



**КОНЦЕПЦИЯ
РАЗВИТИЯ
МЕДИАКОММУНИКАЦИОННОЙ
ОТРАСЛИ ДО 2025 ГОДА**

Май 2016г.

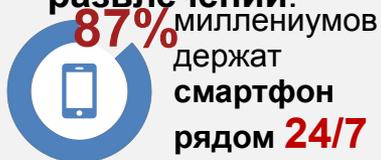
Поколение «миллениумов» – основная демографическая группа, которая все больше определяет тренды, наращивая потребление в интернете



«Миллениумы» – демографическое поколение 15-35 лет (в 2015г.)

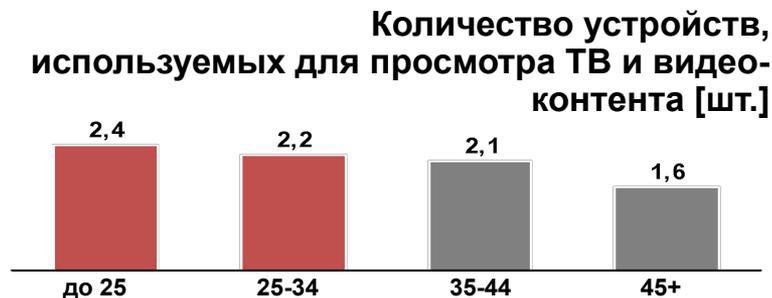
- ▶ Характеризуются высоким уровнем потребления технологий. Им свойственны следующие тренды:
 - Отложенные просмотры: потреблять когда угодно
 - «Второй экран»: потреблять, ориентируясь на рекомендации в соц.сетях.

✓ Для миллениумов, смартфон – инструмент для коммуникации + платформа для развлечений.



Технологии становятся все дешевле и поэтому проникновение в массы происходит все быстрее

Сегодня потребители используют как минимум 2а устройства для просмотра контента



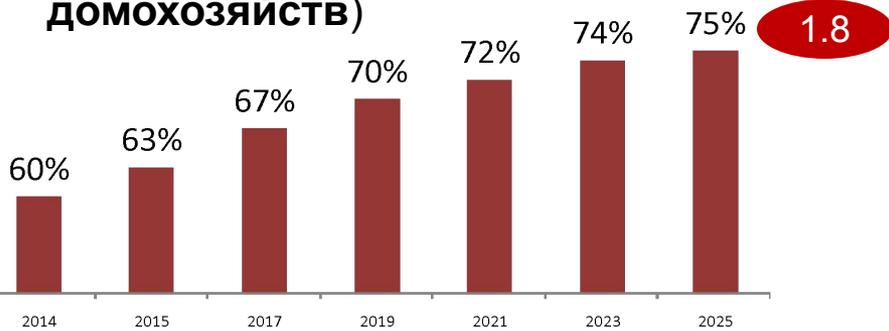
При этом 85% потребителей используют интернет через смартфон/планшет при просмотре телевизора



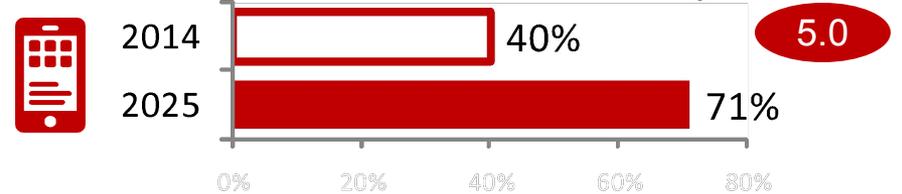
Проникновение технологий и девайсов



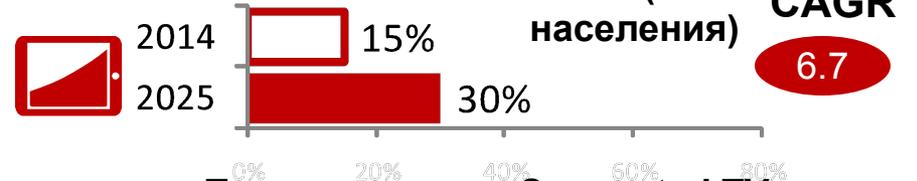
Проникновение ШПД (% от домохозяйств) CAGR 1.8



