

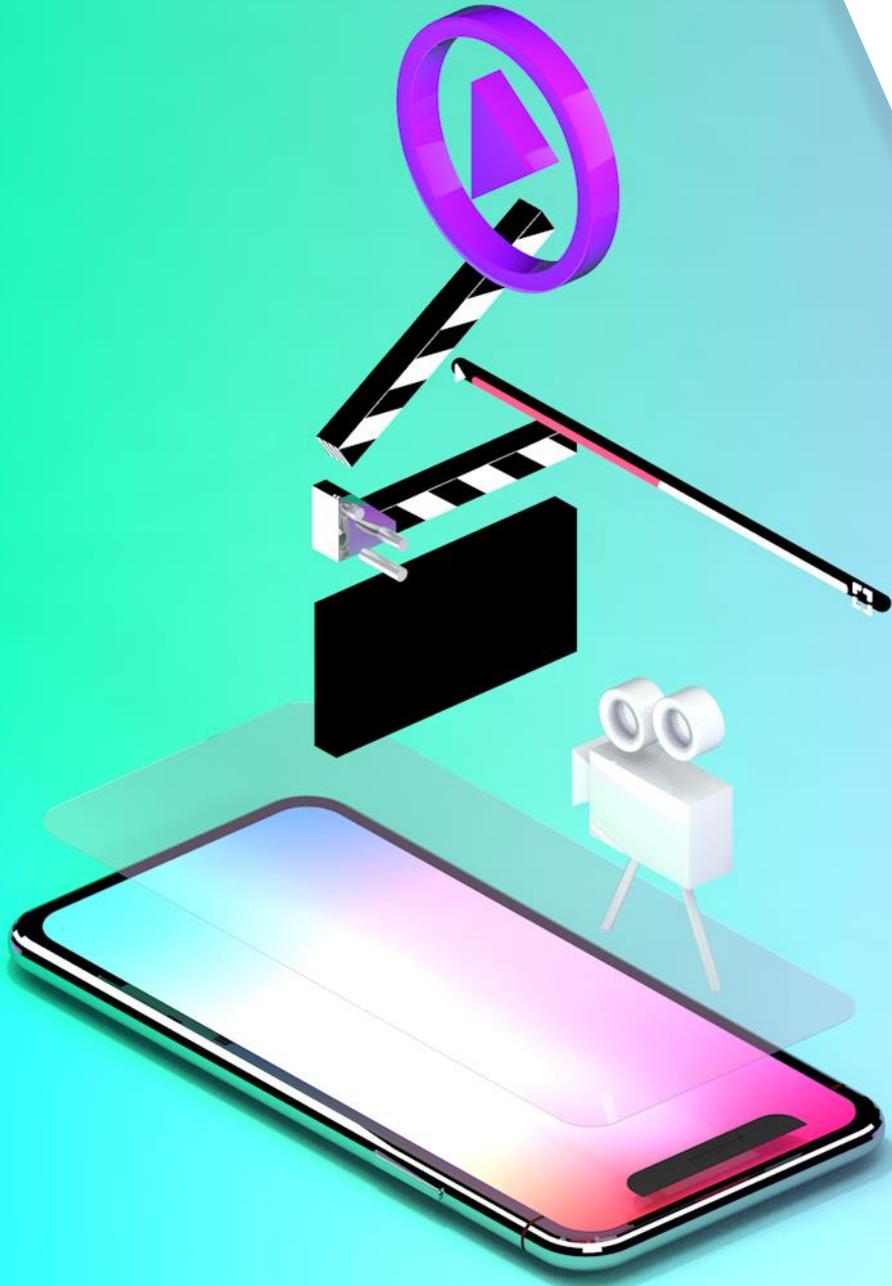


Департамент  
информационных  
технологий  
города Москвы



# Как москвичи смотрят видео в сети Интернет

ОСОБЕННОСТИ ПОТРЕБЛЕНИЯ ВИДЕО-КОНТЕНТА



# Методология



## Исследование «особенности потребления видео-контента среди жителей Москвы» - совместное исследование Департамента информационных технологий города Москвы и Ассоциации «Интернет-видео»



