

digital

Инесса Ишунькина, Директор по интернет-исследованиям



Аудитория интернета

Аудитория интернета в России

Все устройства

91 млн. чел.

74% населения

+2% за год

Мобильные устройства

76 млн. чел.

62% населения

+8% за год

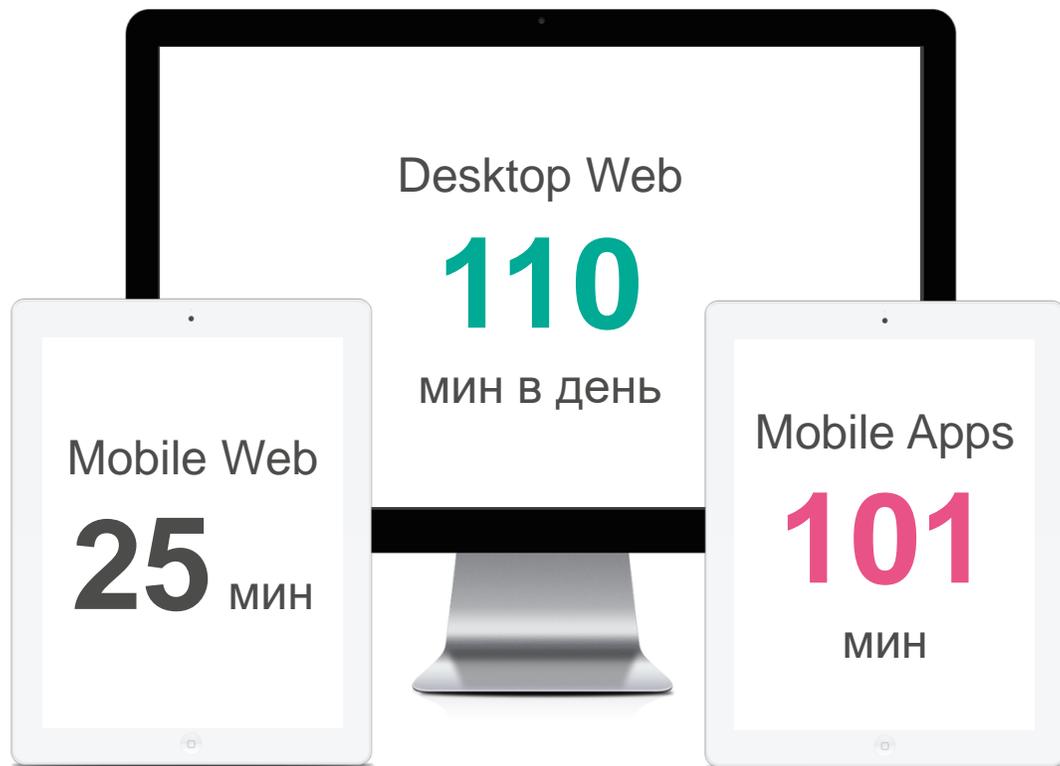
Только мобайл

25 млн. чел.

