

Smart
Ranking

- результаты рейтинга
- динамика компаний и сегментов
- факторы роста
- тренды и прогнозы
- проблемы и решения

SPORTTech в России — 2022:

обзор рынка на основании
рейтинга крупнейших сервисов



Оглавление

Summary. Общие итоги 2022 года	3
• Объем и динамика топ-10 крупнейших компаний на sporttech-рынке в 2022 году	4
• Российский sporttech: глобальный и локальный контекст	4
Методика рейтинга	8
Часть 1. Лидеры рынка — 2022: wellbeing и шахматы	9
• Fitmost: «Wellbeing-продукты — ключевой тренд 2022 года»	10
• GymTeam: fitness data для умных тренировок	11
• idChess: аналитика шахматных партий с международным именем	12
1.1. Карта sporttech-проектов топ-10	13
• Mobifitness	13
• City football Moscow	13
• UpT (ООО «Синтез»)	13
• Sportuniver	13
• «АйБрейн»	14
• BD-Sport	14
• «Игровой интеллект»	14
1.2. Топ-10 российских sporttech-компаний за 2022 год: объем и динамика рынка	15
Часть 2. Sporttech-тренды, проблемы и решения 2022 года	17
2.1. Общие тенденции. Новая реальность, импортозамещение и потеря клиентов	18
• Импортозамещение	19
• Уклон в профессиональный спорт	20
• Изменение инвестиционного климата	21
• Глобальные тренды: куда стоит двигаться	23
• Проблемы и решения	24
• Кризис и снижение покупательной способности	25
• Технологическая неразвитость и дефицит IT-кадров	25
• Чем государство может помочь sporttech?	26
Авторы исследования	27
Права на использование	27

Исследовательское агентство Smart Ranking составило первый рейтинг крупнейших российских sporttech-компаний по итогам 2022 года.

Summary. Общие итоги 2022 года

Объем sporttech-рынка в России эксперты называют «ничтожно маленьким», индустрия недалеко ушла от зачаточного состояния, несмотря на то что цифровизация спорта была объявлена национальной целью страны.

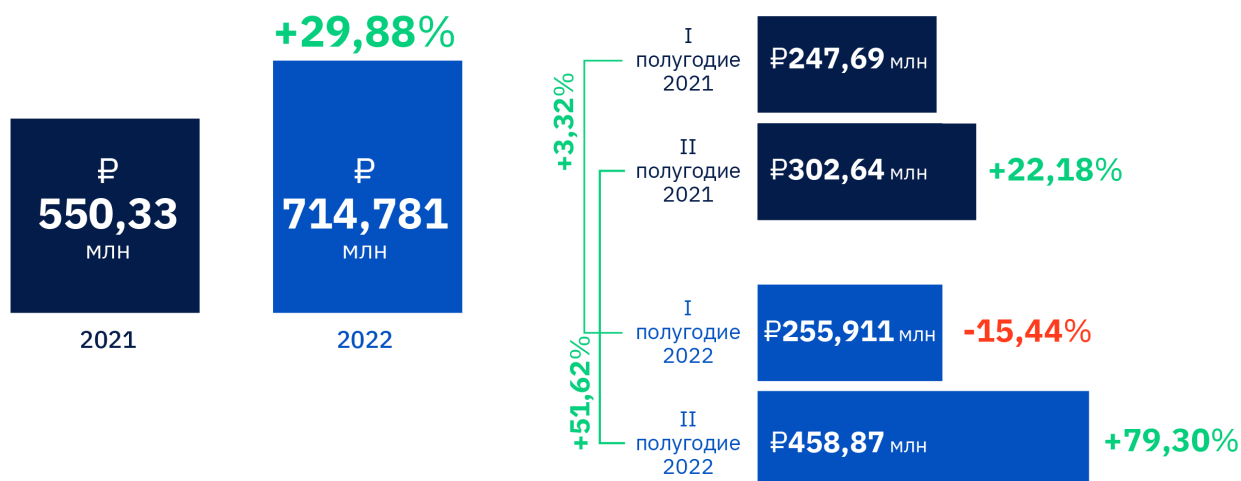
Общая выручка топ-10 крупнейших российских sporttech-компаний за 2022 год составила **714,78 млн** рублей. По сравнению с 2021 годом компании показали среднюю динамику **29,88%**. 8 из 10 компаний упали по выручке год к году в диапазоне от **10** до **52%**.

В первом полугодии 2022 года общая выручка компаний упала в среднем на **15,44%** год к году: это связано с началом СВО, уходом с российского рынка множества зарубежных партнеров и перестройкой рекламных каналов.

Во втором полугодии 2022 года рынок начал восстанавливаться — общая выручка компаний выросла по сравнению с предыдущим полугодием на **79,30%** благодаря адаптации проектов под новые условия — пересмотру линейки продуктов и освоению рынков дружественных стран. Таким образом, рынок фактически вернулся на уровень 2021 года.

В 2022 году ключевыми проблемами, с которыми столкнулись российские sporttech-компании, стали уход зарубежных спортивных брендов с рынка, снижение покупательной способности клиентов, разрыв цепочек оплаты и, как следствие, потеря части аудитории и партнеров, а также технологическая неразвитость сферы и отсутствие инвестиций.

Объем и динамика топ-10 крупнейших компаний на sporttech-рынке в 2022 году



Российский sporttech: глобальный и локальный контекст

Объем мирового sporttech-рынка к 2027 году, по [прогнозам](#) Markets&Markets, составит **\$41,8 млн** со среднегодовым ростом **13,8%** — в него входят сегменты «устройства», «умные стадионы», «спортивная аналитика», «решения для киберспорта». Основным драйвером роста глобального рынка сегодня становятся инвестиции в «пользовательский опыт» — попытки сделать просмотры игр на стадионах и цифровых устройствах наиболее зрелищными. Например, с помощью разработанного в 2022 году шарфа от американской ТНК Cisco организаторы отслеживают эмоциональное состояние болельщиков во время матчей, чтобы лучше понимать взаимосвязи между клубами и фанатами. Или благодаря внедрению технологий AR и VR на стадионах: прямую трансляцию в виртуальной реальности использовали на Олимпийских играх в Токио в 2020-м, чтобы обеспечить 360-градусный обзор для экранных зрителей.

Однако России до большинства подобных решений отечественного производства еще далеко. Последний «самый умный» стадион, оснащенный полным покрытием Wi-Fi на оборудовании небезызвестной Cisco и собственным мобильным приложением, [открылся](#) в 2017 году в Краснодаре. «Умные» спортивные площадки

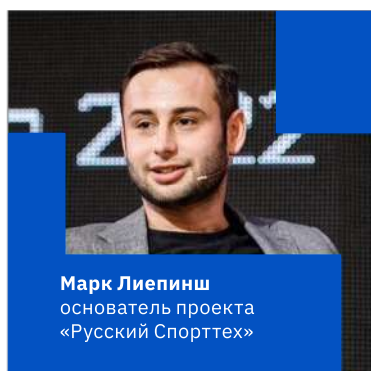


Изображение с сайта: <https://hi-tech.mail.ru/>

россиянам только [обещают](#), ставя знак «равно» между «умными» и «универсальными», предназначенными для разных видов спорта.

