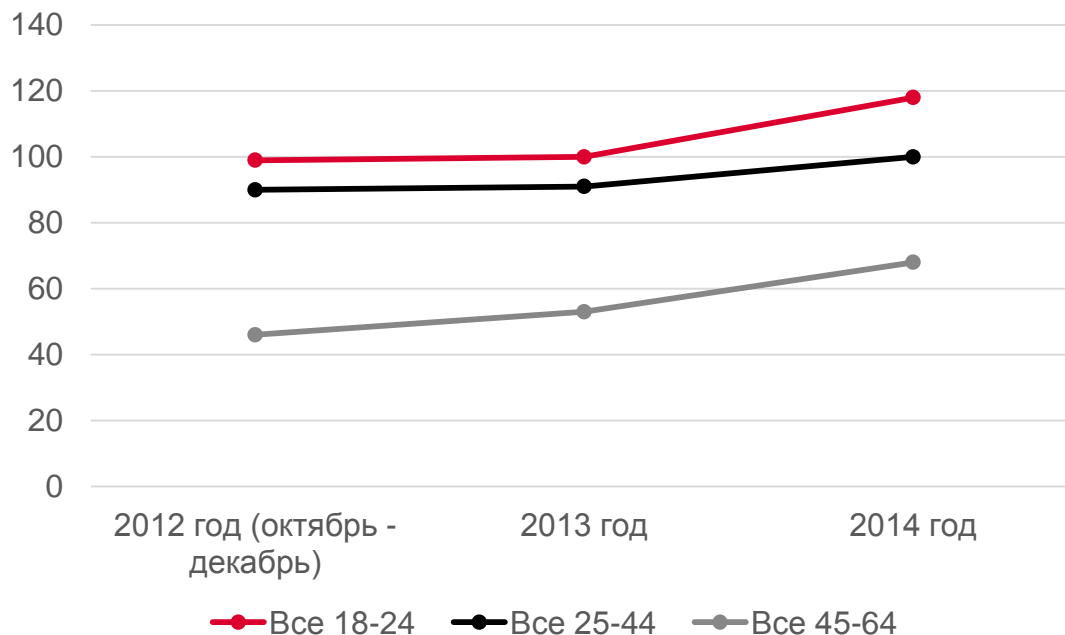


■ МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ В РОССИИ

Все возрастные группы россиян все больше времени проводят в интернете

Возрастная группа	Среднее время нахождения в интернете (в минутах)		
	2012 (октябрь-декабрь)	2013	2014
Все 18-24	99	100	118
Все 25-44	90	91	100
Все 45-64	46	53	68

Среднее время нахождения в интернете в день (в минутах)

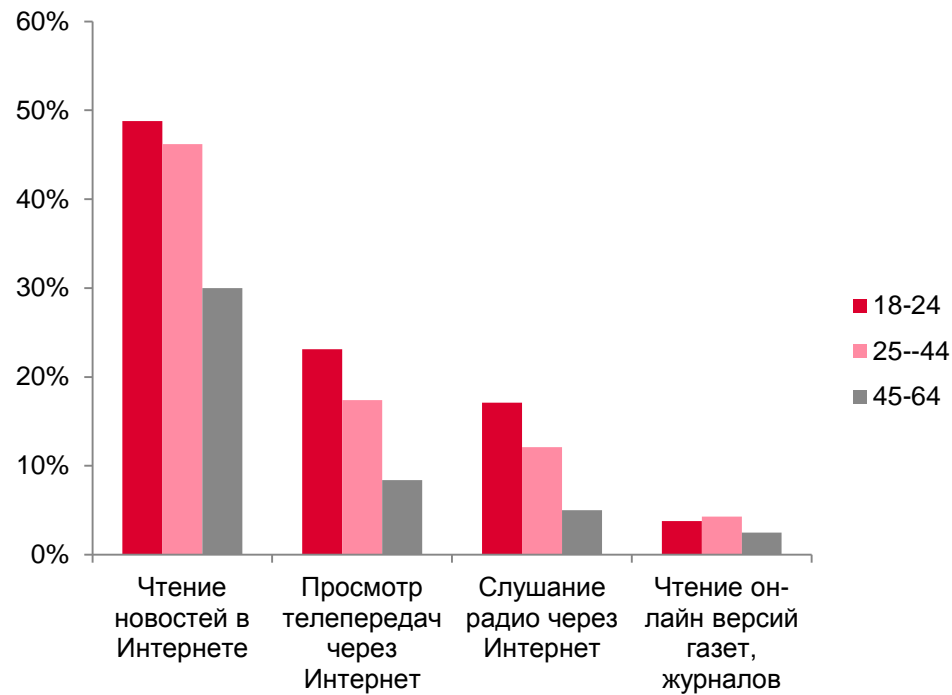


Елена Белова, генеральный директор Navas Media:

