

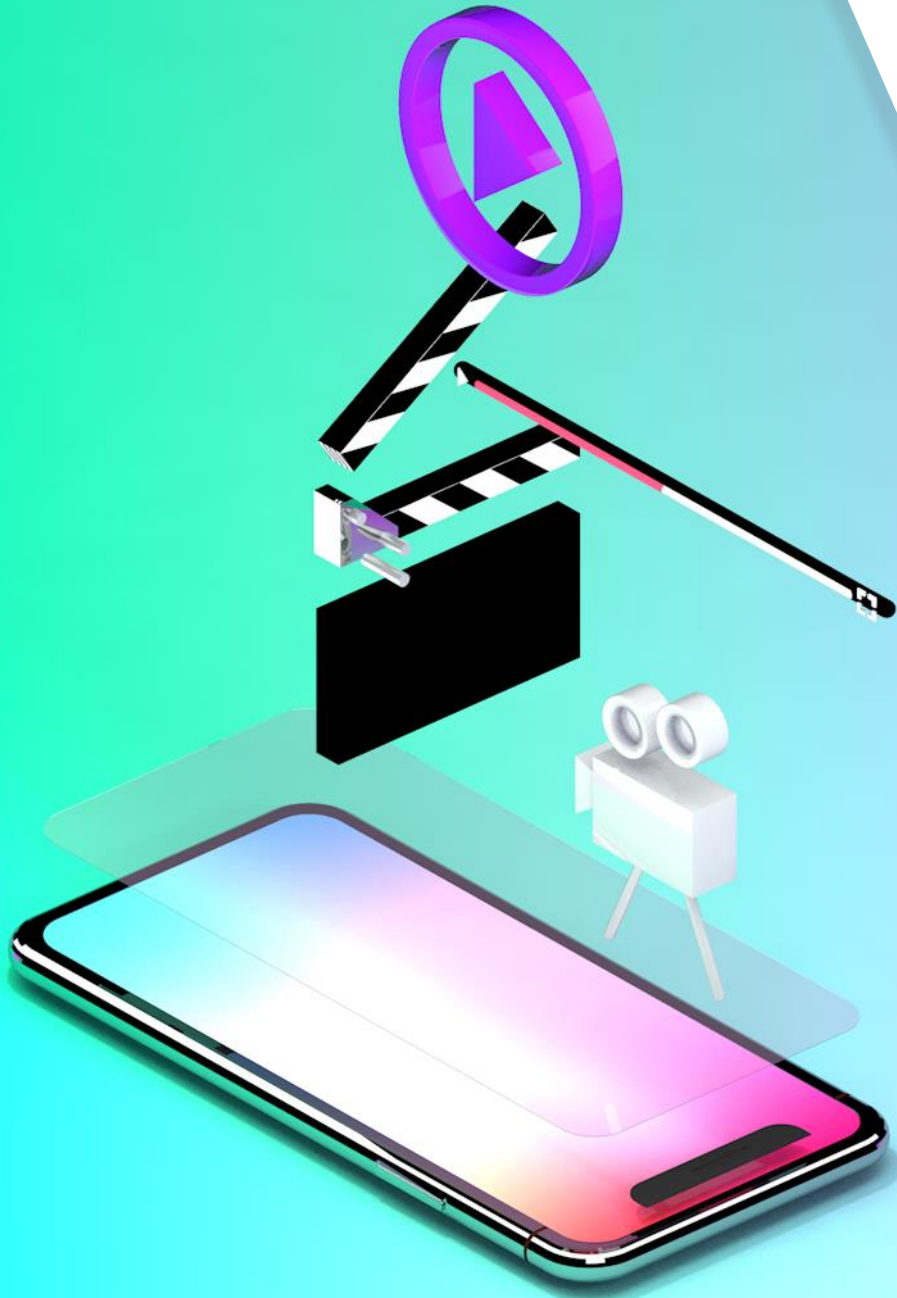


Департамент  
информационных  
технологий  
города Москвы



# 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



**АИВ** АССОЦИАЦИЯ  
ИНТЕРНЕТ ВИДЕО