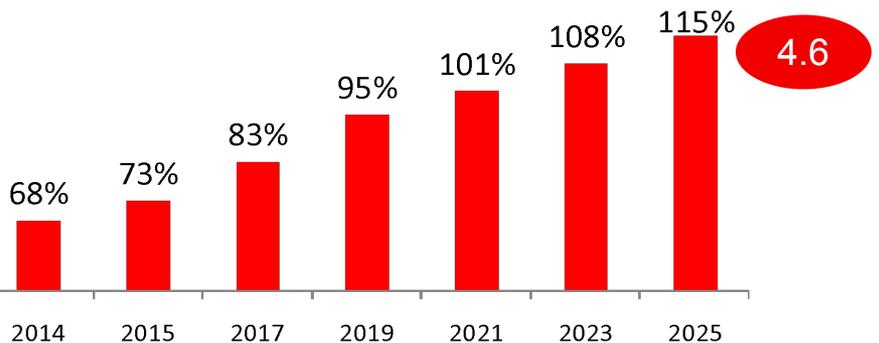
Проникновение смартфонов (% от населения) CAGR 5.0



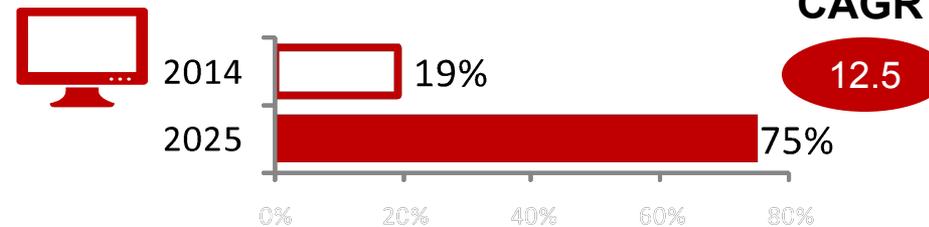
Проникновение планшетов (% от населения) CAGR 6.7



Проникновение БШПД активные SIM карты (% от населения) CAGR 4.6



Проникновение Connected TV (техническая возможность)¹ (% от населения) CAGR 12.5

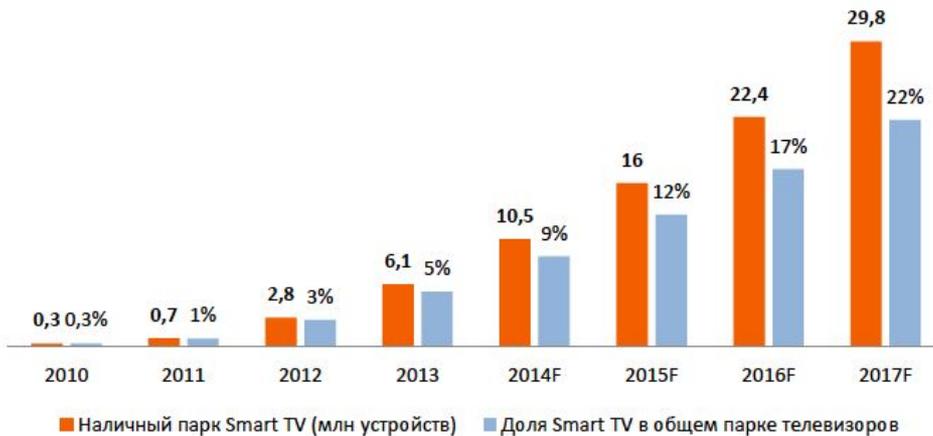


Источник: PwC outlook, Viacom, анализ PwC к коннектед ТВ относятся все телевизоры, имеющие техническую возможность выхода в Интернет (в том числе через донглы)