Молодые люди в возрасте от 18 до 44 лет уже давно освоили многочисленные возможности «всемирной паутины» и последние 3 года проводят online более 1,5 часов в день. Однако, любопытно то, что и сегмент возрастной аудитории (Все 45-64), начиная с 2013 года, активно приходит в интернет, увеличивая время своего присутствия online с динамикой, аналогичной динамике молодых сегментов.

Население активно знакомится с новостями, смотрит ТВ и слушает радио в интернете

	2014		
	18-24	25--44	45-64
	[000]	[000]	[000]
Просмотр телепередач через Интернет	1982	3785	1636
Слушание радио через Интернет	1468	2627	971
Чтение он-лайн версий газет, журналов	322	934	491
Чтение новостей в Интернете	4183	10069	5808



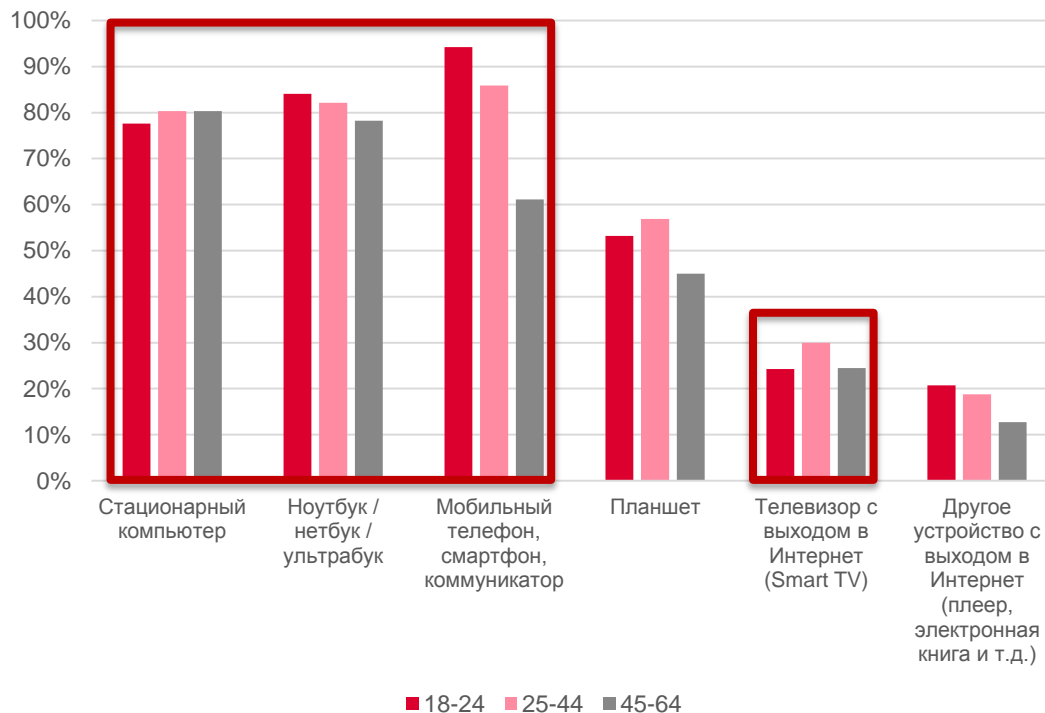
Елена Белова, генеральный директор Navas Media:

По данным за 2014 год уже около 50% населения России в возрасте от 18 до 44 лет - более 14 млн. человек - знакомятся с новостями в интернете. Четверть молодого населения (18-24) и 17% сегмента (25-44) - смотрят телепередачи online, и примерно 20% сегмента (18-44) – слушают в сети радио. Возрастная аудитория, также, начинает активно осваивать интернет – уже порядка 30% сегмента (45-64) - около 6 млн. человек – изучают новости online. В общей сложности ежедневно в интернет выходит более 34 млн. взрослого населения России.