Согласно [исследованию](#) проекта «Русский Спорттех», в 2021 году уровень зрелости сферы sporttech в России был на 4-м месте из 10 возможных, где 1-я ступень — это нахождение в зачатке, а 10-я — положение наравне со странами-лидерами. И без того незрелое состояние отрасли подорвалось с началом СВО: российский рынок под санкциями, многие IT-компании релоцируются, и, несмотря на [попытки](#) государства в 2021 году сделать цифровую трансформацию спорта «национальной задачей», тот же рынок фитнес-услуг, тесно связанный со sporttech, по [подсчетам](#) BusinesStat, просел по итогам 2022 года на **13%**, а по сравнению с 2019-м — вообще сократился почти на треть из-за снижения платежеспособности населения и потери корпоративных клиентов зарубежных компаний, являвшихся одним из основных драйверов рынка.

Тем не менее направлений потенциального развития для sporttech в России множество: сбор больших данных о спортсменах и аудитории, геймификация и виртуализация спортивных пространств, развитие стриминга и «зеленых инноваций», а также, безусловно, импортозамещение ушедших сервисов. По словам основателя проекта «Русский Спорттех» и руководителя проектов венчурной компании Startech.vc Марка Лиепинша, в стране sporttech как такового в чистом виде почти не существует, однако при этом любые цифровые решения, которые применяются в спорте и спортивных организациях, потенциально можно отнести к sporttech:



«Например, если спортивные организации, клубы или атлеты используют какие-то датчики, аналитику, обработку данных, пришедшие из других отраслей, то такие кейсы также можно отнести к спортивным технологиям»

По словам эксперта, зарождающийся рынок можно потенциально разделить на блоки:

1. Перформанс атлетов — в него могут включаться абсолютно любые решения, в том числе интегрированные из других рынков.

2. Коммуникация. Сюда можно отнести тикетинг, вселенную NFT и любые технологии, которые помогают болельщикам взаимодействовать с брендом, клубом, командой: *«Даже доставку еды на место болельщика теоретически можно отнести к sporttech»*. Коммуникация со спонсорами и болельщиками через клуб также связана со sporttech. Клуб собирает данные по болельщикам и предоставляет их спонсорам, чтобы последние лучше понимали, с какой аудиторией работают.

3. Системы менеджмента в B2B и B2C. Систему выбирает сам атлет, любитель или профессионал и может использовать ее в абсолютно любой сфере: sporttech, fitech, wellness, киберспорт. *«Последняя сфера, киберспорт, стоит особняком, — подчеркивает Марк Лиепинш, — потому что имеет немного другие методы работы. Однако в будущем ее не стоит игнорировать, так как в России киберспорт официально признан спортивной дисциплиной»*.

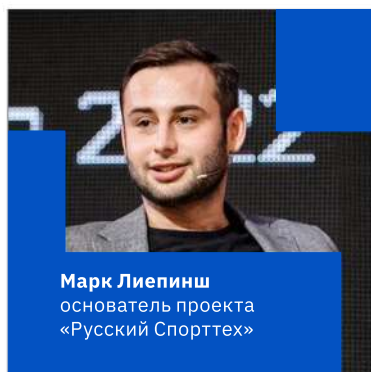
4. Подрядчики. Разработчики технических решений, таких как, например, CRM для бизнеса, могут также интегрироваться в sporttech, автоматизируя продажи в футбольных клубах.

5. Букмекеры. Они, как и киберспорт, тоже стоят немного особняком с точки зрения технологических решений, однако в России букмекерские продукты пользуются большим спросом, а сами букмекеры расходуют на развитие спорта в среднем **30 млрд** рублей в год в виде спонсорства и целевых отчислений.

6. Разработка игр будущего: *«Сейчас вы вряд ли найдете что-то инновационное. Можно сказать, что создатели находятся в поиске продукта. И конечно, не факт, что игры будут открыты какой-то конкретной компанией в конкретное время. Это вопрос будущего»*.

Пока, по словам Марка Лиепинша, российский sporttech находится в неутешительном положении — инвесторы неохотно вкладываются в рынок, так как он очень консервативен и часто зациклен на определенном виде спорта. Тем не менее попытка интегрировать уже имеющиеся технологии из развитых ниш других рынков в sporttech может определить скачок индустрии в будущем, так как большой интерес инвесторов вызовут проекты на стыке разных индустрий:

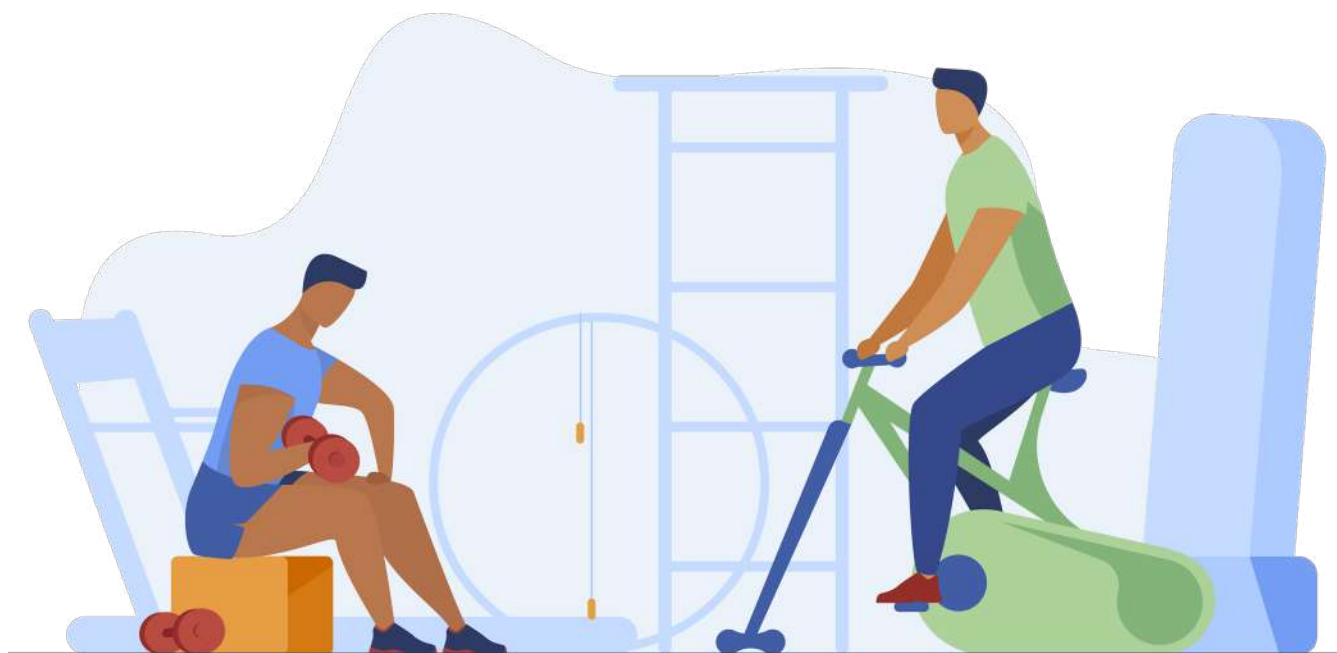
«Основной актив спортивных организаций — фанатская база. Спонсорам они продают данные или дают доступ к большой «теплой» аудитории, которая ходит на стадионы, смотрит трансляции и покупает мерч. Такие базы могут быть интересны банкам, телекомам,



разным экосистемам. Думаю, вложение в sporttech будет также интересно создателям метавселенных — это может создать новых пользовательский опыт спортивных соревнований. Также, возможно, российские корпорации начнут вкладываться в sporttech вследствие трендов на цифровизацию и импортозамещение. Еще одним важным блоком для вложения может стать спортивная медицина».