Департамент  
информационных  
технологий  
города Москвы

Департамент информационных технологий города Москвы - орган исполнительной власти города Москвы, осуществляющий функции по разработке и реализации государственной политики в сфере информационных технологий, телекоммуникаций и связи, а также на департамент возложена ответственность за реализацию программы «Цифровая экономика Российской Федерации», утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 28.07.2016 № 1632-р в городе Москва. Важную роль в реализации задач занимает аналитика, которая помогает получать достоверную оценку текущего состояния, формировать стратегию развития и давать компетентную оценку тенденций отрасли ИКТ в Москве



Ассоциация «Интернет-видео» была основана в 2013 году и объединяет крупнейшие легальные российские онлайн-кинотеатры (**ivi, Megogo, Amediateka, Tvzavr, ViP Viasat play**). Цель Ассоциации - стимулирование развития рынка легального контента в Рунете, борьба с пиратством, создание благоприятных условий для легального потребления видео-контента, взаимодействие с органами государственной власти, отраслевыми организациями, исследовательская, общественная и просветительская деятельность



### Источники информации

Собственные данные Департамента информационных технологий города Москвы, данные ассоциации «Интернет-видео», открытые источники информации, телефонный опрос москвичей (объем выборки - 700 респондентов старше 18 лет)

# Москвичи регулярно смотрят видео в сети Интернет



Каждый четвертый москвич смотрит видео в сети Интернет каждый день



москвичей смотрели видео в сети Интернет в 2017 году

По нашим данным, Москва – единственный из российских городов-миллионников, где длительность суточного просмотра Smart TV не ниже, чем в менее населенных городах

**Иван Гринин**  
директор по стратегической аналитике в онлайн-кинотеатре ivi



Уровень использования услуги в Москве находится примерно на уровне общероссийских показателей



**Дмитрий Колесов**  
директор департамента ТВ и контента J'son & Partners Consulting

От видео в интернете уже никуда не скрыться: помимо очевидного – фильмов, сериалов, клипов, в этот формат видео переходят новости, спортивные хайлайты, личные истории пользователей. Думаю, очень скоро мы достигнем показателя 90% не только в столице, но и по России в целом. Вместе с этим будет расти и частота просмотра видео-контента

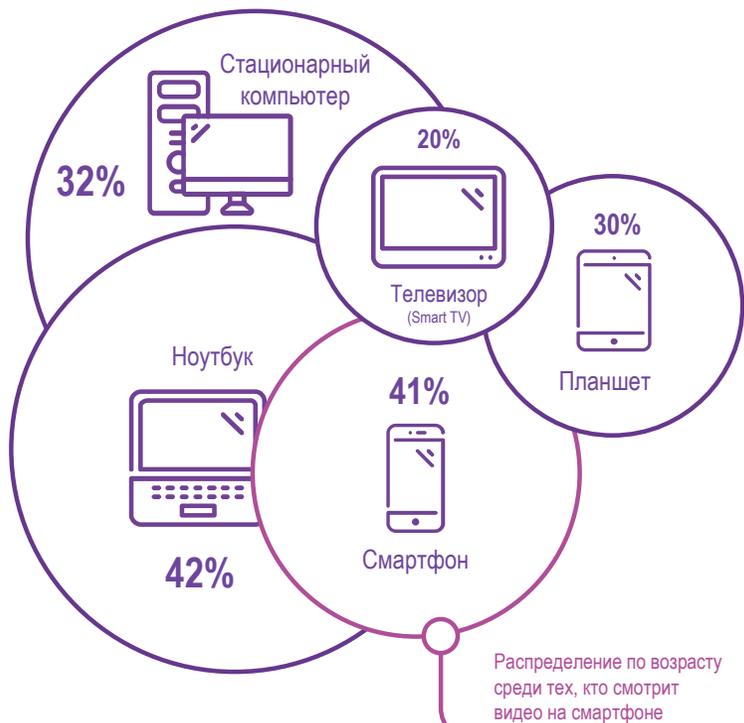
**Алексей Бырдин**  
генеральный директор Ассоциации «Интернет-видео»



# Ноутбуки и смартфоны – наиболее популярные устройства для просмотра видео



Среди молодых людей, наиболее популярное устройство просмотра видео – смартфон. Зачастую видео начинают смотреть на одном устройстве, а заканчивают на другом



Результаты ответов на вопрос: «На каких устройствах вы просматриваете видео в сети Интернет?»\*