По выходам в интернет лидируют - десктопы, ноутбуки и мобильные, но молодежь предпочитает смартфоны

% респондентов, выходящих в 2014 году в интернет с устройств

	2014		
	18-24	25-44	45-64
	[000]	[000]	[000]
Выходили в Интернет (за 3 мес.) с устройств:	6749	12584	3872
Стационарный компьютер	5237	10109	3109
Ноутбук / нетбук / ультрабук	5673	10337	3026
Мобильный телефон, смартфон, коммуникатор	6357	10814	2364
Планшет	3589	7158	1740
Телевизор с выходом в Интернет (Smart TV)	1641	3776	948
Другое устройство с выходом в Интернет (плеер, электронная книга и т.д.)	1395	2362	493



Елена Белова, генеральный директор Navas Media:

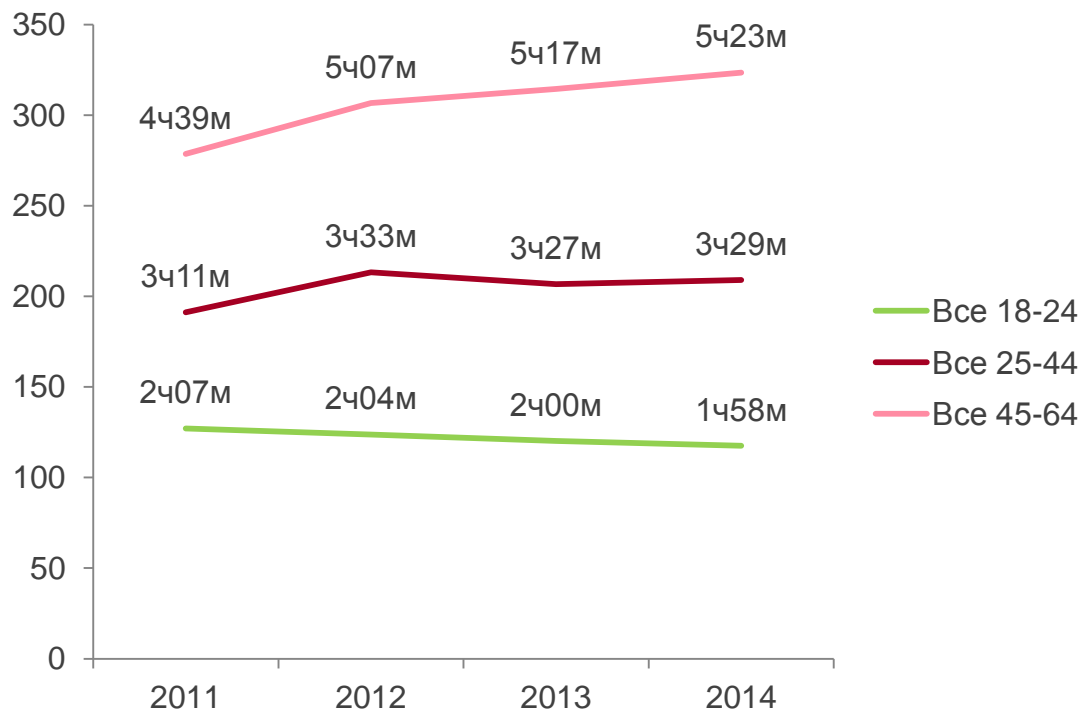
Опросные данные красноречиво демонстрируют, что в 2014 году потребление населением России интернета с помощью 3-х ключевых девайсов - стационарного компьютера, ноутбука и мобильного телефона – находилось, примерно, на одном уровне.

Конечно, в разных сегментах аудитории наблюдаются некоторые различия – так молодые люди (18-24), бесспорно, предпочитают мобильные, сегмент (45–64) – десктопы и ноутбуки. Хотя, примечателен тот факт, что уже более 60% возрастного населения (45-64) - почти 2.5 млн. человек – также, как и молодежь, регулярно используют смартфоны для выхода в интернет.

Интересно и то, что уже около 6,5 млн. разновозрастного населения России выходит в сеть с помощью высокотехнологичных телевизоров. Спрос молодой аудитории (18-24) и возрастного сегмента (45-64) на данный способ связи с интернетом одинаков, и мы видим в этом факте потенциал развития для Smart TV. Ведь, как и крупные online-кинотеатры, большинство федеральных телеканалов уже устанавливают на телевизорах ведущих торговых марок, предназначенных для Smart TV, свои лицензионные приложения для просмотра ТВ-эфиров.