Для привлечения инвесторов, считает эксперт, фаундерам стартапов нужно больше работать над своими предложениями и доказать, что продукт соответствует рынку и полезен для него.

Так как российский sporttech-рынок очень распылен, а его объемы эксперты называют неопределимо «ничтожно маленькими», судить о динамике индустрии приходится по публичным компаниям, напрямую позиционирующим себя как игроков sporttech. Небольшому числу частных проектов, разрабатывающих мобильные приложения, устройства и программы для массового спорта, мы посвящаем текущее исследование.



Методика рейтинга

В рейтинг **Smart Ranking** вошли лишь те частные компании, которые лично предоставили данные для анализа, и те, чьи данные по выручке находятся в открытом доступе («Контур.Фокус»). В настоящее время рынок sporttech в России находится на стадии развития, поэтому его объем небольшой, а существующие игроки только набирают обороты. Список лидеров ограничился десятью публичными позициями с юрлицами, зарегистрированными в РФ. В рейтинг не были включены букмекерские и киберспортивные организации. Агентство планирует совершенствовать методику рейтинга и приглашает к участию подрядчиков, доли выручки которых приходятся на sporttech.

Присылайте данные о своих проектах и выручке на почту yana@smartranking.ru.



Иллюстрация: vectorjuice / Freepik.com

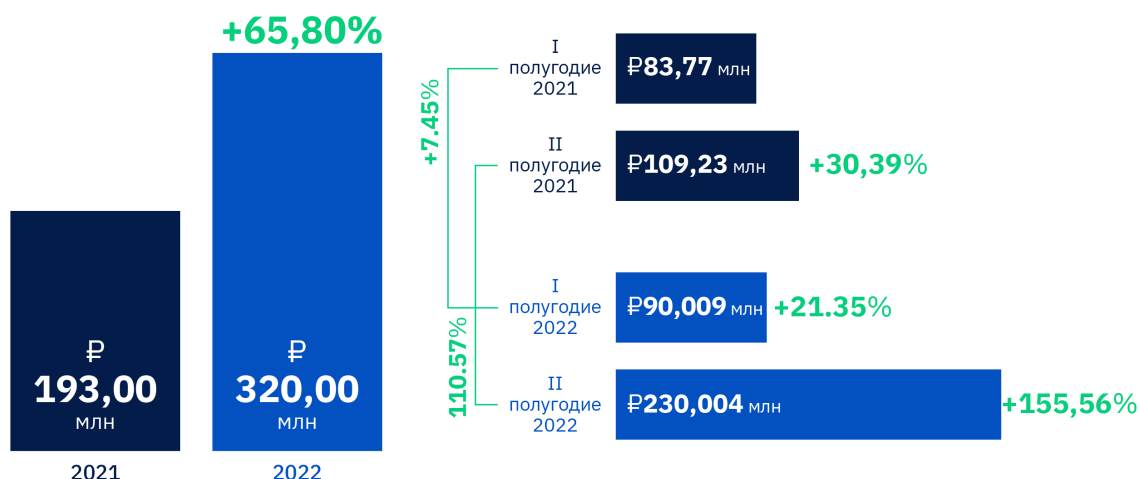
Желаем интересного ознакомления с исследованием!
Команда Smart Ranking

Часть 1.

Лидеры рынка — 2022: wellbeing и шахматы

Smart
Ranking

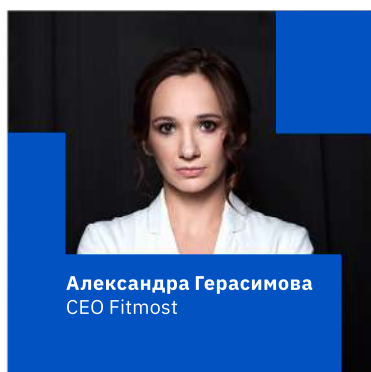
Fitmost: «Wellbeing-продукты — ключевой тренд 2022 года»



Лидером рынка по итогам 2022 года стала wellbeing-компания Fitmost. Выручка от ее продукта — единого абонеента на спорт и заботу о себе, — по оценке экспертов IP Fund, во втором полугодии 2022 года составила около **230 млн** рублей. С первого полугодия 2022-го выручка компании выросла на **155,56%**, а общая выручка за 2022 год составила **320 млн** рублей — на 65,8% больше, чем в 2021 году.



В 2022 году Fitmost потеряла часть лояльной аудитории и некоторых корпоративных клиентов.



«Нам удалось перестроить бизнес с учетом новых условий: мы подключили новые инструменты продвижения, запустили корпоративные продукты для банков и страховых компаний».

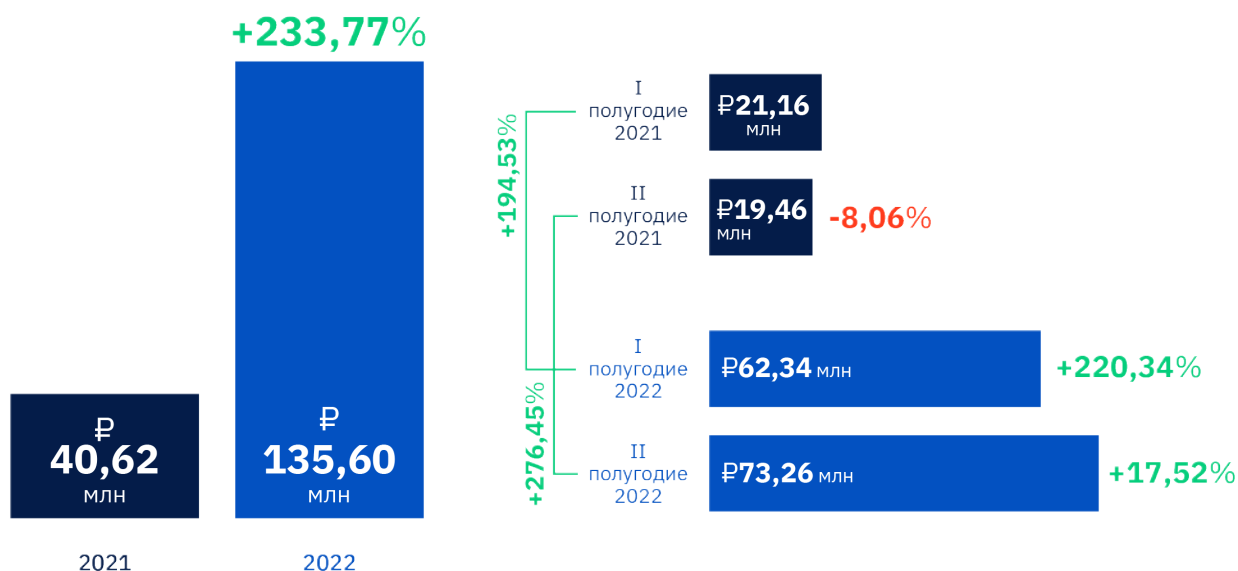
В ноябре 2022 года в компании предполагали, что годовая выручка Fitmost увеличится на **50-60%** относительно показателей 2021 года.