Распределение по возрасту среди тех, кто смотрит видео на смартфоне

Пока аудитория ivi на web преобладает. Отметим, что пользователи здесь отдают предпочтение рекламной модели потребления контента. В тоже время мы видим динамичный рост пользователей на мобильных устройствах (как в приложениях, так и в мобильных браузерах) и Smart TV, где самый большой процент платящих пользователей

**Иван Гринин**  
директор по стратегической аналитике в онлайн-кинотеатре ivi



Доля потребления на экране ТВ поразительно точно соответствует уровню проникновения Smart TV в домохозяйства россиян – около 25% и доле активного использования приложений – 75%. Это и дает в пересчете около 20% использования этих устройств



**Алексей Бырдин**  
генеральный директор Ассоциации «Интернет-видео»

Доля мобильных устройств растет не только в самом потреблении видео, но и технологически в целом. Мы со своей стороны видим, что растет доля людей, готовых платить за контент. Они обходятся исключительно мобильными устройствами, не пользуясь ПК. Также заметно растет доля Smart TV



**Дмитрий Сычугов**  
генеральный директор Амедиа ТВ

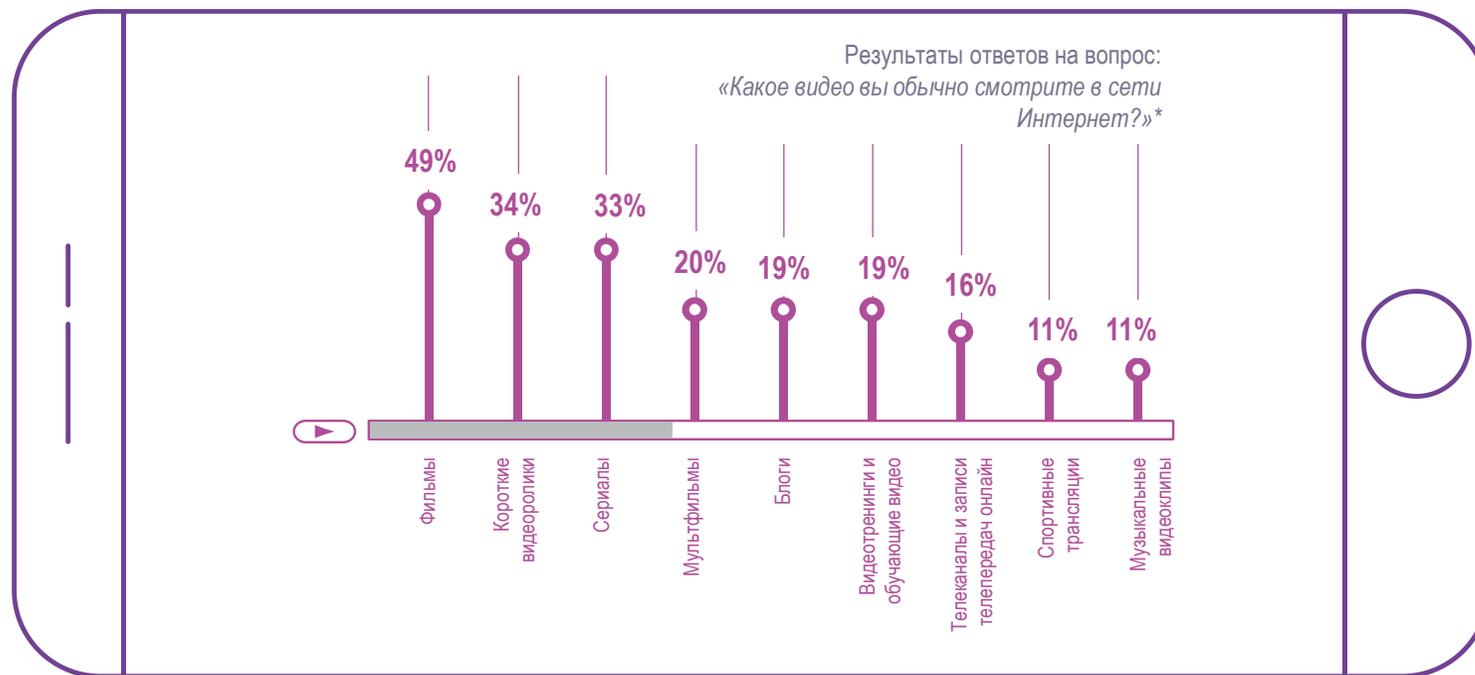


АИВ АССОЦИАЦИЯ ИНТЕРНЕТ ВИДЕО

# Короткие видео смотрят на смартфонах, а на компьютерах фильмы



Наиболее популярные видео в сети Интернет – фильмы и сериалы. Также среди москвичей популярны мультфильмы, блоги, видео-тренинги