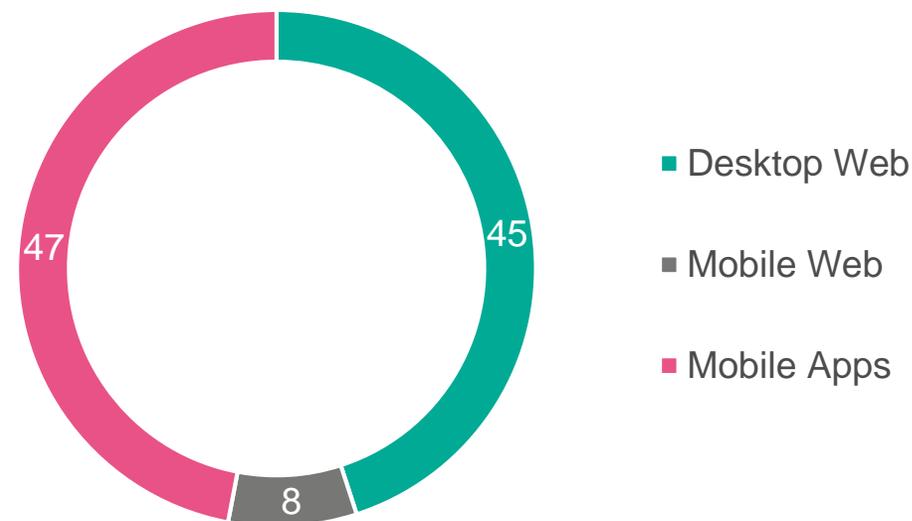
20% населения

+17% за год

В среднем пользователи проводят онлайн 162 минуты в день



Average Daily Duration online, %

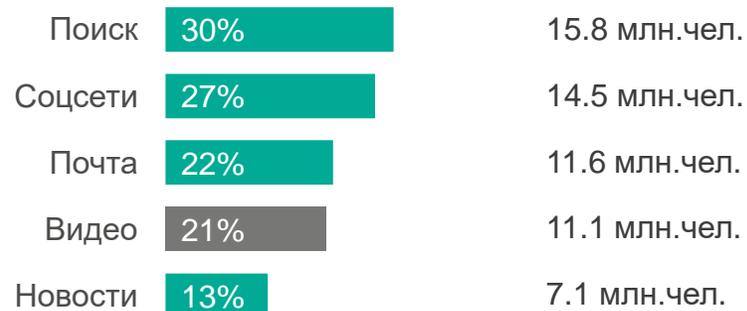


Ключевые тематики в интернете

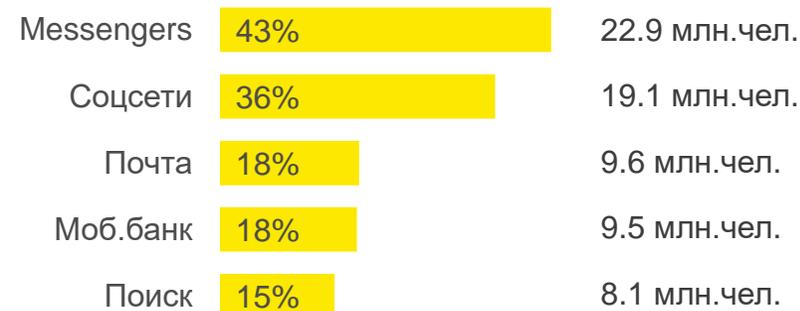

охват в среднем
за день



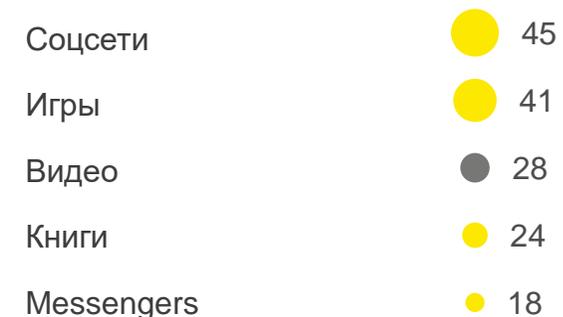
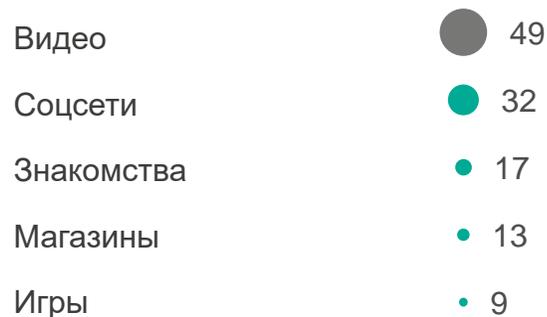
Desktop Web