Население России в возрасте от 25 до 64 лет проводит у экранов ТВ все больше времени

Возрастные группы	Среднее время просмотра ТВ в день			
	2011*	2012	2013	2014
18-24	2ч07м	2ч04м	2ч00м	1ч58м
25-44	3ч11м	3ч33м	3ч27м	3ч29м
45-64	4ч39м	5ч07м	5ч17м	5ч23м



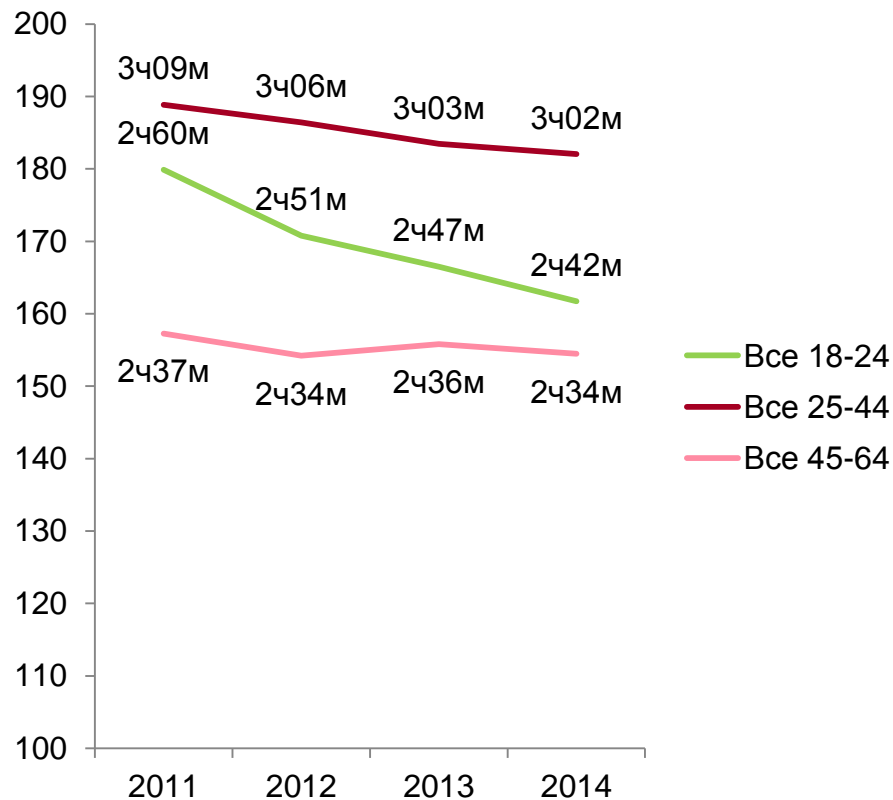
Елена Белова, генеральный директор Navas Media:

Традиционно растет время, которое ежедневно проводит у телеэкранов зрелое население России, в возрасте от 45 до 64 лет. Также, за последние 2 года на 6 минут возросло ежедневное время просмотра ТВ у сегмента аудитории (25-44). Молодая аудитория смотрит ТВ меньше других, однако, проявляет стабильность, незначительно сокращая среднее время просмотра ТВ в последний год – всего на 2 минуты в день.

По нашим ощущениям, на время, которое население России ежедневно посвящает просмотру ТВ, благотворное влияние может оказать факт значительного увеличения продаж телевизоров с функцией Smart TV, произошедший в конце 2014 года. Поскольку, если обратиться к предыдущему слайду, мы увидим, что около 6,5 млн. россиян уже выходят в интернет с помощью телевизоров Smart TV.

Население России стабильно слушает радио более 2.5 часов в день

Возрастные группы	Среднее время прослушивания радио в день			
	2011	2012	2013	2014
18-24	2ч60м	2ч51м	2ч47м	2ч42м
25-44	3ч09м	3ч06м	3ч03м	3ч02м
45-64	2ч37м	2ч34м	2ч36м	2ч34м