Динамика объема smart TV

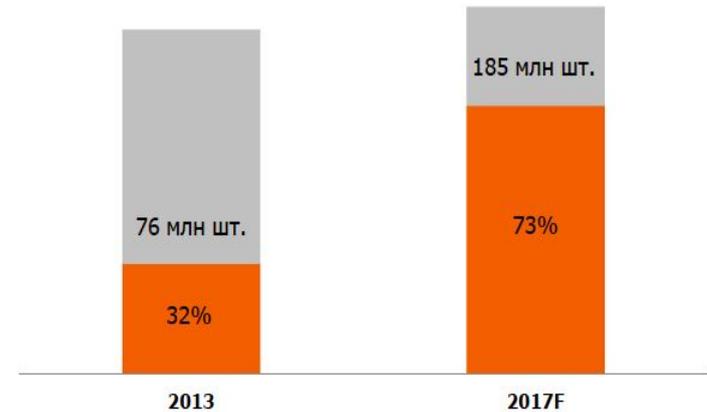


Рис. 3. Наличный парк Smart TV в России



По данным GfK, J'Son & Partners Consulting

Рис. 2. Динамика объема и доли продаж Smart TV в мире



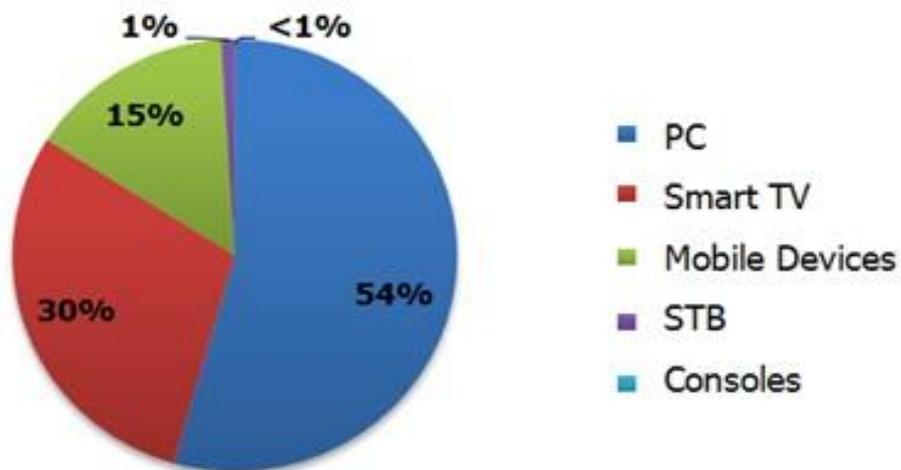
По данным Strategy Analytics, IHS Consulting

Smart TV, по результатам многочисленных опросов, является одной из самых притягательных функций для потенциальных покупателей ТВ. Smart TV открывает доступ к просмотру интернет-видео прямо на экране телевизора без дополнительных настроек и внешних устройств, таких как OTT-боксы, донглы, консоли и STB.

Развитие Smart TV расширяет возможности VOD-платформ, как платных так и бесплатных: растет база пользователей, увеличивается время просмотра видео, появляется возможность транслировать более «тяжелый» контент (HD, UltraHD), так как терминалом теперь является экран с большей диагональю по сравнению с ПК.

Smart TV открывает также возможности для приложений, не связанных с трансляцией видео, в первую очередь – социальным сетям. Становится осуществимой идея «социального ТВ» – отправки информации о понравившихся программах в твиттер и фейсбук по щелчку пульта; совместный просмотр программ и чат с друзьями прямо на экране ТВ и многие другие интерактивные функции.