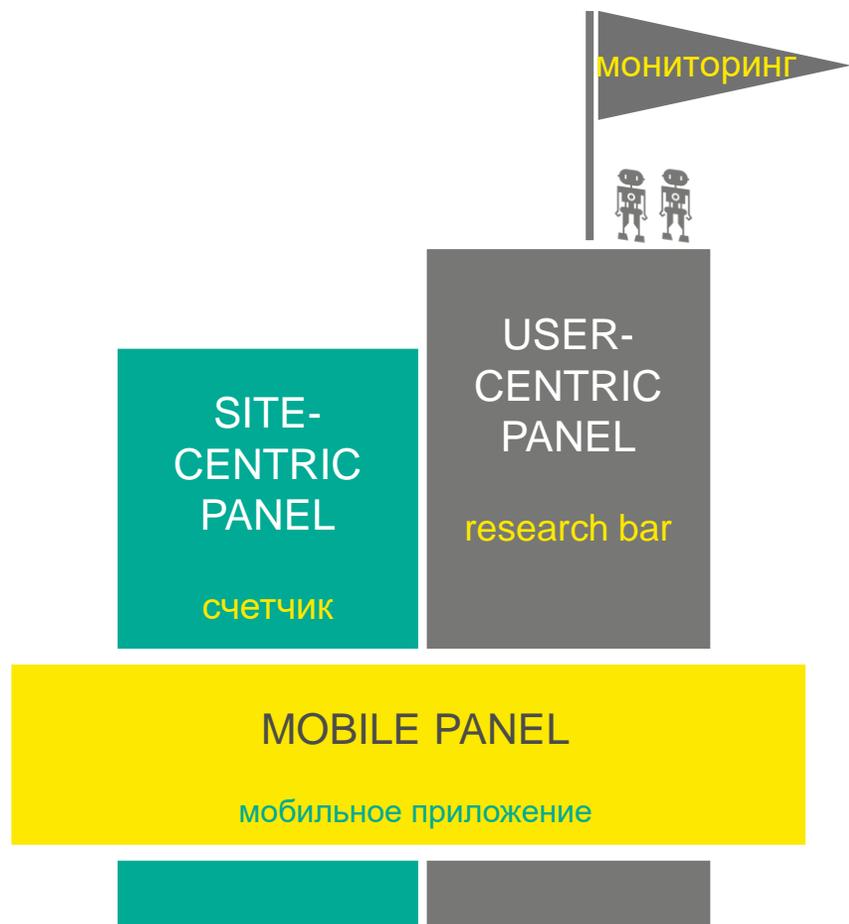
Mobile App




минут на
человека в день



Как устроено измерение интернета



Аудитория и мониторинг

Люди, а не куки

Мобильные и десктопные устройства

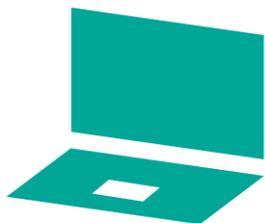
Браузеры и приложения

Все операционные системы

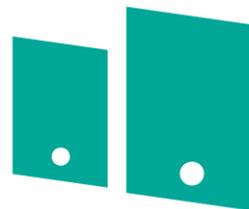


Видео-контент в России

Аудитория видео-ресурсов



DESKTOP



MOBILE

29.8 млн.чел.

30.5 млн.чел.