«Если бы не кризис, выросли бы минимум в 2-2,5 раза».

По ее словам, корпоративные wellbeing-продукты и забота о благополучии сотрудников, так называемый corporate wellness, стали одним из ключевых международных трендов 2022 года: *«Согласно исследованию Gympass, **83%** сотрудников верят, что их самочувствие и благополучие не менее важно, чем доход, а **77%** готовы уволиться, если работодатель не будет заботиться об их самочувствии. Corporate wellness становится важной составляющей HR-бренда, и компании готовы серьезно вкладываться в развитие wellbeing-программ».*



GymTeam: fitness data для умных тренировок

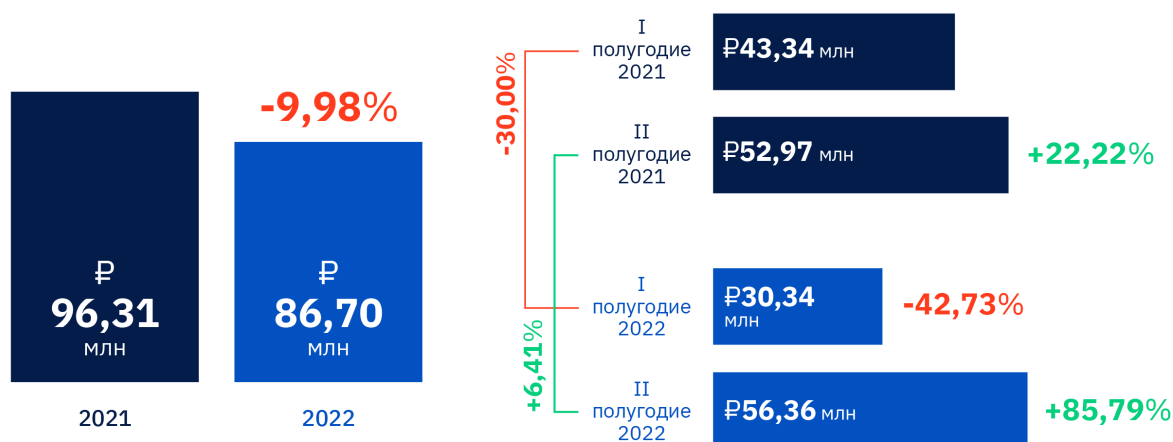


На втором месте по выручке и на первом месте по росту за год тоже находится wellbeing-сервис — платформа чемпионки России по фитнес-бикини Екатерины Усмановой GymTeam, — ориентированный не на профессиональных спортсменов, а на новичков. GymTeam разрабатывает ассистирующую систему для фитнес-тренеров на базе анализа fitness data и алгоритмов CV: платформа анализирует действия и исходные данные клиента, а затем выводит на экран тренера подсказки, которые позволяют корректировать тренировку в прямом эфире. Эта технологичная платформа позволяет проводить персонализированные тренировки онлайн для пользователей с разной степенью подготовки.

GymTeam

Во втором полугодии 2022-го выручка GymTeam увеличилась на **17,52%** по сравнению с предыдущим. Кроме того, компания стала единственной, чьи показатели выручки выросли в первом полугодии 2022 года — причем более чем на **200%**.

idChess: аналитика шахматных партий с международным именем



Замыкает тройку лидеров 2022 года платформа idChess от компании Friflex, выручка которой, по оценке Smart Ranking и экспертов IP Fund, во втором полугодии увеличилась на **85,79%**, однако упала год к году почти на **10%**. Продукт Friflex — это платформа для распознавания и трансляции шахматных партий, предназначенная как для профессиональных шахматистов, так и для любителей. Обученная нейронная сеть idChess распознает каждый ход с точностью до **99%**, а аналитика партий помогает игрокам улучшить результаты. На данный момент idChess используется в России, Индии, Турции, Армении и ряде африканских стран. Впервые программа была представлена мировому шахматному сообществу на **44-й** Шахматной олимпиаде в Ченнаи летом 2022 года.



1.1. Карта sporttech-проектов топ-10



Mobifitness

Система автоматизации для спортивных клубов и танцевальных студий, позволяющая создавать собственную учетную систему, мобильное приложение, качественное расписание занятий и другие решения, которые оптимизируют рабочий процесс и повышают лояльность клиентов. По информации РБК, каждый шестой фитнес-клуб в России использует Mobifitness.



Mobifitness



City football Moscow

Платформа для организации любительских футбольных лиг в форматах 5x5 (5-a-side) и 8x8 (8-a-side) в Москве, к матчам которой может присоединиться любая команда или отдельный игрок любого уровня.



UpT (ООО «Синтез»)

Платформа обучения игре в теннис, гольф и другие виды спорта, требующие работы с персональным тренером. Алгоритмы искусственного интеллекта фиксируют положение спортсмена, позу и захват клюшки/ракетки, последовательность замахов, выявляют ошибки, дают оценку того, что и как необходимо исправить. Приложение учитывает биомеханику и физическое состояние игрока, а также предупреждает о возможных травмах из-за ошибок в технике. Программа поддерживается фондом «Сколково».



Sportuniver

Международный университет, предоставляющий инновационное спортивное образование. В 2022 году проект на стыке sporttech и edtech закрыл первый раунд инвестиций на **30 млн** рублей при

SPORT UNIVER

оценке **200 млн** рублей. В стартап вложился консорциум инвесторов, который представляет владелец и вице-президент ФК «Динамо» (Вологда) и гендиректор Skillaz Андрей Крылов.



«АйБрейн»

Разработанный при поддержке Фонда содействия инновациям нейрокомпьютерный интерфейс с искусственным интеллектом для восстановления после инсульта и травм мозга. Основные цели проекта — развитие продаж в России и за рубежом нейроигрового тренажера для реабилитации и спортивного применения. С 2020 года проект является резидентом «Сколково».



i-BrainTech



BD-Sport

Система сбора, обработки и передачи статистики и аналитики болевых видов спорта (бокс, ММА) в режиме реального времени — действий спортсменов на ринге, включая количество и эффективность ударов, бросков, время в позициях и т. д. Проект был признан лучшим стартапом на конкурсе Sport Innovations 2018 и попал в **топ-30** проектов в sporttech-2020 Московского инновационного кластера.



SPORT



«Игровой интеллект»

Комплексная программа с упором в развитие навыков коммуникации и формирование личного бренда и репутации спортсменов. Участие в ней принимают многие клубы КХЛ, Единой лиги ВТБ и сборные по футболу. Цель «Игрового интеллекта» — формирование у профессиональных атлетов life skills для устойчивого развития карьеры.