«В статистике ivi видно, что самую большую динамику роста просмотров показывают российские и зарубежные сериалы. При этом, длинный контент смотрят на Smart TV и web, короткий – в mobile»

**Иван Гринин**  
директор по стратегической аналитике в онлайн-кинотеатре ivi



«Самой популярной категорией все еще остаются фильмы. Тем не менее, активный рост просмотра коротких видеороликов объясняется трендом Mobile First. Чем меньше экран устройства, тем короче видео. Трансляции и edutainment также имеют своего зрителя, но остаются отдельной нишей»



**Виктор Чеканов**  
генеральный директор Megogo Russia

«Судя по ответам респондентов, профессиональный видеоконтент востребован гораздо больше, чем пользовательский. Это говорит о потенциале роста производства высококачественного видео и платформ, предоставляющих к нему доступ. UGC – это здорово, но люди хотят настоящего зрелища, которое может дать только высокобюджетное кино, сериалы и ТВ-шоу»



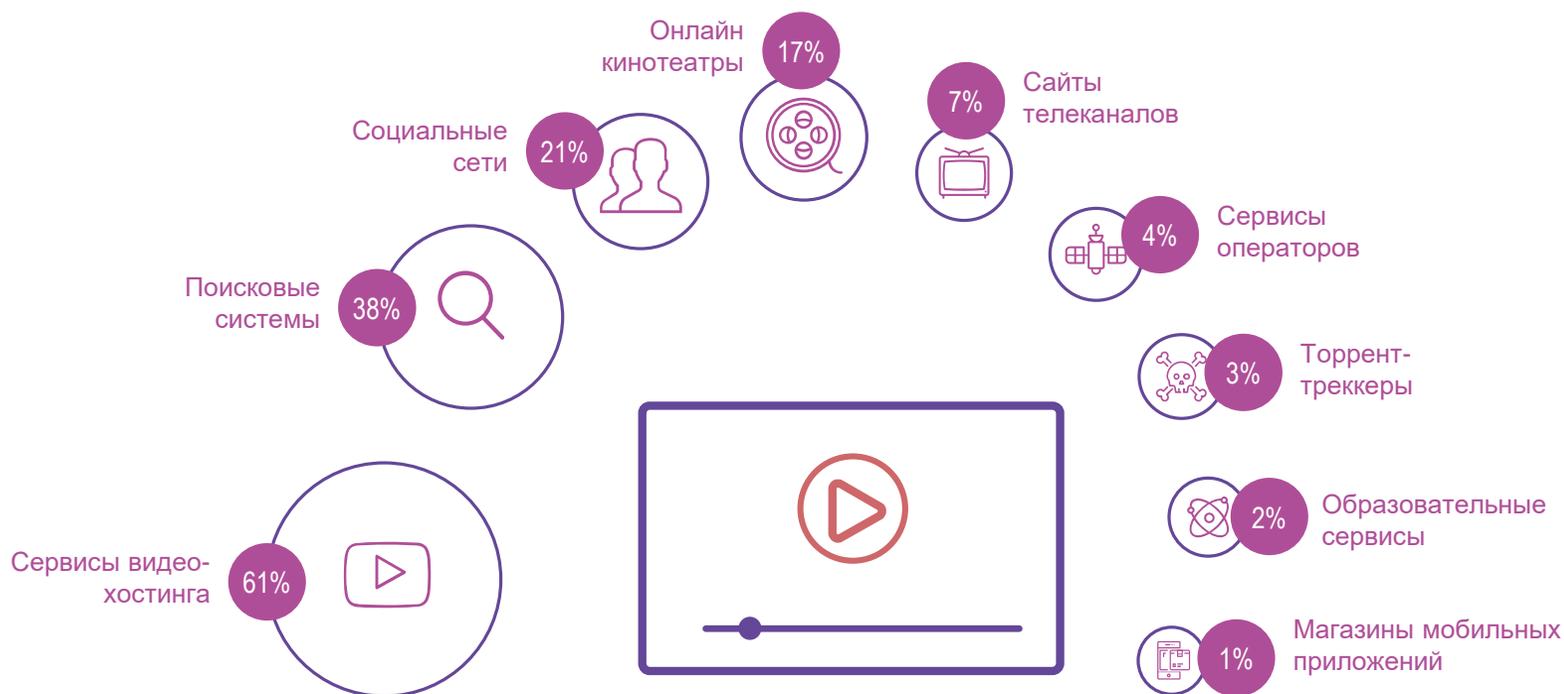
**Алексей Бырдин**  
генеральный директор Ассоциации «Интернет-видео»