56.1 % населения

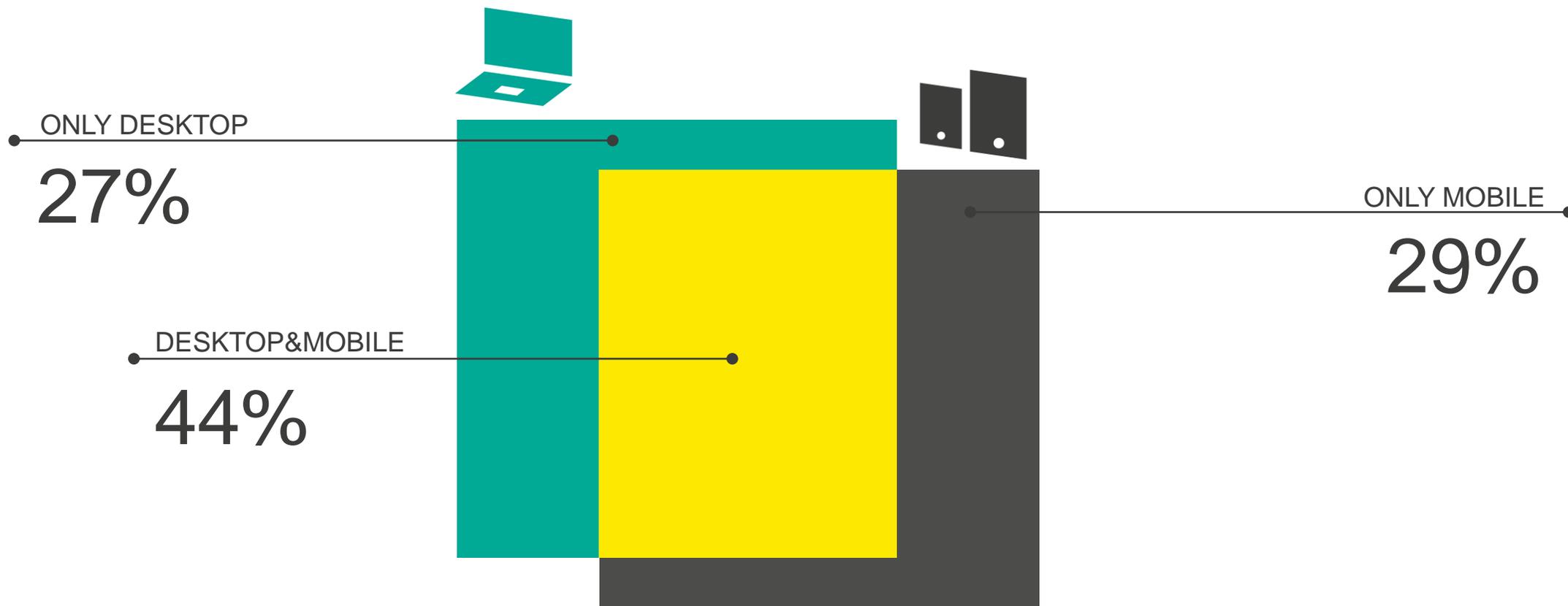
57.3 % населения

89% пользователей Интернета через десктоп

76% мобильных пользователей Интернета

29% аудитории смотрят видео только с мобильных устройств

100% = аудитория видео-ресурсов desktop+mobile



Основной мобильный трафик идет через WiFi



89% пользователей

33% трафика