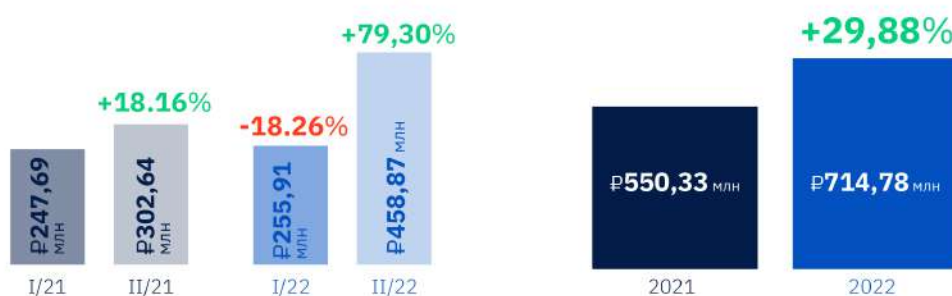


ИГРОВОЙ
ИНТЕЛЛЕКТ

Топ-10 российских sporttech-компаний за 2022 год: объем и динамика рынка

Компания / Направление деятельности	Год создания	Выручка (I,II полугодие 2021 /2022) млн рублей	Динамика во II полугодии 2022	Выручка 2021/2022, млн рублей	Динамика в 2021/2022
1. fitmost wellbeing / единые абонементы	2016	I/21: 83,77 II/21: 109,22 I/22: 90,00 II/22: 230,00	+155,56%	2021: 193,00 2022: 320,00*	+65,80%
2. GymTeam wellbeing / персонализированные тренировки	2020	I/21: 21,16 II/21: 19,46 I/22: 62,34 II/22: 73,26	+17,52%	2021: 40,62 2022: 135,60	+233,77%
3. idChess платформы	2019	I/21: 43,34 II/21: 52,97 I/22: 30,34 II/22: 56,36	+85,79%	2021: 96,31* 2022: 86,70*	-9,98%
4. Mobifitness по	2017	I/21: 37,73 II/21: 46,11 I/22: 32,81 II/22: 40,1	+22,22%	2021: 83,85* 2022: 72,91*	-13,05%
5. CITY FOOTBALL MOSCOW платформы	2010	I/21: 32,63 II/21: 45,07 I/22: 26,02 II/22: 34,5	+32,56%	2021: 77,71* 2022: 60,53*	-22,11%
6. Up платформы	2021	I/21: 4,90 II/21: 6,15 I/22: 4,63 II/22: 8,20	+77,24%	2021: 11,06* 2022: 12,83*	+16,00%
7. SPORT UNIVER спортивное образование	2019	I/21: 11,90 II/21: 10,76 I/22: 2,98 II/22: 6,65	+122,61%	2021: 22,66* 2022: 9,64*	-57,46%
8. i-BrainTech устройства	2017	I/21: 4,60 II/21: 5,29 I/22: 2,81 II/22: 4,21	+50,00%	2021: 9,90* 2022: 7,02*	-29,07%
9. BD SPORT BigData, аналитика	2017	I/21: 3,32 II/21: 3,90 I/22: 2,65 II/22: 3,11	+17,39%	2021: 7,23* 2022: 5,76*	-20,34%
10. ИГРОВОЙ ИНТЕЛЛЕКТ Программа «Игровой интеллект»	2019	I/21: 4,29 II/21: 3,66 I/22: 1,32 II/22: 2,45	+85,71%	2021: 7,95* 2022: 3,77*	-52,62%

Общая выручка и динамика топ-10



*По оценке экспертов IP Fund

По сравнению с постпандемийным 2021 годом, когда сохранялся высокий спрос на digital-продукты на стыке спорта и технологий, а зарубежные партнеры и клиенты были открыты к сотрудничеству, по итогам 2022-го динамика **топ-10** компаний ускорилась, общий объем их выручки увеличился на **29,88%** год к году. С началом СВО в первом полугодии 2022-го общая выручка компаний показала падение на **15,44%**, однако во втором полугодии отрасль начала восстанавливаться — общая выручка **топ-10** выросла примерно на **79,30%**.

Наибольшую динамику роста между полугодиями показала компания Fitmost — лидер рейтинга: её выручка во II полугодии 2022 составила по оценке около **230 млн** рублей и увеличилась на **155,56%**. Высокую динамику роста между полугодиями в 2022-м также показала компания Sportuniver — международный образовательный ресурс для подготовки спортсменов: ее полугодовая динамика в 2022 году по эффекту низкой базы составила **122,61%**. По словам основателя и генерального директора компании Ярослава Савина, в 2022 году Sportuniver ощутила значительное снижение покупательной способности. Поэтому компания пересмотрела свою линейку продуктов и вышла на рынки дружественных стран, чтобы укрепить свои позиции.

Несмотря на то что в первом полугодии 2022-го рост российского sporttech замедлился, общая динамика роста компаний за год показывает, что рынок сохранил потенциал для роста в будущем — за второе полугодие игроки достаточно окрепли для того, чтобы приспосабливаться под стремительно меняющиеся обстоятельства.

Как отмечают представители компаний, для того чтобы и менее крупные игроки смогли адаптироваться к новым условиям, а объем рынка вырос, отрасли необходимо большее внимание инвесторов, в том числе государства. Подробнее о проблемах sporttech-2022 рассказываем во второй главе исследования.



Часть 2.

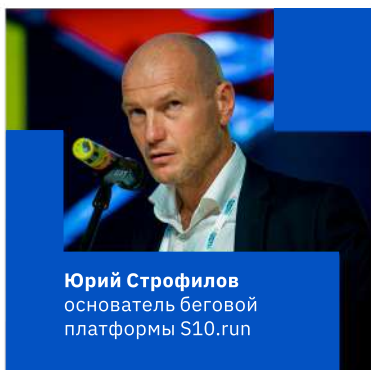
SportTech-тренды, проблемы и решения 2022 года

Smart
Ranking

2.1. Общие тенденции. Новая реальность, импортозамещение и потеря клиентов

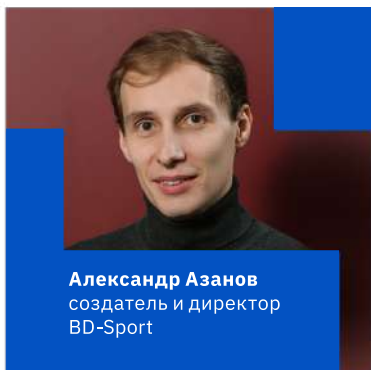
Рынок офлайн-фитнес-услуг в 2022 году просел на **13%**, логистические цепочки **удлинились** в два раза, как и стоимость доставки оборудования. В то же время глава Национального фитнес-сообщества Елена Силина оценила уровень готовности фитнес-отрасли заменить зарубежных производителей своими в 2 балла из 10. С новой реальностью также столкнулся и частично обслуживающий офлайн-спорт sporttech. Компании были вынуждены сойти с рельсов пандемии, которая с введением карантина и ограничивающих QR-кодов стала катализатором развития многих технологичных спортивных проектов. Пришлось снова перестроить свой бизнес с учетом возникших условий — искать пути привлечения инвестиций и способы удержания лояльных клиентов.