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



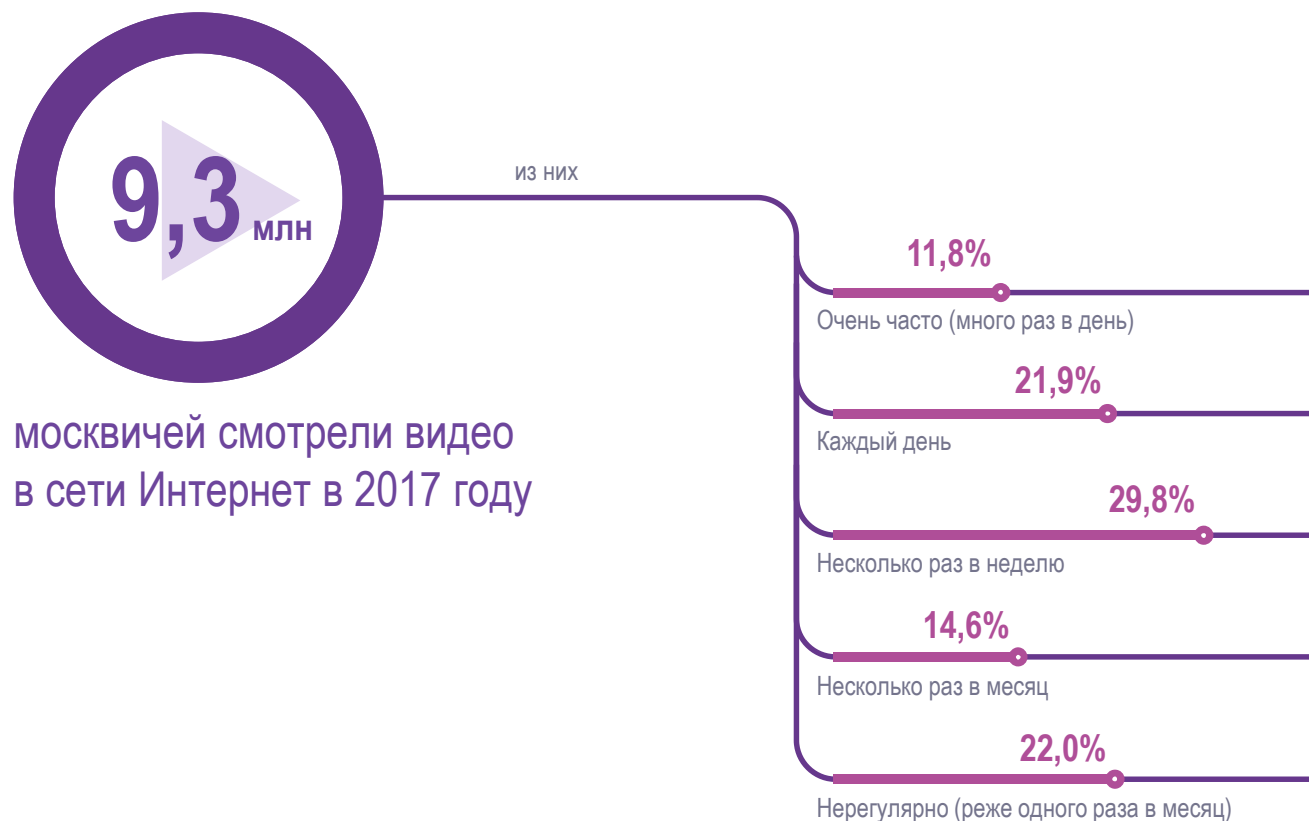
## Источники информации

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

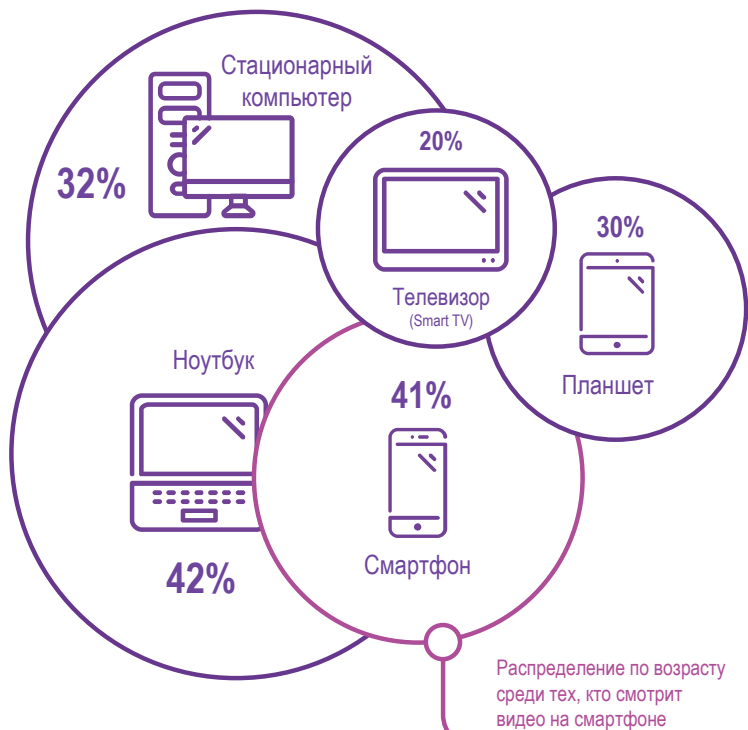