93% пользователей

67% трафика

Контент зависит от типа соединения



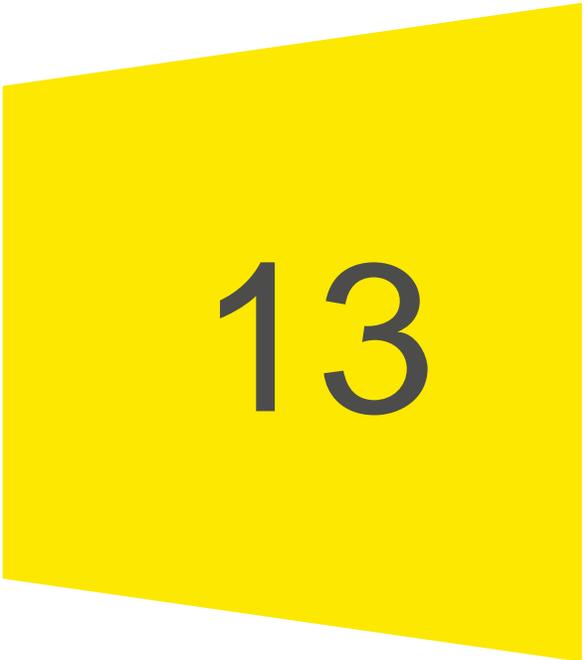
% трафика через сотового оператора



% трафика через WiFi

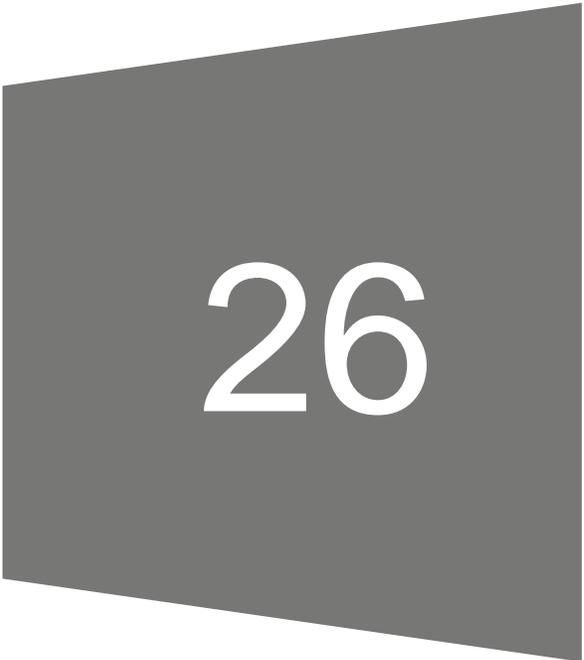


Активность зрителей онлайн-видео



13

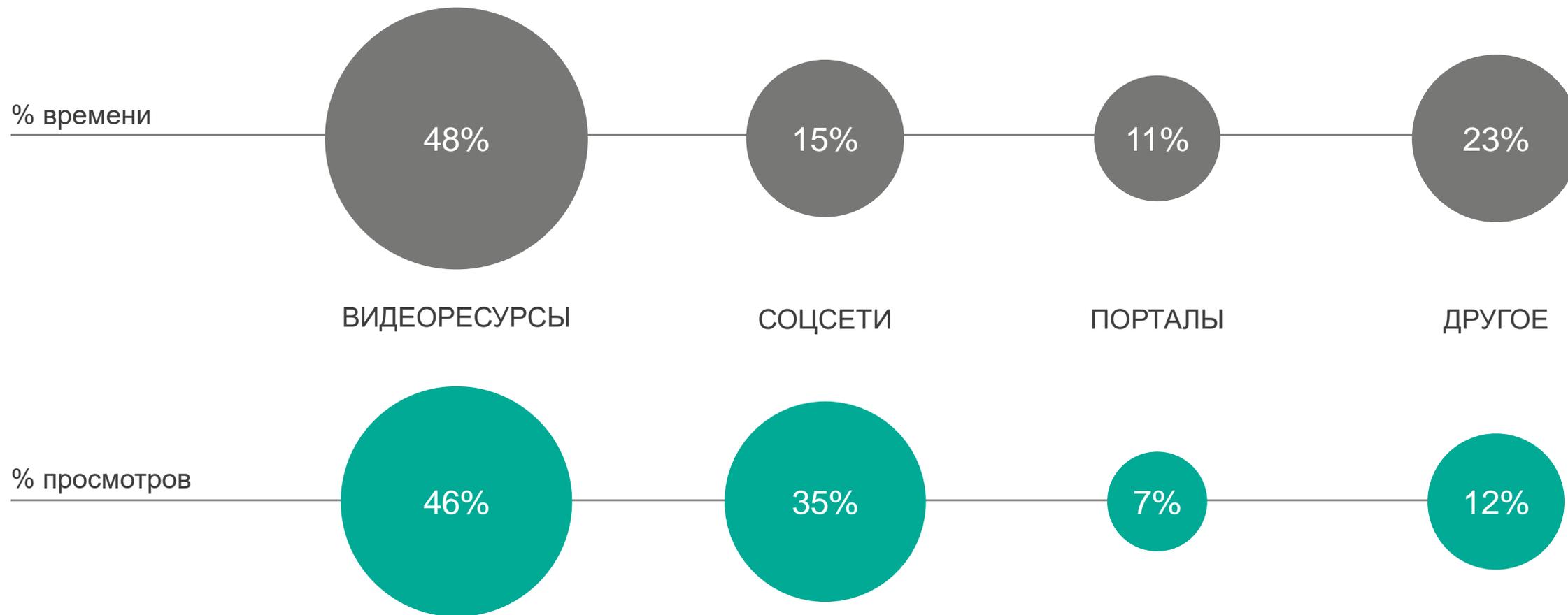
дней в месяц средний
пользователь смотрит видео