# В Москве снижается популярность торрент-трекеров в пользу онлайн-сервисов



Наиболее популярные Интернет-ресурсы для просмотра онлайн-видео у москвичей – видео хостинги, Интернет-поиск и социальные сети



Результаты ответов на вопрос:

«Какими источниками получения видео-контента в сети Интернет вы пользуетесь?»\*



«Рост популярности UGC-контента неоспорим, в первую очередь из-за взрывного подъема mobile. Наряду с этим мы видим рост популярности длинного профессионального контента, предоставляемого легальными онлайн-кинотеатрами. Отчасти, это результат борьбы с пиратством. И хотя пираты всё ещё могут похвастаться стабильным потоком пользователей, все идёт к перераспределению аудитории в пользу легальных видео-сервисов»

Иван Гринин  
директор по стратегической  
аналитике в онлайн-кинотеатре ivi



«Про торренты вспомнили всего 3% респондентов, что явно говорит об окончательной смене паттерна потребления от скачивания видео к использованию стриминговых сервисов»



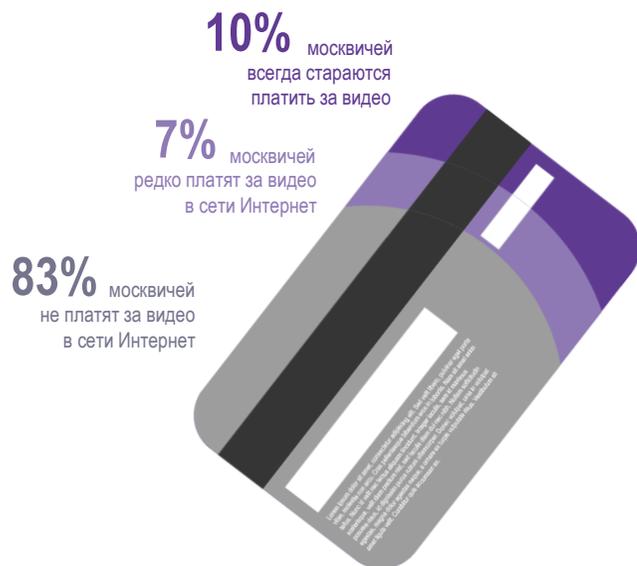
Виктор Чеканов  
генеральный директор  
Megogo Russia



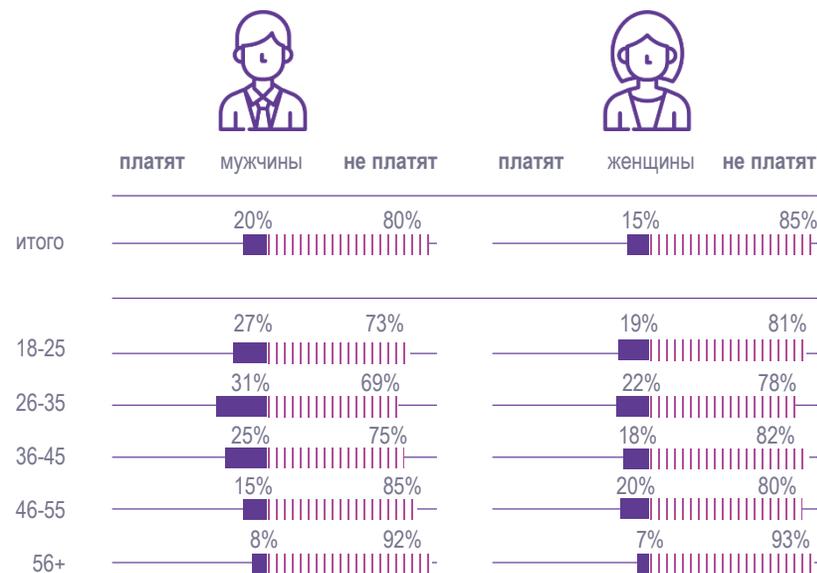
# Москвичи воспринимают нормальным явлением покупку видео в сети Интернет



В основном за видео в сети Интернет платят мужчины в возрасте от 26 до 45 лет



Результаты ответов на вопрос:  
«Платили ли вы за видео в сети Интернет за последний год?»