Юрий Строфилов, основатель беговой платформы S10.run¹, отмечает, что на рынке сейчас образовался стресс: как клиенты, так и компании находятся в замешательстве:



«Игроки пытаются переосмыслить новые условия и предугадать, как будет развиваться эта сфера».

Александр Азанов, создатель и директор компании BD-Sport, которая занимается сбором статистики и аналитикой боевых видов спорта с помощью технологии компьютерного зрения, также считает, что для многих российских компаний на стыке спорта и технологий приоритетной задачей сегодня становится сохранение бизнеса:



«Основной тренд, который сейчас заметен, — выживание с учетом новых реалий. Если далее не будет новых шоков, рынок начнет думать о будущем и о новых проектах».

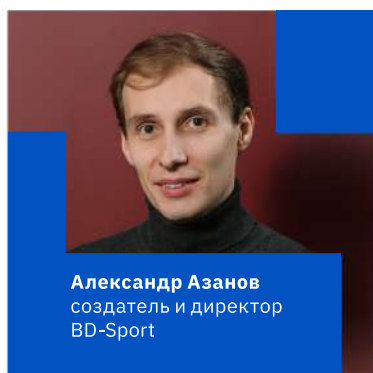
¹ Компания пока не вошла в рейтинг по показателям выручки.

Тем не менее большинство участников рейтинга воспринимает нынешнюю ситуацию как шанс запустить новые проекты и занять место зарубежных компаний, которые покинули российский рынок в 2022 году.

Далее мы подробнее расскажем о трех ключевых трендах российского рынка 2022 и 2023 годов, выявленных в процессе опроса крупнейших российских sporttech-компаний, а также о глобальных трендах, к которым индустрии стоит стремиться.

Импортозамещение

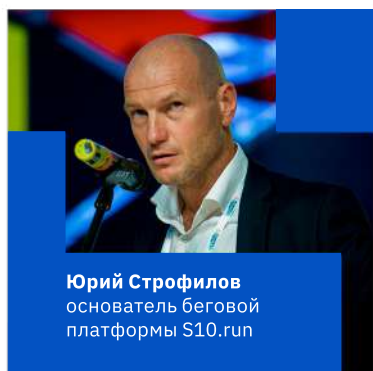
Участники рейтинга считают, что рынок sporttech в России сейчас находится на начальном этапе развития из-за недостатка финансирования и отсутствия стремления к развитию. По мнению Александра Азанова из BD-Sport, это объясняется политикой властей в отношении индустрии:



«В спорте слишком много государства, от этого нет мотивов и стимулов к развитию и инновациям. Отсюда же нет спроса на инновации, которые создаются российским sporttech».

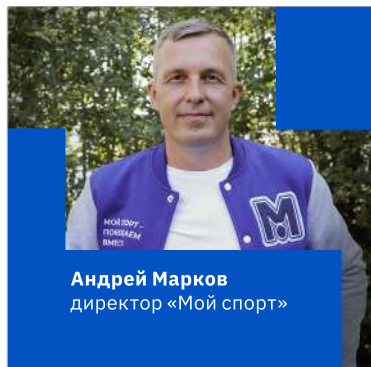
Тем не менее многие респонденты в 2022 году отметили массовые попытки создания сервисов, аналогичных ушедшим или заблокированным.

Освобождение ниш, ранее занятых крупными зарубежными компаниями, дало локальным проектам шанс привлечь их аудиторию и в целом переосмыслить свой продукт. К примеру, проект S10.run получил новые возможности и пользователей с уходом приложения для бега Strava. Компания заместила его на российском рынке, начав обрабатывать треки напрямую с часов и фитнес-приложений.



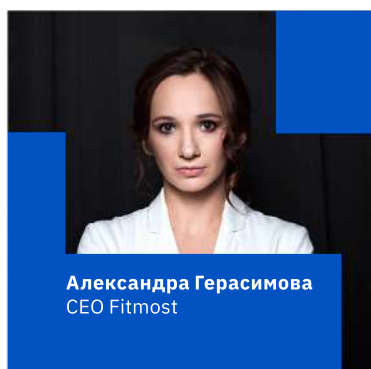
«Здесь для нас освободилось место, но это компенсировалось общей ситуацией неопределенности на рынке и потерей интереса к инвестированию в sporttech-проекты».

Иностранные компании не только составляли конкуренцию российским, но и предоставляли решения, которых не было на отечественном рынке sporttech-продуктов. Андрей Марков, генеральный директор АО «Мой спорт»², которому принадлежит онлайн-платформа для спортсменов, тренеров и организаций, отметил, что после ухода зарубежных компаний с рынка обнажились проблемы, которые они решали. Однако он убежден, что сложившаяся ситуация выгодна для компаний, которые ранее не могли обойти крупных конкурентов:



«У российских разработчиков появились возможности зайти в те ниши, в которые сложно или невозможно было пробиться из-за масштаба мировых игроков».

Однако вместе с компаниями-конкурентами ушли и зарубежные спортивные бренды, которые становились своеобразными драйверами рынка благодаря партнерствам с российскими проектами, например фитнес-приложениями. Александра Герасимова, CEO и кофаундер Fitmost, подчеркнула их важность для локальных компаний:



«К сожалению, из России ушли зарубежные спортивные бренды, которые были заинтересованы в коллаборациях с wellness-сервисами — а это один из ключевых источников дохода, по крайней мере для зарубежных проектов. Спортивные бренды создают инновационные решения, рассчитанные на активную молодую аудиторию, и всегда заинтересованы в новых способах привлечения пользователей».

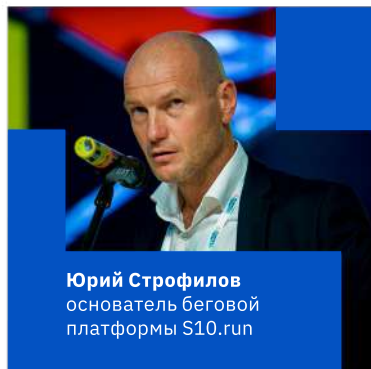
Уклон в профессиональный спорт

Другой немаловажный тренд, который выделило подавляющее большинство участников рынка, — это бóльшая развитость технологичных проектов, ориентированных на профессиональный спорт. CEO Fitmost Александра Герасимова отметила, что недостаток финансирования является главной особенностью и болью сферы sporttech в России. Эксперт добавляет, что те проекты, которым все же удастся найти инвесторов, в основном связаны с большим спортом: «У нас мало проектов, которые привлекают сколько-нибудь

² Компания пока не вошла в рейтинг по показателям выручки.

значимые инвестиции и способны масштабироваться. Плюс есть большой уклон в профессиональный спорт, в то время как за рубежом уделяют больше внимания продуктам, которые нацелены на широкую аудиторию».