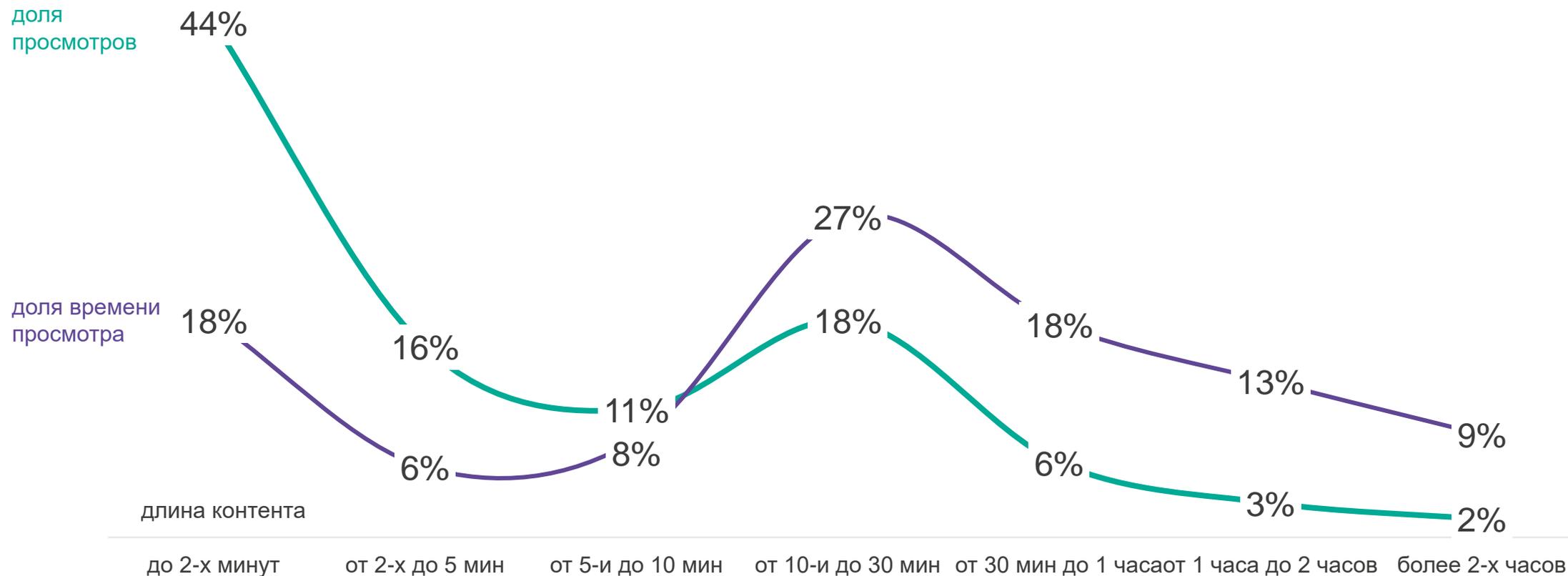
26

просмотренных контентных
роликов приходится на среднего
зрителя в день

Где смотрят видеоконтент на десктопе

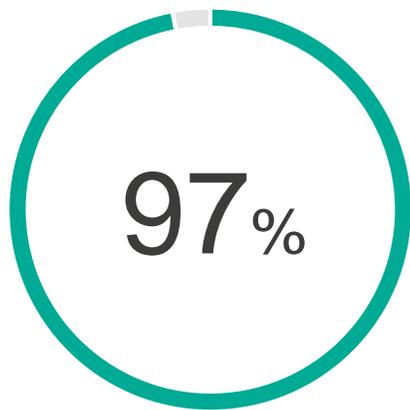


Только 11% просмотров приходится на ролики более 30 минут, но по времени они обеспечивают 40%

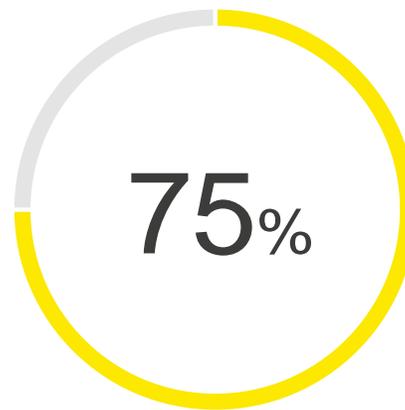


WEB-Index, Desktop, Август 2018, Россия 100k+, 12-64, OTS, % просмотров в зависимости от длины контента

