевидения.

Прогноз структуры рынка



Помимо этого рост рынка видеосервисов будет происходить за счёт вовлечения новых пользователей. Не стоит сбрасывать со счетов рост числа Smart TV и мобильных устройств, увеличение количества легального контента, развитие онлайн-кинотеатров от телеканалов и операторов связи.

Структура доходов мирового рынка видеосервисов



Распределение доходов по рынку видеосервисов в мире кардинально отличается от России. Здесь первенство за моделями AVoD (лидер - YouTube) и SVoD (лидер - Netflix) – на них суммарно приходится до 86%. И с течением времени эта диспозиция практически не изменится.

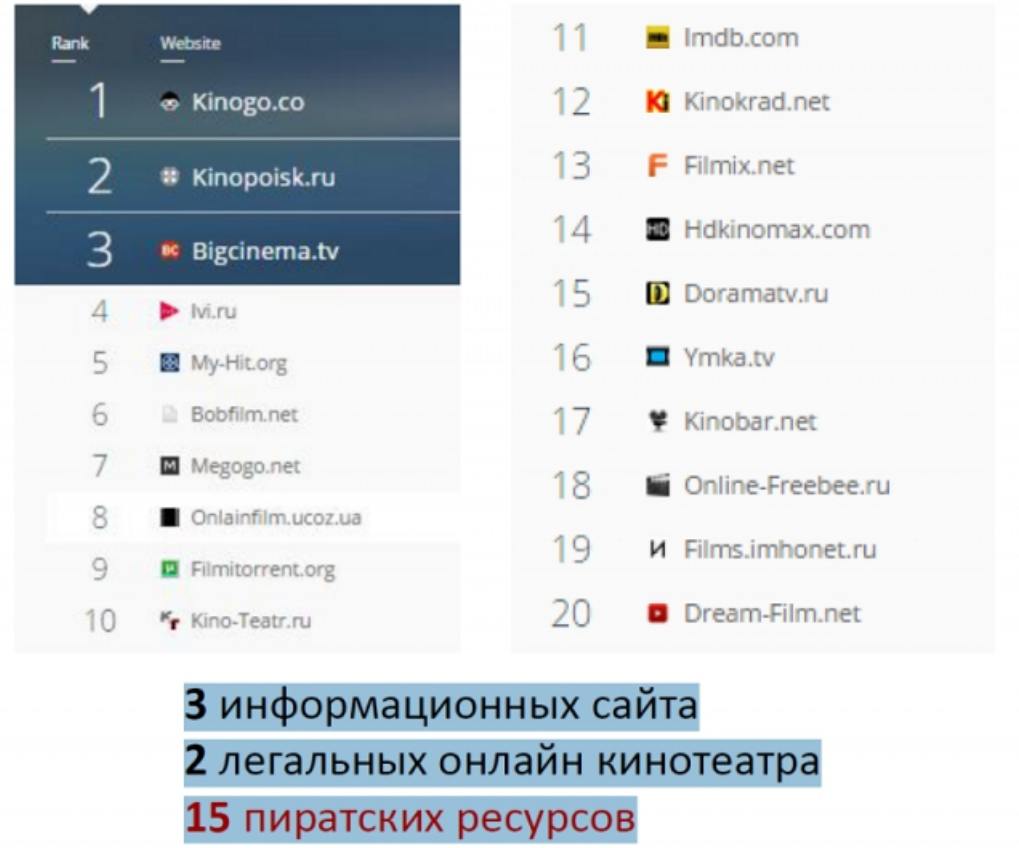
Причины слабого развития OTT-сервисов в России стоит искать во всевозможных барьерах. В первую очередь, это высокая стоимость лицензионных прав на фильмы. Во-вторых, нежелание федеральных каналов отдавать интернет-права на онлайн-вещание сторонним сервисам. В-третьих, крупнейшие хранилища контента в социальных сетях и пиратство. В-четвёртых, отсутствие измерений аудитории на всех платформах для рекламной модели. Пока не будут разрешены эти вопросы, OTT не будет показывать весь потенциал своего роста. У молодого рынка OTT в России очень много угроз и пока не очень много денег.

Ряд экспертов считает, что главной проблемой российского рынка является пиратство.

- Это миф, что российский пользователь не готов платить за медиаконтент. Давайте посмотрим

статистику по обороту DVD-дисков в России ещё несколько лет назад. Он составлял $3 млрд, - приводит данные Алексей Бырдин, генеральный директор ассоциации "Интернет-видео". - Сегодня же оборот всей киноиндустрии, включая DVD, Blu-Ray, платное ТВ составляет $1 млрд. В связи с увеличением скоростей Интернета и появлением торренто-подобных сайтов все просто подсели на халяву. То есть потенциал покупательной способности есть. И он недооценён примерно в 3,5 раза.

В подтверждении этих слов ассоциация "Интернет-видео" приводит данные о 20 самых посещаемых интернет-сайтах в России с видеоконтентом. Среди них три информационных сайта, два легальных онлайн-кинотеатра и 15 пиратских ресурсов.



Пока у русского человека есть возможность что-то скачать бесплатно – он будет это делать. Но пиратство не всегда связано с тем, что человек не хочет платить. Он бы и рад заплатить, но у него нет условий и обстоятельств купить интересующий его сериал или фильм.

- Многие фильмы и сериалы в нашей стране не лицензируются вообще из-за высокой стоимости, либо лицензируются, но лишь через несколько месяцев после выхода фильма в прокат, а кому хочется ждать, - отмечает Алексей Бырдин.

По статистике Digital TV Research, среднестатистический американец просматривает на экране своего телевизора, компьютера, смартфона или планшета 2,4 фильма в месяц. В России же – 8,2. Почему? Потому что в нашей стране фильмы и сериалы можно скачать бесплатно и удалить, если они не понравятся, а в США за них приходится платить.

По этой причине в России активизировали войну с пиратством. В кампании принимают участие не только правообладатели, но и операторы связи. Новое законодательство позволяет пресекать распространение нелицензионного контента. Эксперты полагают, что, начиная с 2016 года, количество пиратского контента на отечественном рынке начнёт снижаться. А через пару лет возможен приход крупнейших игроков OTT-сервисов. Вот тогда, говорят, и начнётся "другая жизнь".