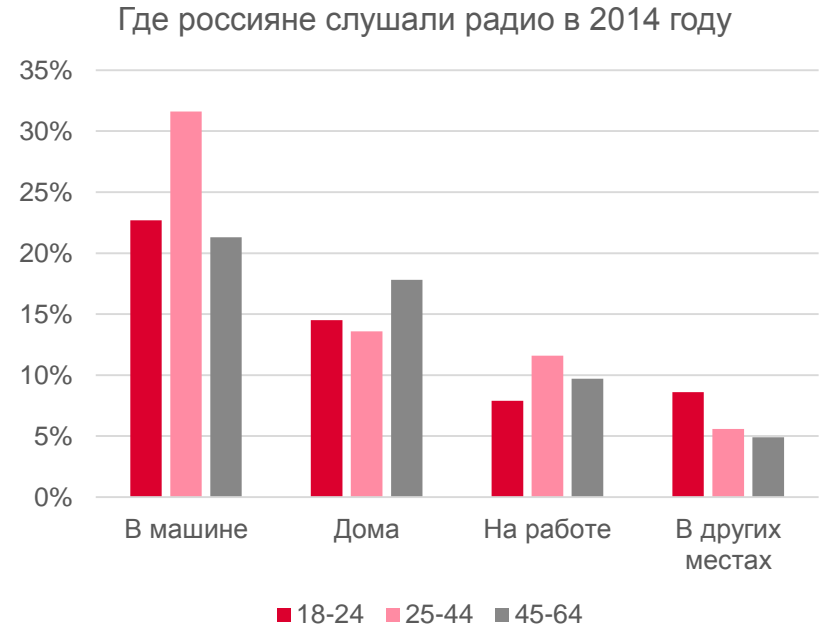


Елена Белова, генеральный директор Havas Media:

Если посмотреть на динамику последних 4-х лет, можно сделать заключение, что радио является одним из наиболее стабильных СМИ. Даже время, ежедневно посвящаемое радиослушанию – в среднем 2.5 часа на каждого россиянина – не слишком различно между возрастными группами и год от года кардинально не сокращается.

В 2014 году по сравнению к 2013 молодая аудитория (18-24) уменьшила время прослушивания радио в сутки всего на 3%, сегмент (25-44) – на 1%, зрелое население (45-64) – и вовсе на 0,6%. Если обратиться к графику потребления информации в интернете (слайд 4), то можно увидеть, что у молодой аудитории (18-24) существует тренд перетекания в online, и уже около 20% молодого населения (18-24) слушают радио в сети.

Автовладельцы стабильно слушают радио более 3-х часов в день



Где россияне слушают радио (в тыс. чел.)?	2014		
	18-24 [000]	25-44 [000]	45-64 [000]
Где слушаете радио чаще всего (количество респондентов)	4083	12224	9426
В машине	1944	6887	4138
Дома	1245	2970	3454
На работе	681	2522	1880
В других местах	734	1224	947



Елена Белова, генеральный директор Navas Media:

Примечателен тот факт, что самой стабильной и активной группой радиослушателей являются автомобилисты, которые сейчас, как и 4 года назад, слушают радио более 3-х часов в день.

Радиослушание можно назвать своеобразным индикатором экономической ситуации в стране – чем больше люди покупают автомобили, тем активнее развивается радиослушание, и наоборот.

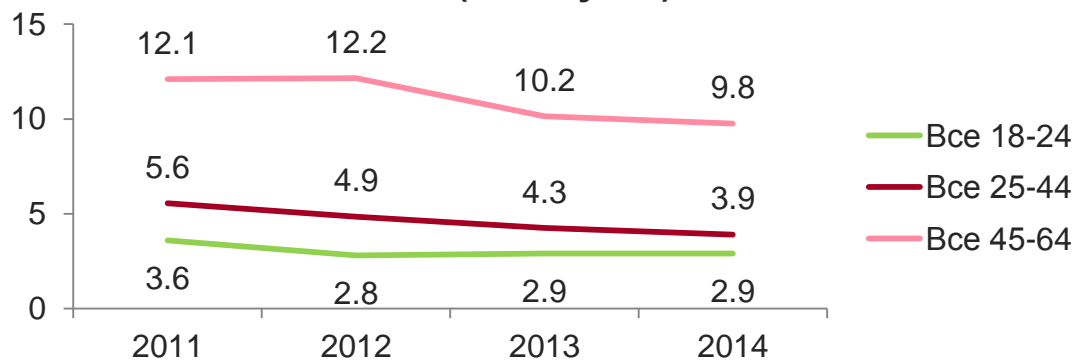
Источники:

- TNS Media Research, Radio Index Russia, 2011-2014 (График 1: средний уровень ежедневного прослушивания радио автовладельцами)
- Synovate Comcon, RusIndex, 2014 (Графики 2 и 3: Где россияне слушали радио в 2014 году?)