**Виктор Чеканов**  
генеральный директор  
Megogo Russia

«Мы наблюдаем рост базы платящих пользователей. В доходах сервисов платная модель уже сейчас обгоняет рекламную. И одним из драйверов, безусловно, можно считать позитивные изменения на рынке Smart TV»



**Иван Гринин**  
директор по стратегической  
аналитике в онлайн-кинотеатре ivi

«Пока пользователь может относительно просто найти контент бесплатно - он не захочет платить за него»



**Дмитрий Колесов**  
директор департамента ТВ и  
контента J'son & Partners Consulting



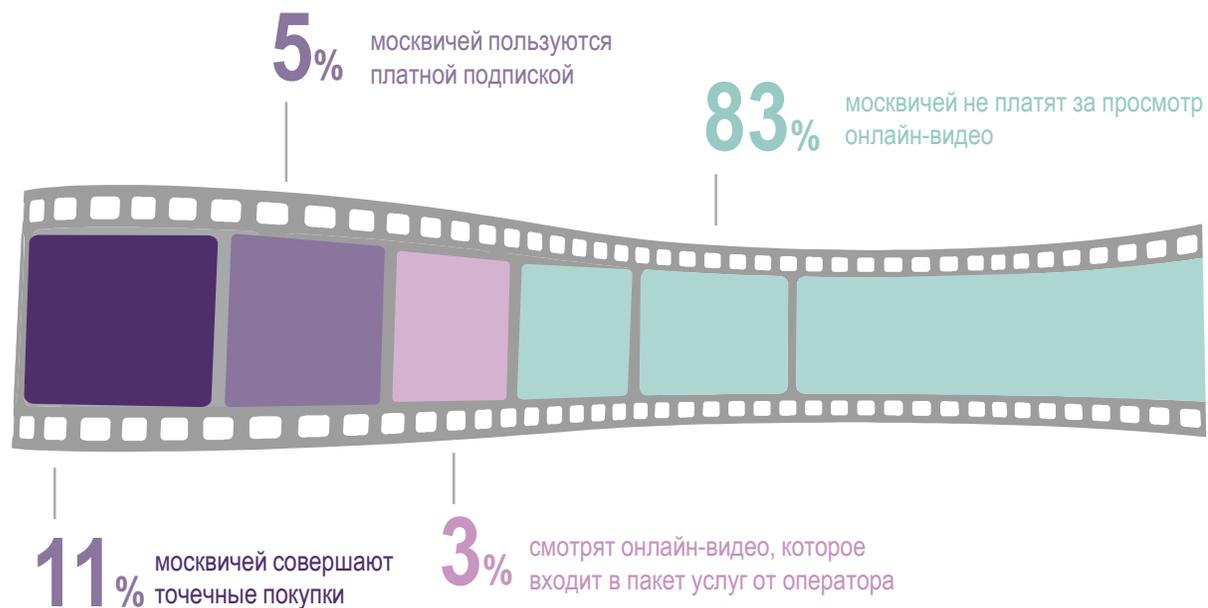
АИВ АССОЦИАЦИЯ ИНТЕРНЕТ ВИДЕО

# Москвичи чаще совершают импульсные разовые покупки видео



17% москвичей, которые смотрят видео в сети Интернет платят за него

Результаты ответов на вопрос:  
«Платили ли вы за видео в сети Интернет за последний год?»\*



«Ситуация с готовностью платить за видео ежегодно меняется в лучшую сторону. Люди все чаще начинают обращать внимание не только на цену, но и на удобство сервиса. Кроме того, мы видим рост популярности подписной модели, по которой пользователь платит и получает доступ ко всему контенту, а не покупает каждый сериал или фильм отдельно»