**Алексей Бырдин**  
генеральный директор Ассоциации «Интернет-видео»



# 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



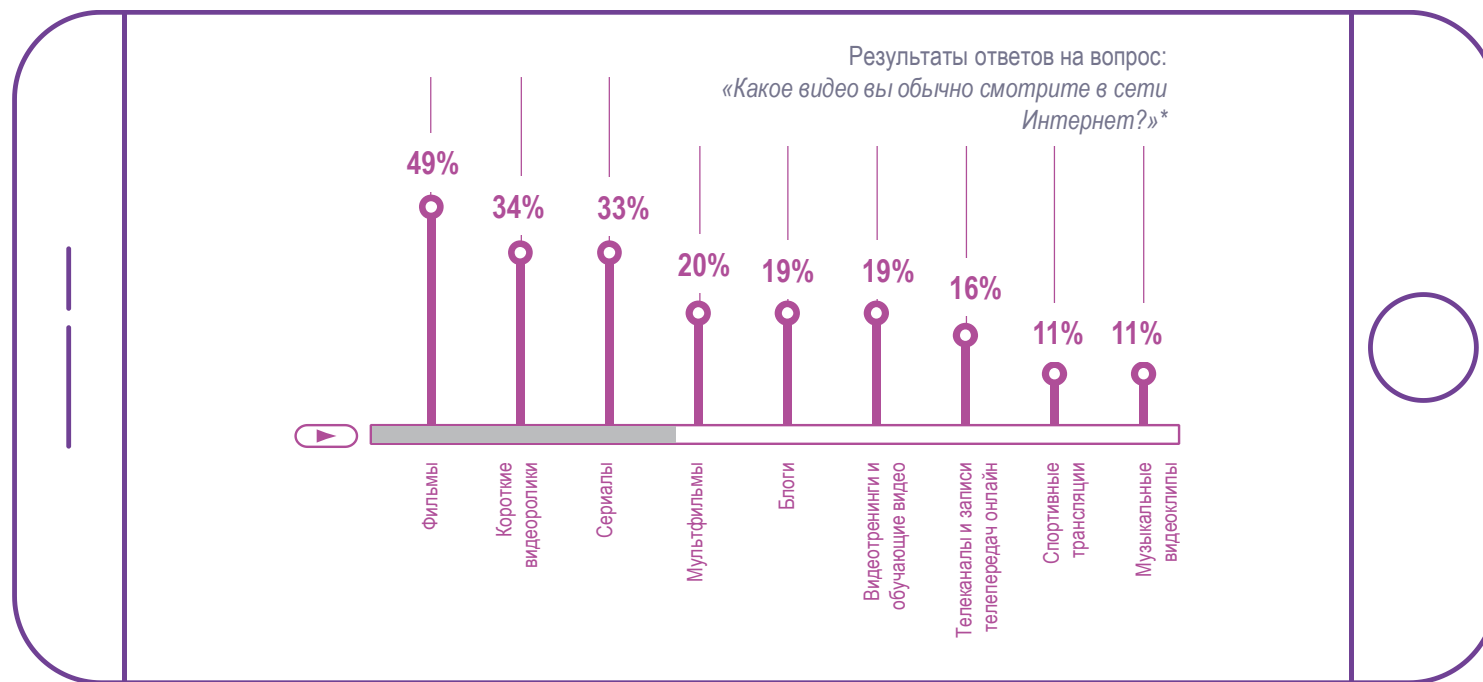
**Дмитрий Сычугов**  
генеральный директор Амедиа ТВ