Figure 3. Viewing Structure on Russian OTT-Video Services Market, %, 2014



Source: J'son & Partners Consulting, Companies' Data

Экосистема потребления видеоконтента эволюционирует и стирает границы между линейным и нелинейным просмотром

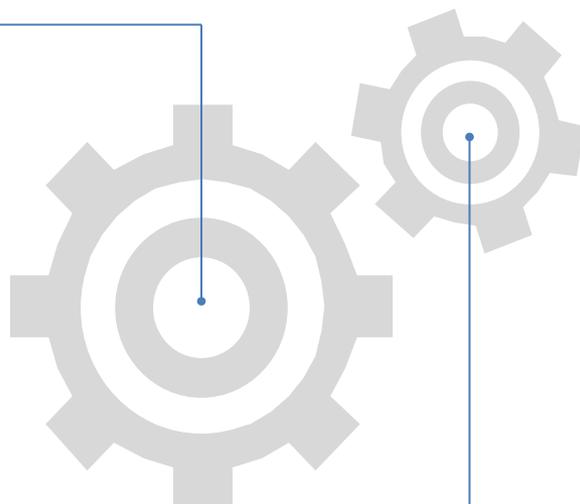


ТРАНСФОРМАЦИЯ ЛИНЕЙНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

Потребление ТВ перестает быть линейным в классическом понимании: запуск **TV Everywhere** и дополнительные услуги (VOD, DVR) позволяют **смотреть** вещаемые каналы **в любое время в любом месте**

Запуск TVE всеми мейджорами на развитых рынках к 2016 году

64% рост телесмотра при подключении TVE



ЕДИНАЯ ЭКОСИСТЕМА ПОТРЕБЛЕНИЯ ВИДЕОКОНТЕНТА

Пользователи онлайн-видео смотрят традиционные каналы на **10%** больше

Netflix анализирует **37 млн.** действий пользователей

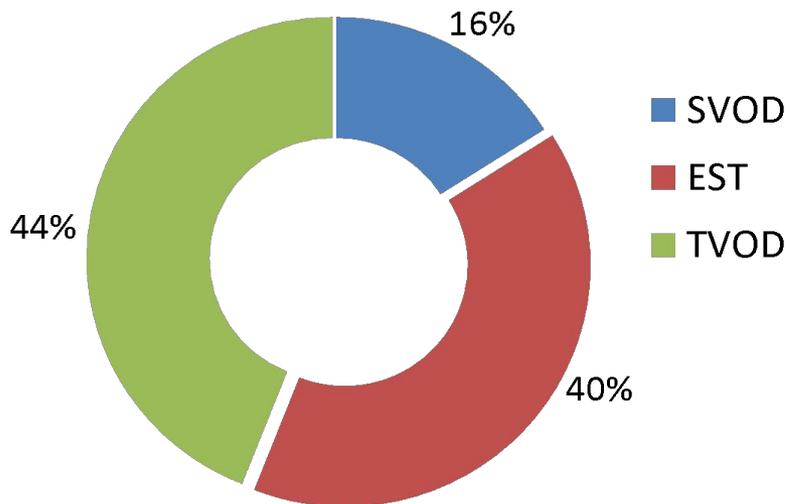
Сервисы, традиционно представляющие **нелинейное потребление**, проходят через «телевизиацию» посредством развития **рекомендательных систем** и автоматизации продаж рекламы