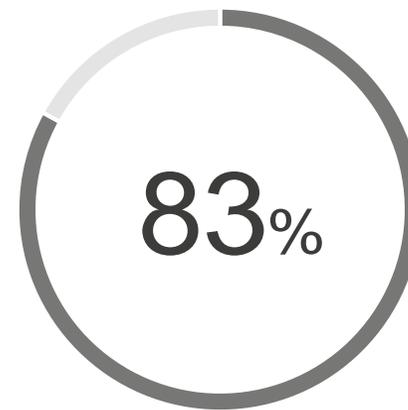
Крупнейшие плееры



Тех, кто смотрит видео



Просмотров
видео-контента



Времени просмотра

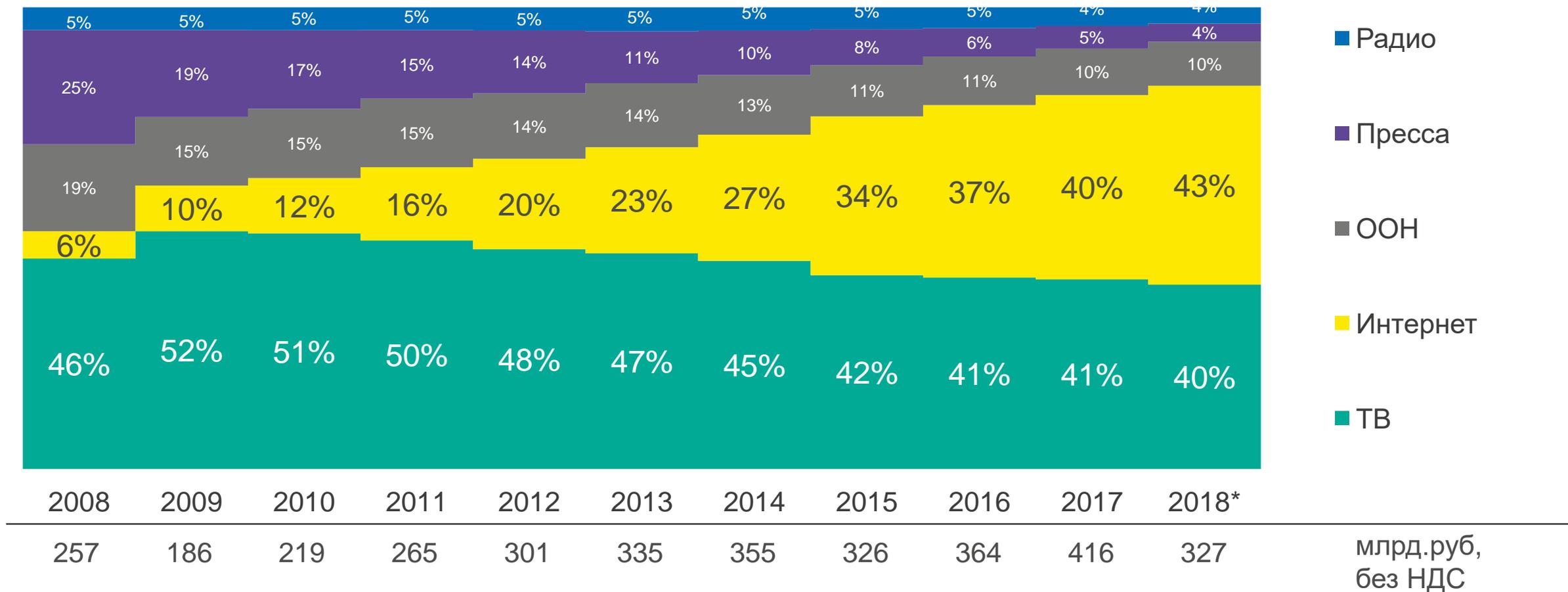
Топ площадок по просмотру видео

Monthly Reach	% от населения	млн.чел.	% общего времени просмотра видео
youtube.com	44%	23,5	71%
vk.com	38%	20,3	4%
yandex.ru	35%	18,7	6%
ok.ru	21%	11,3	1%
mail.ru	12%	6,2	
facebook.com	9%	4,8	
instagram.com	9%	4,6	