# 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»



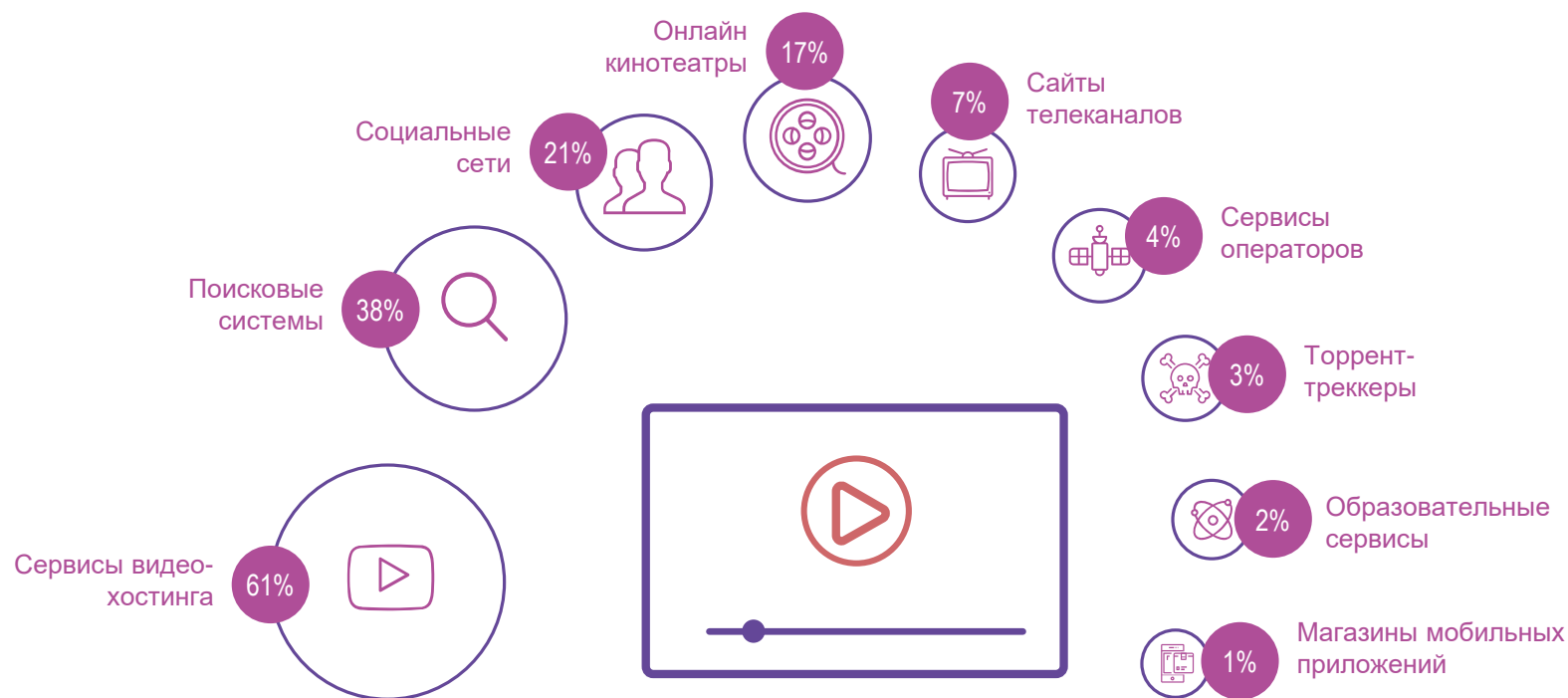
**Алексей Бырдин**  
генеральный директор Ассоциации «Интернет-видео»