РАЗВИТИЕ РЕКОМЕНДАТЕЛЬНЫХ СИСТЕМ

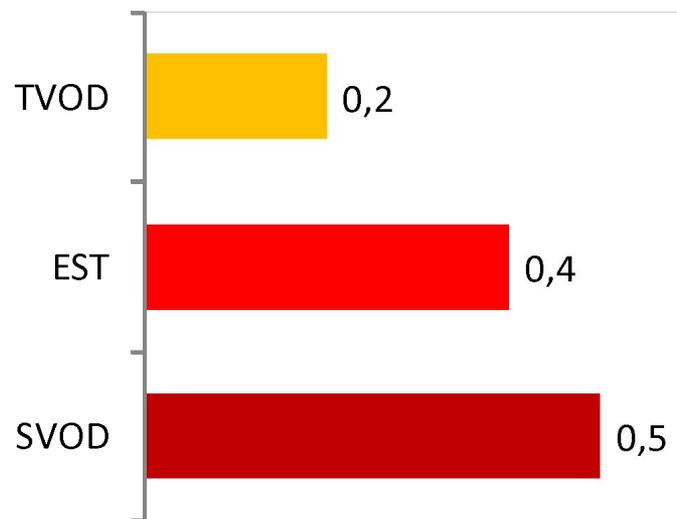
Рынок платных онлайн видео сервисов в РФ



Структура платных онлайн-видео сервисов %



Объем рынка 2014 млрд. руб



Глоссари

Й

Binge-viewing /**Binge-watching** Запойный просмотр, также называется марафонный-просмотр, это практика смотреть телевизор в течение длительного периода времени, обычно одно телевизионное шоу. В ходе опроса, проведенного Netflix в феврале 2014 года, 73% людей определяют запойный-просмотр как «просмотра по 2-6 серий одного ТВ-шоу в один присест». Binge-viewing /**Binge-watching** как наблюдаемое явление культуры стал популярным с появлением интернет-медиа-услуг, таких как Netflix, hulu, и Amazon на видео, с помощью которой зритель может смотреть телевизионные шоу и фильмы по запросу

Глоссарий

Video-on-Demand (VoD) - "видео по запросу". это доступ к просмотру фильмов, видеоклипов, отдельных передач или прямых трансляций с оплатой за каждый просмотр. То есть классические услуги "видео по запросу" не предполагают подписки на каналы, так же как и не включают в себя просмотр бесплатного контента (где оператор получает доходы только за трафик). VOD (video on demand - модель, основанная на временном использовании видео).

Пользователь оплачивает фильм и может неограниченное количество раз посмотреть его, но через условное количество часов (как правило, 48), срок лицензии истекает. После этого фильм будет невозможно смотреть благодаря системе защиты контента DRM.

Преимущество VOD, безусловно, заключается в цене и удобстве в момент просмотра. Основной недостаток этой модели в неочевидном для пользователя ограничении периода просмотра.

Помимо аренды существует и более привычная покупка дисков. Цифровой аналог - продажа цифровой копии фильма, доступной пользователю без ограничений времени, т.е. навсегда. Такая модель основана на владении и называется EST (electronic sell through или download to own, DTO). В последнее время именно модель конечной покупки, дающей возможность смотреть фильм неограниченное число раз в любое время на всех имеющихся устройствах приобретает все большую популярность.

Глоссарий

FVoD (*Free Video on Demand*) — тип VoD, при котором предоставляется практически безграничный доступ к видео (бесплатно и без демонстрации рекламы);

AVoD (*Advertising Video on Demand*) — тип VoD, при котором доступ к видео предоставляется вместе с рекламой, которая демонстрируется в видео с определенной периодичностью;

SVoD (*Subscription Video on Demand*) — тип VoD, при котором доступ к видео предоставляется за счёт покупки периодической [ПОДПИСКИ](#);

TVoD (*Transactional Video on Demand*) — тип VoD, при котором доступ к видео предоставляется в счёт уплаты определенной суммы, при этом видео ограничено либо в количествах просмотров, либо временным промежутком, в которое его нужно посмотреть (например, видео необходимо посмотреть в течение 30 дней со дня покупки и 48 часов с момента начала просмотра), после чего доступ к видео прекращается;

EST (*Electronic Sell-Through*) — тип VoD, при котором доступ к видео предоставляется в счёт уплаты определенной суммы, при этом видео практически не ограничено ни количествами просмотром, ни временным промежутком, в которое его нужно посмотреть (возможны определенные ограничения со стороны [правообладателей](#) видео).



Спасибо за внимание!