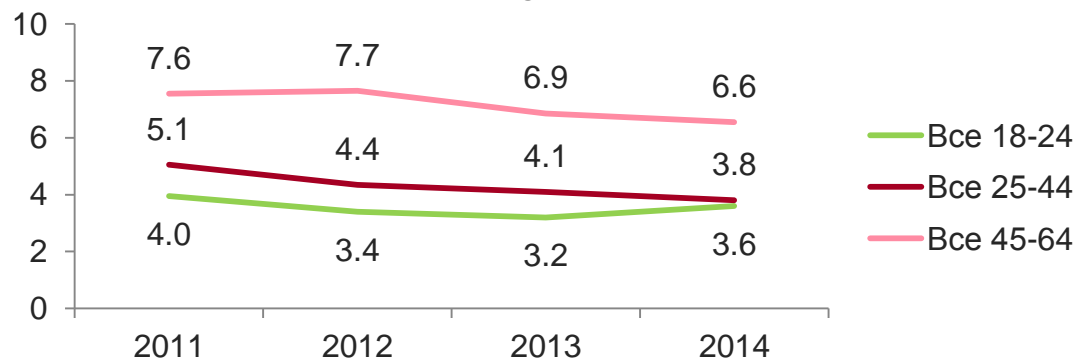
Молодая аудитория более стабильна в чтении печатной прессы

Медиа	Возрастная группа	Среднее время чтения прессы, минут в день			
		2011	2012	2013	2014
Газеты	18-24	3.6	2.8	2.9	2.9
	25-44	5.6	4.9	4.3	3.9
	45-64	12.1	12.2	10.2	9.8
Журналы	18-24	4.0	3.4	3.2	3.6
	25-44	5.1	4.4	4.1	3.8
	45-64	7.6	7.7	6.9	6.6

Среднее время чтения газет в день (в минутах)



Среднее время чтения журналов в день (в минутах)



Елена Белова, генеральный директор Navas Media:

Динамика чтения прессы населением России за 4 последних года показывает, что самое незначительное уменьшение интереса к печатной прессе наблюдается у наиболее молодого сегмента аудитории (18-24). Конечно, доля читателей газет и журналов данного возраста была и остается незначительной, однако те, кто все-таки предпочитает печатные выпуски online-номерам, демонстрируют определенную стабильность выбора. Обратная ситуация наблюдается у зрелой аудитории, читатели в возрасте 45+ в последние 3 года посвящают печатной прессе все меньше времени, что можно объяснить тем, что возрастной сегмент уже активно осваивает интернет и начинает переход на потребление информации online, с целью экономии средств и времени.

Ключевые тренды в медиапотреблении россиян

Среднее потребление медиа за день россиянами в возрасте от 18 до 24 лет				Среднее потребление медиа за день россиянами в возрасте от 25 до 44 лет				Среднее потребление медиа за день россиянами в возрасте от 45 до 64 лет			
Медиа	(в минутах)		динамика	Медиа	(в минутах)		динамика	Медиа	(в минутах)		динамика
	2013	2014			2013	2014			2013	2014	
ТВ	120,2	117,5	-2%	ТВ	206,7	209,0	1%	ТВ	314,5	323,5	3%
Радио	166,5	161,7	-3%	Радио	183,4	182,0	-1%	Радио	155,8	154,5	-1%
Журналы	3,2	3,6	13%	Журналы	4,1	3,8	-7%	Журналы	6,9	6,6	-4%
Газеты	2,9	2,9	0%	Газеты	4,3	3,9	-9%	Газеты	10,2	9,8	-4%
Интернет	100	118	18%	Интернет	91	100	10%	Интернет	53	68	28%
Всего:	392,8	403,8	3%	Всего:	489,6	498,7	2%	Всего:	540,4	562,4	4%

≈ 6,5 часов
в медиа

≈ 8 часов
в медиа

≈ 9 часов
в медиа



Елена Белова, генеральный директор Havas Media:

Динамика последних 2 лет показывает, что

- ✓ Активно развиваться потребление интернета. Молодые люди (возрастные группы 18-24, 25-44) уже давно значительное время проводят online, однако, и старшее поколение последние годы активно осваивает сеть, что открывает для интернета потенциал развития – за счет дальнейшего роста присутствия аудитории 45+.
- ✓ Время «у телевизора» значительно растет у возрастного сегмента аудитории (45+) и немного падает у молодого сегмента (18-24). Однако, появление новых качественных форматов online-телевидения (например, Smart TV) может привести к росту интереса к ТВ более молодого населения (18-44).
- ✓ Радио демонстрирует стабильность в потреблении – различные возрастные группы проводят «у радиоприемников» ежедневно, примерно, одинаковое количество времени.
- ✓ Молодая аудитория (18-24), которой изначально несвойственно проводить время за чтением прессы, в последние годы немного увеличивает время ежедневного просмотра гляцевых журналов.