# 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»



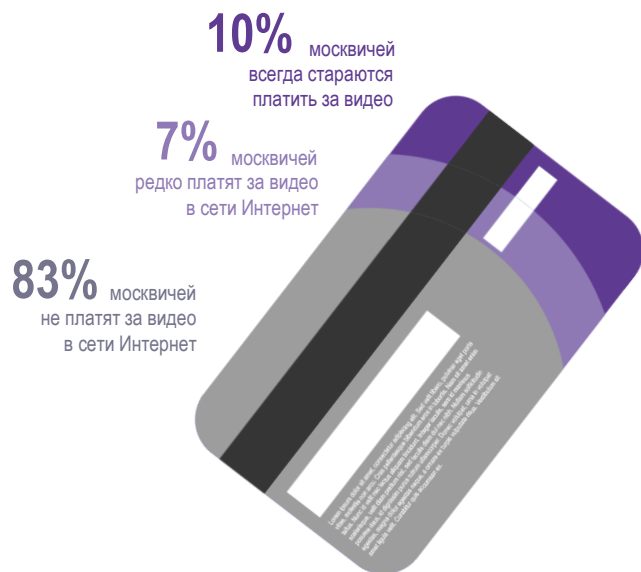
Виктор Чеканов  
генеральный директор  
Megogo Russia



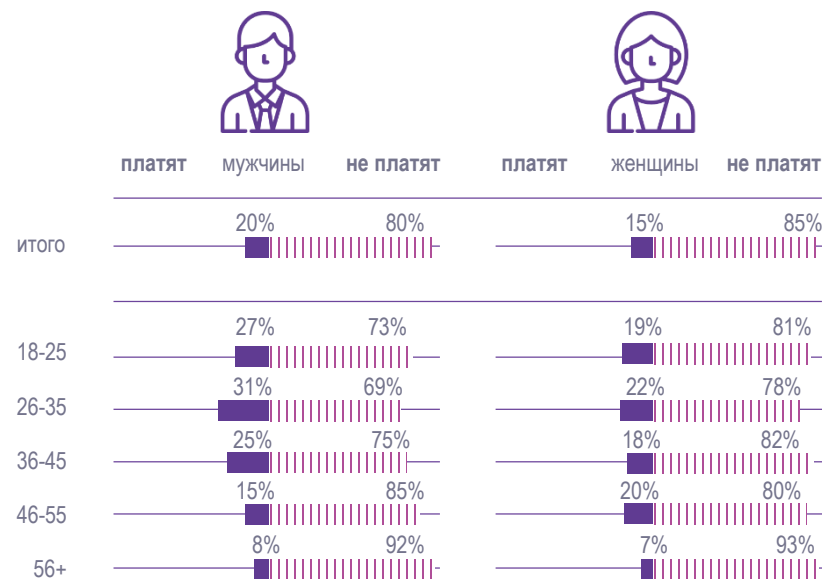
# Москвичи воспринимают нормальным явлением покупку видео в сети Интернет