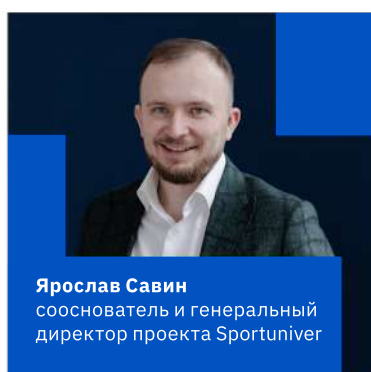
Юрий Строфилов из S10.run акцентирует внимание на том, что из-за невозможности профессиональных спортсменов выступать на международной арене государство должно обратить внимание на любительский спорт:



«Например, сейчас мы видим большой рост результатов в любительских беговых проектах, которые не связаны с Министерством спорта или Федерацией легкой атлетики».

Также он выразил надежду, что государство обратит внимание на стартапы, сместит акценты с большого спорта на любительский и начнет поддерживать проекты, где готовят спортсменов, — но на базе не сборных команд, а беговых клубов.

Ориентированность проектов на профессиональных спортсменов отмечает и Ярослав Савин, сооснователь и генеральный директор проекта Sportuniver. Эксперт обратил внимание на то, что сейчас наиболее развиты ниши, связанные с реабилитацией спортсменов: этому уделялось огромное внимание еще в Советском Союзе, и остались наработки, которые сейчас начинают поднимать и внедрять.

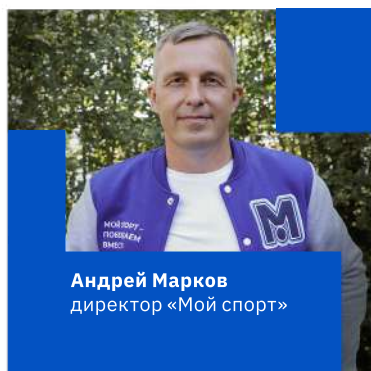


«Ниша, в которой представлены мы — спортивное инновационное образование, только сейчас начинает получать внимание. Мы принесли лучшие мировые практики и видим, что в России есть огромный интерес к развитию у молодого поколения экспертов. К сожалению, еще сильны позиции старых методик и подходов к обучению».

Изменение инвестиционного климата

Большинство опрошенных экспертов неоднозначно оценивают влияние ухода зарубежных sporttech-компаний из России на локальный рынок и инвестиции. С одной стороны, венчурный рынок сильно сжался, а объем сделок с иностранными компаниями уменьшился. С другой стороны, многие игроки видят в этом позитивные перспективы.

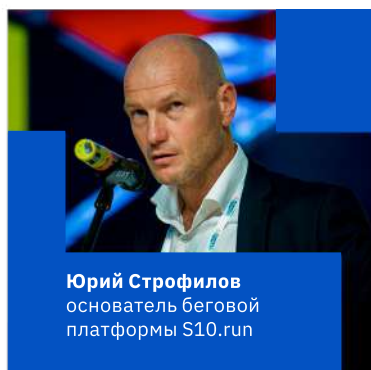
Так, Андрей Марков из АО «Мой спорт» отмечает, что инвесторам стали интересны российские продукты.



Андрей Марков
директор «Мой спорт»

«К тому же государство стало уделять больше внимания развитию российских компаний, продуктов и сервисов».

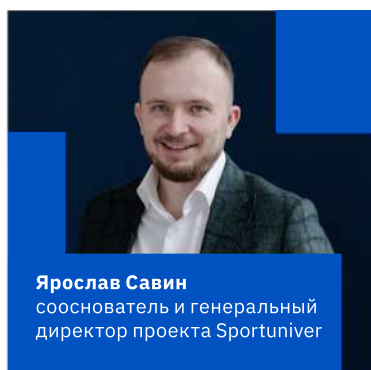
Однако, несмотря на благоприятные перспективы, инвестиционная привлекательность не станет залогом успеха и быстрого роста sporttech-проектов. Юрий Строфилов, основатель S10.run, уверен, что продукты на стыке технологий и спорта в России в целом развиваются долго:



Юрий Строфилов
основатель беговой
платформы S10.run

«Проекты в сфере sporttech очень длинные с точки зрения инвестиций: «по-быстрому» там не заработать. Они не могут держаться только на инвестиционном интересе, поэтому ими занимаются энтузиасты и евангелисты. Но желающих сейчас немного — к подобным проектам люди присматриваются осторожно».

В том, что sporttech-продукты существуют только благодаря энтузиастам и настоящим поклонникам спорта, убежден и сооснователь проекта Sportuniver Ярослав Савин. Он также считает, что на российский инвестиционный рынок повлиял не уход зарубежных компаний, а макрополитические события в мире.

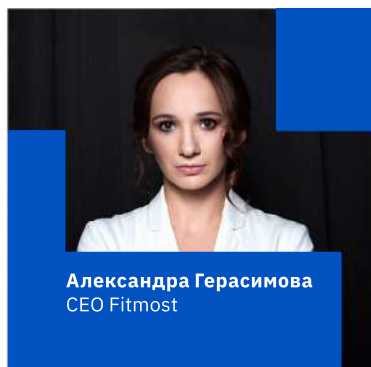


Ярослав Савин
сооснователь и генеральный
директор проекта Sportuniver

«При этом сейчас активно открываются возможности инвестиций со стороны дружественных стран, и локальные фонды тоже начали объявлять о размораживании инвестиций различных стадий».

Глобальные тренды: куда стоит двигаться

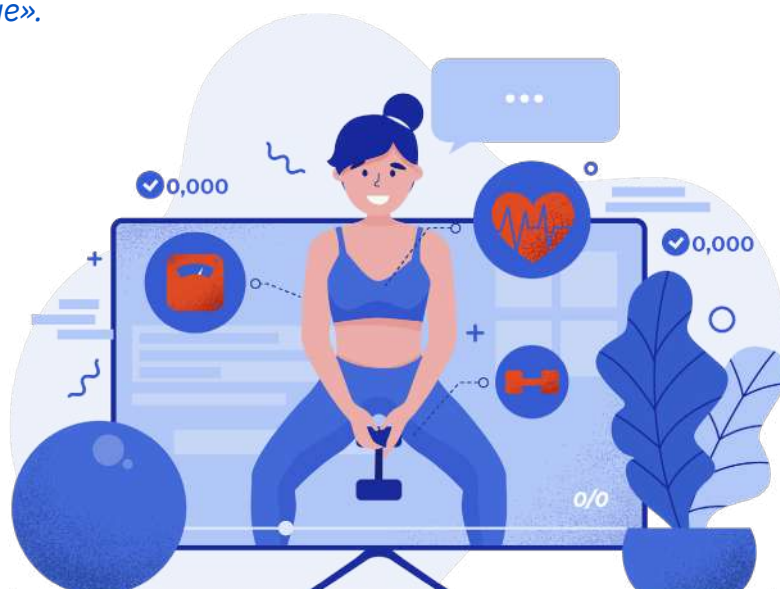
CEO лидера рейтинга Fitmost Александра Герасимова выделила несколько глобальных трендов sporttech-индустрии:



«В первую очередь, Health 2.0 — пользователи хотят самостоятельно управлять своим самочувствием: в моде фитнес-гаджеты и трекеры активности. Также растет популярность решений для самодиагностики: к примеру, устройств, которые способны определить симптомы коронавируса или уровень стресса.»