**Виктор Чеканов**  
генеральный директор  
Megogo Russia



«На примере онлайн сервиса ivi – пользователи покупают контент как точно, так и приобретая подписку. Но всё же, в структуре доходов платной модели с небольшим перевесом преобладает покупка подписки»



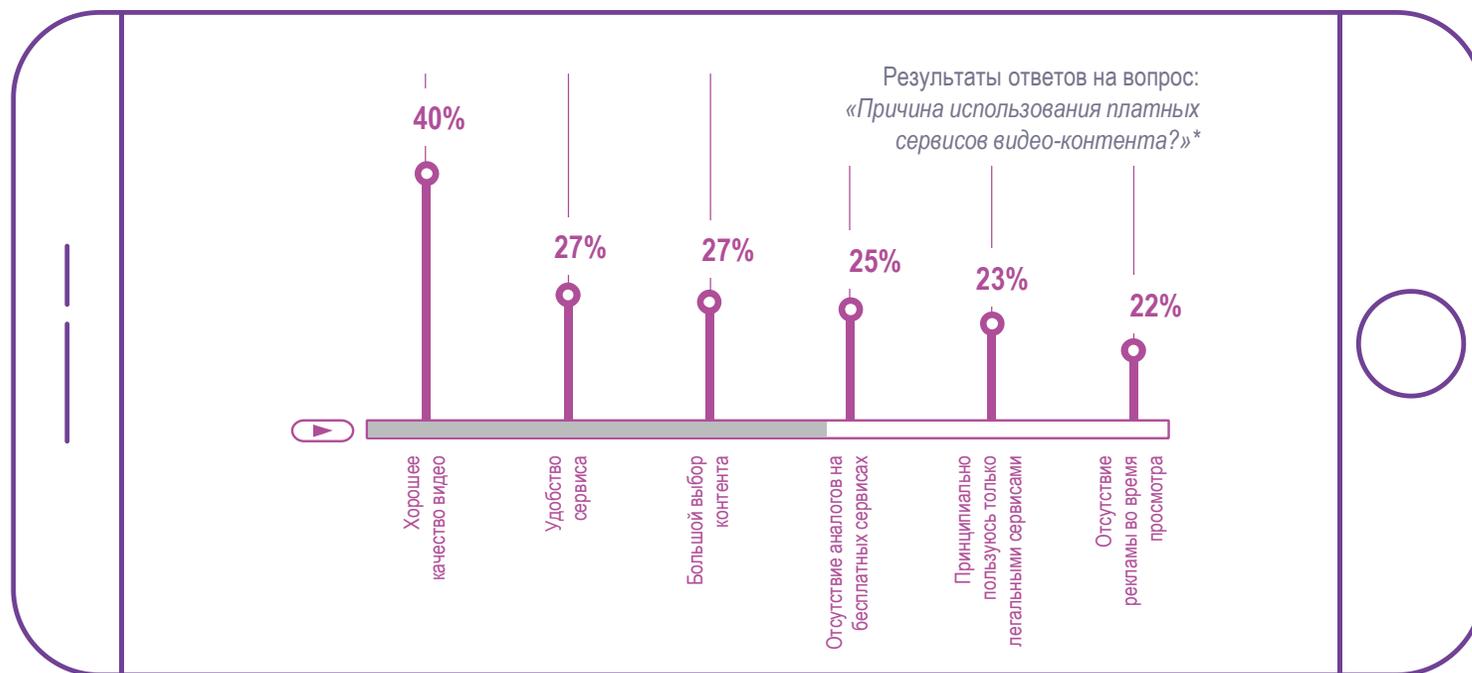
**Иван Гринин**  
директор по стратегической  
аналитике в онлайн-кинотеатре ivi



# Москвичи стали требовательнее к контенту и готовы за это платить



Хорошее качество контента пользователи считают основным преимуществом платных видео-сервисов. Отсутствие рекламы не является основным драйвером



«К драйверам легального просмотра можно отнести совершенствование технологий и качественное улучшение контентного предложения видеосервисов: сокращение времени между кинотеатральной и онлайн-премьерой, совершенствование рекомендательных систем, предлагающих пользователю релевантный ему контент, качество видео и аудио, внедрение новых форматов и даже производство собственного контента»

Иван Гринин  
директор по стратегической  
аналитике в онлайн-кинотеатре ivi



«Платные кинотеатры должны предоставлять не только качественное видео, но и качественный сервис. Для пользователя важны удобство и комфорт»