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

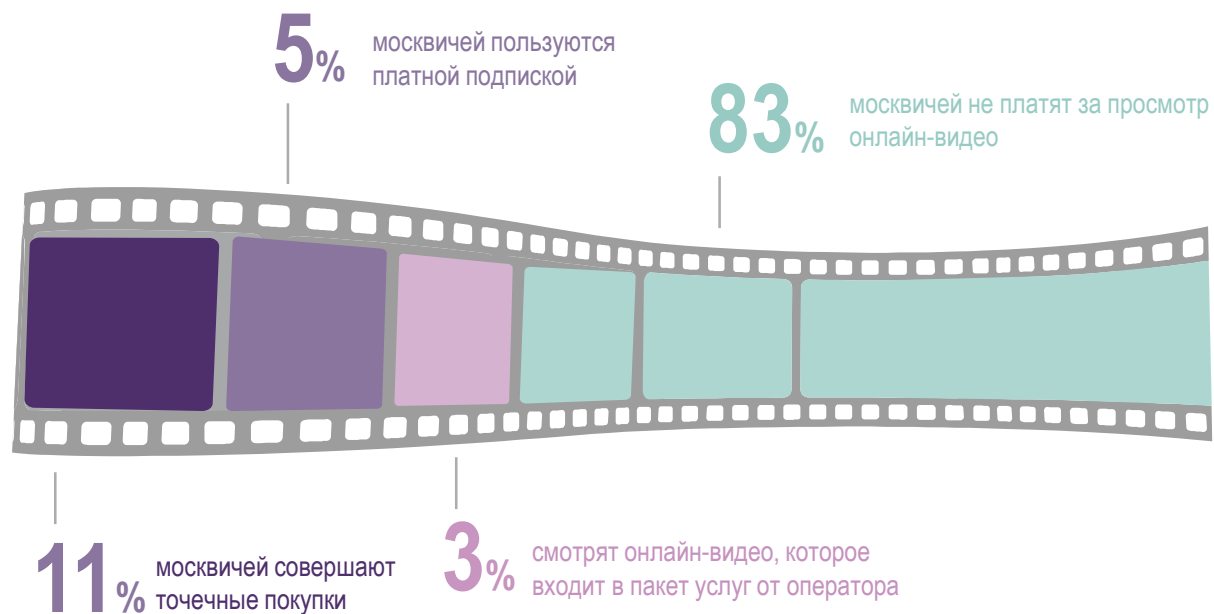


# Москвичи чаще совершают импульсные разовые покупки видео



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

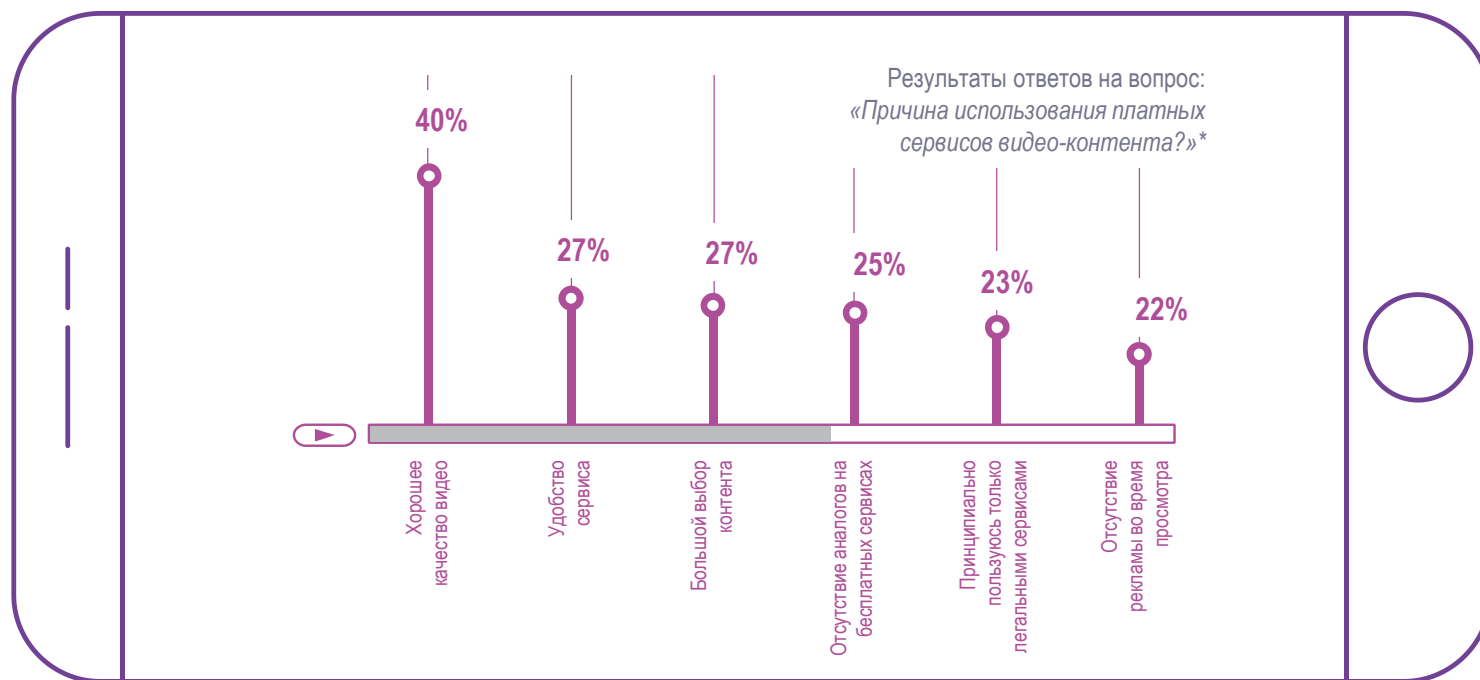




# Москвичи стали требовательнее к контенту и готовы за это платить



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

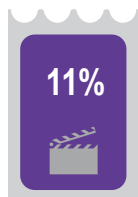


Чаще всего москвичи не платят за видео в сети Интернет, потому что находят нужный контент в бесплатном доступе

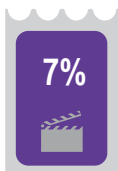
Результаты ответов на вопрос:  
«Почему вы не платите за видео?»\*



москвичей находят необходимый видео-контент в открытом доступе



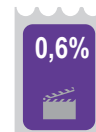
не устраивает стоимость



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

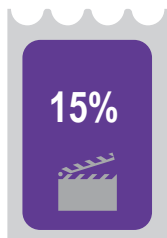
«Пока пиратский контент присутствует в сети в открытом доступе, бороться с ним можно только постоянно совершенствуя продуктовое предложение видеосервисов»



# 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 появлении его на онлайн площадках может быть драйвером повышения частоты покупок

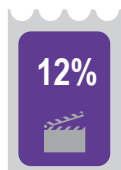


Москвичей готовы чаще платить за легальный видео-контент, если новинки в онлайн-сервисах будут доступны одновременно с премьерой в кинотеатрах

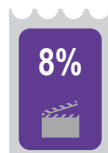
Результаты ответов на вопрос:  
«При каком условии вы бы стали чаще платить за видео в сети Интернет?»\*



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»



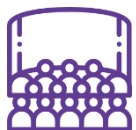
Виктор Чеканов  
генеральный директор  
Megogo Russia



# 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