*Метавселенные — еще один тренд, который уже сейчас меняет будущее sporttech. Рассчитывая привлечь более широкую аудиторию, крупнейшие игроки рынка внедряют геймификацию и VR. Среди них Peloton, Freeletics, Liteboxer, Les Mills и многие другие. В России плохо развита ниша hardware-продуктов: у нас сейчас нет аналогов Peloton, Tonal, Zwift. Это капиталоемкие, долгие проекты: Tonal потратил только на исследования и гипотезы около **\$20 млн** — российский sporttech целиком едва ли привлёк столько инвестиций за последние 10 лет.»*

*Киберспорт — одно из самых продвинутых направлений sporttech в России. По данным отчета PwC о состоянии индустрии до 2024 года, темпы роста в России опережают глобальные — в среднем около **15%** в год. Кризис сказался на доходах: международных турниров стало меньше, как и возможностей для рекламы, а спонсорство — один из основных способов заработка для команд. В то же время растет количество российских турниров и чемпионатов, а еще киберспорт сейчас поддерживает как государство, так и крупный бизнес. Кроме того, у нас очень сильный корпоративный киберспорт: компании играют фактически на профессиональном уровне.»*



2.2. Проблемы и решения

В 2022 году российский sporttech-рынок, который по мировым меркам находился на начальных этапах становления, столкнулся с беспрецедентной кризисной ситуацией. На существующие трудности, такие как отсутствие финансирования или техническая несовершенство отечественных продуктов, наложился новые. Мы выделили три основные проблемы, которые оказывают наибольшее влияние на деятельность компаний на стыке технологий и спорта.

Разрыв цепочек оплаты

В первую очередь опрошенные нами эксперты отмечают: одной из главных проблем в 2022 году стала приостановка работы международных платежных систем Visa и Mastercard на территории России. Сохранение зарубежных клиентов стало одной из важнейших задач для компаний, которые вывели свой продукт на международный рынок и собрали лояльную аудиторию. Так, руководители проекта S10.run, **30%** клиентов которого находились за рубежом, были вынуждены создать еще одну компанию за пределами России и направлять средства туда.





Кризис и снижение покупательной способности

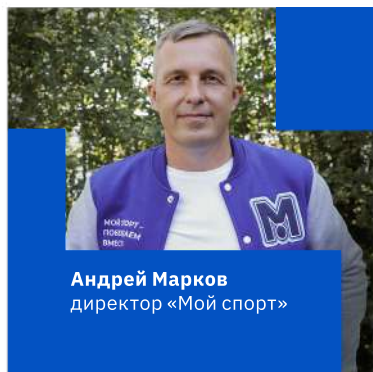
Для проектов, ориентированных на российский рынок, основной сложностью стало общее снижение покупательной способности и, как следствие, падение выручки. Однако платить меньше стали не только физические, но и юридические лица — в 2022 году компании неохотно приобретали услуги российских sporttech-игроков.

Часть предпринимателей решила эту проблему путем пересмотра продуктовой линейки. К примеру, создатели проекта Fitmost, единого абонемента на спорт и заботу о себе, запустили корпоративные продукты для страховых компаний и банков. Параллельно компания масштабировалась на рынок ОАЭ. Освоение дружественных зарубежных рынков также стало выходом для российских проектов, выручка которых значительно снизилась с потерей иностранных клиентов.



Технологическая неразвитость и дефицит IT-кадров

Немаловажной проблемой рынка, которая замедляет его развитие, остается низкая технологическая развитость этой сферы. Также эксперты подчеркивают: участники отрасли — те, кто должен пользоваться наработками sporttech-компаний, — попросту не готовы с ними работать. Так, директор компании «Мой спорт» Андрей Марков выделяет невысокую цифровую грамотность и низкое умение работать с высокотехнологичными инструментами как одну из ключевых проблем сферы.



«Отрасль спорта в России на протяжении многих лет вела в основном бумажную работу, а полномасштабное проникновение цифры в нее началось совсем недавно, особенно в государственном сегменте».

Также эксперт добавил, что другим сдерживающим фактором развития отрасли остается высокая нехватка кадров, прежде всего в IT-направлении.

Проблему невысокой развитости российского sporttechа в 2022 году усугубил уход с рынка иностранных компаний. Единственным выходом для отечественных проектов

стал переход на локальные системы и сервисы. Ярослав Савин, сооснователь проекта Sportuniver, отмечает: **большинство отечественных спортивных организаций привыкли пользоваться зарубежными наработками, поэтому переключиться на российские аналоги было сложно.**



Чем государство может помочь sporttech?

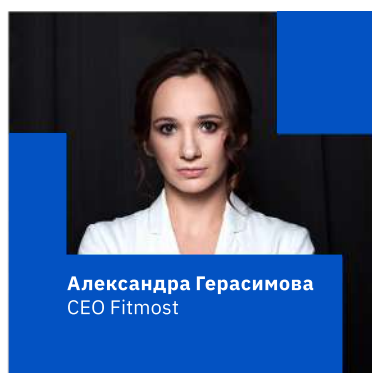
Подавляющее большинство опрошенных компаний видит в партнерстве с государством шанс на укрепление позиций sporttech-продуктов в кризисных условиях. Даже те проекты, которые ранее не участвовали в программах государственной поддержки и финансирования, сейчас открыты к такому сотрудничеству.

Опрошенные игроки выделили три основных результата, которые sporttech-компаниям ждут от сотрудничества с государством:

1. Поддержка непрофессиональных спортсменов и их сообществ. По мнению представителей рынка, проекты, ориентированные на массового пользователя, не получают должного внимания и финансирования, так как государство больше заинтересовано в развитии профессионального спорта.

2. Совместная работа над повышением качества услуг и квалификации экспертов; развитие цифровизации спортивной сферы и внедрение новых технологий для массового использования.

3. Все виды взаимовыгодного партнерства с государственными организациями и учреждениями. Например, проект Fitmost пытается подключить к своему фитнес-абонементу государственные бассейны и физкультурно-оздоровительные комплексы.



Александра Герасимова
CEO Fitmost

«Кажется, это выгодно всем: бассейны получают возможность увеличить доход, мы расширяем предложение, но при этом мы не можем договориться об этом партнерстве уже несколько лет».

Авторы исследования

Алиса Гончарова

При поддержке команды бизнес-аналитиков из АНО «Центр инновационного развития» (IP Fund)

Права на использование контента



Настоящий отчет не может использоваться в коммерческих целях третьими лицами.

Является объектом авторского права, при упоминании или цитировании обязательна ссылка на источник: аналитический отчет «SportTech в России – 2022: обзор рынка на основании рейтинга крупнейших сервисов», подготовленный **Smart Ranking** (SportTech-обзор 2022 года). По договору предоставляется одному физическому лицу (без права передачи) или одному юридическому лицу (допускается передача в рамках одной организации).



По вопросам сотрудничества:

Дарья Рыжкова

+7 921 315-30-34

daria@smartranking.ru

edtechs.ru

smartranking.ru

**Smart
Ranking**