Дмитрий Сычугов  
генеральный директор Амедиа ТВ



# Площадки с нелегальным видео-контентом стали инструментом рекламных кампаний



Чаще всего москвичи не платят за видео в сети Интернет, потому что находят нужный контент в бесплатном доступе

Результаты ответов на вопрос:  
«Почему вы не платите за видео?»\*



москвичей находят необходимый видео-контент в открытом доступе



не устраивает стоимость



принципиально не платят за видео



не нашли платного сервиса, который полностью бы их устраивал



опасаются платить через Интернет



Виктор Чеканов  
генеральный директор  
Megogo Russia

«Хорошая новость в том, что всего 3% респондентов заявили об отсутствии устраивающего их платного сервиса. Плохая новость в том, что дешевизна и скорость появления контента у пиратов - всегда будет их конкурентным преимуществом. При этом, действительно, не только у пиратов, но и у легальных сервисов много профессионального контента доступного бесплатно по рекламной модели»



Иван Гринин  
директор по стратегической  
аналитике в онлайн-кинотеатре ivi

«Пока пиратский контент присутствует в сети в открытом доступе, бороться с ним можно только постоянно совершенствуя продуктовое предложение видеосервисов»



# Мультиплатформенность, удобство и качество видео – залог победы над сервисами с пиратским видео-контентом



64% не готовы платить чаще за видео-контент ни при каком условии. Сокращение времени между премьерой фильма и появлению его на онлайн площадках может быть драйвером повышения частоты покупок



Москвичей готовы чаще платить за легальный видео-контент, если новинки в онлайн-сервисах будут доступны одновременно с премьерой в кинотеатрах

Результаты ответов на вопрос:  
«При каком условии вы бы стали чаще платить за видео в сети Интернет?»\*



Москвичей готовы платить чаще, если появится удобный сервис



Если стоимость просмотра будет снижена в 2 раза



Если качество картинки в онлайн-кинотеатрах будет гораздо лучше, чем у пиратов

«Радует, что ценовой фактор не является существенным для подавляющего большинства москвичей. Мы видим, что потенциал роста платящих пользователей есть - и это почти треть опрошенных»



Алексей Бырдин  
генеральный директор  
Ассоциации «Интернет-  
видео»

«Хорошо, что треть опрошенных готовы платить за контент. В будущем, подписка (не только на видеосервисы) станет единственным способом комфортного существования в сети»



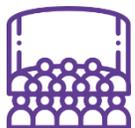
Виктор Чеканов  
генеральный директор  
Megogo Russia



# Ключевые выводы исследования



Все больше московских пользователей сети Интернет регулярно смотрят онлайн-видео. Наибольшим спросом пользуются фильмы, короткие видео-блоги, размещенные на сервисах видео-хостинга, а также иностранные и российские сериалы. Молодая часть пользователей сети Интернет чаще смотрит видео на смартфонах, а люди старшего возраста предпочитают ноутбуки и планшеты. Каждый четвертый москвич, который регулярно смотрит видео-ролики, хотя бы раз платил за видео-контент. Большая часть опрошенных москвичей совершают импульсные покупки и пока не готовы переходить на модель подписки. Сокращение сроков появления киноновинок на сервисах платного видео-контента может способствовать повышению частоты покупок. Среди мужчин и женщин чаще платят люди в возрасте от 26 до 35 лет. Основным конкурентным преимуществом платных видео-сервисов, по мнению москвичей, является высокое качество видео и удобство использования сервисов. Дополнительным драйвером рынка легального видео-контента является активное развитие пакетных предложений операторов связи, включающих видео-сервисы



**74%**

москвичей смотрят видео в сети Интернет. Из них каждый второй – активный пользователь (смотрит видео в сети Интернет несколько раз в неделю и чаще)



**83%**

пользователей предпочитают не платить за онлайн-видео из-за доступности видео в бесплатном доступе



**36%**

москвичей, которые регулярно пользуются сервисами с бесплатными онлайн-видео, готовы платить при возможности просмотра новинок одновременно с выходом в кинотеатрах, появления удобных сервисов, снижения стоимости в 2 раза и повышения качества картинки



**ДИТ**



/ditmos



@ditmos



mos.ru/dit