Рекламный рынок России

Рекламный рынок в России

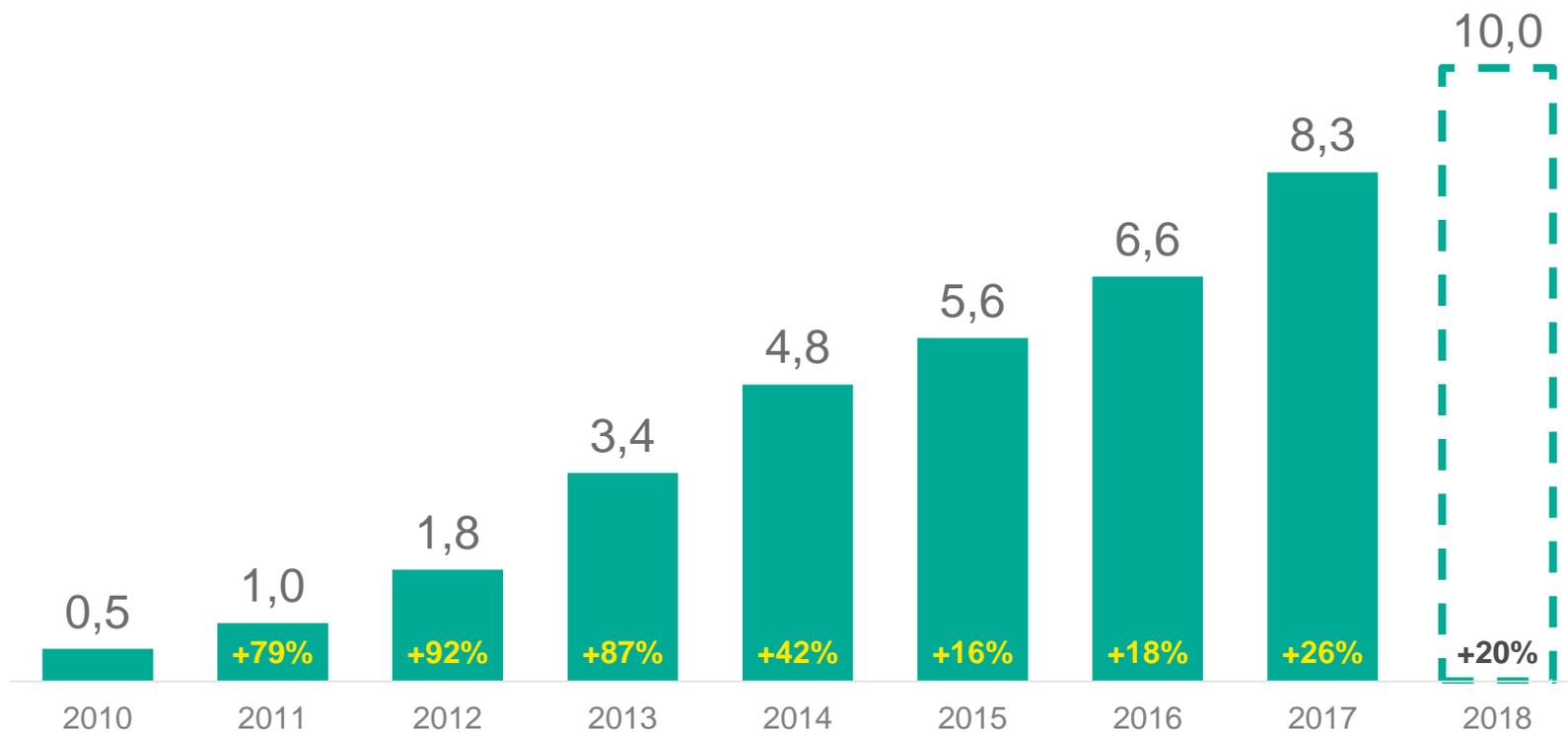


AKAP совместно с IAB Russia, 2018 <http://www.akarussia.ru/node/7849>

* 1-3Q 2018

Сегмент видеорекламы

Млрд. рублей без НДС



5%

бюджетов в интернете
приходится на видеорекламу

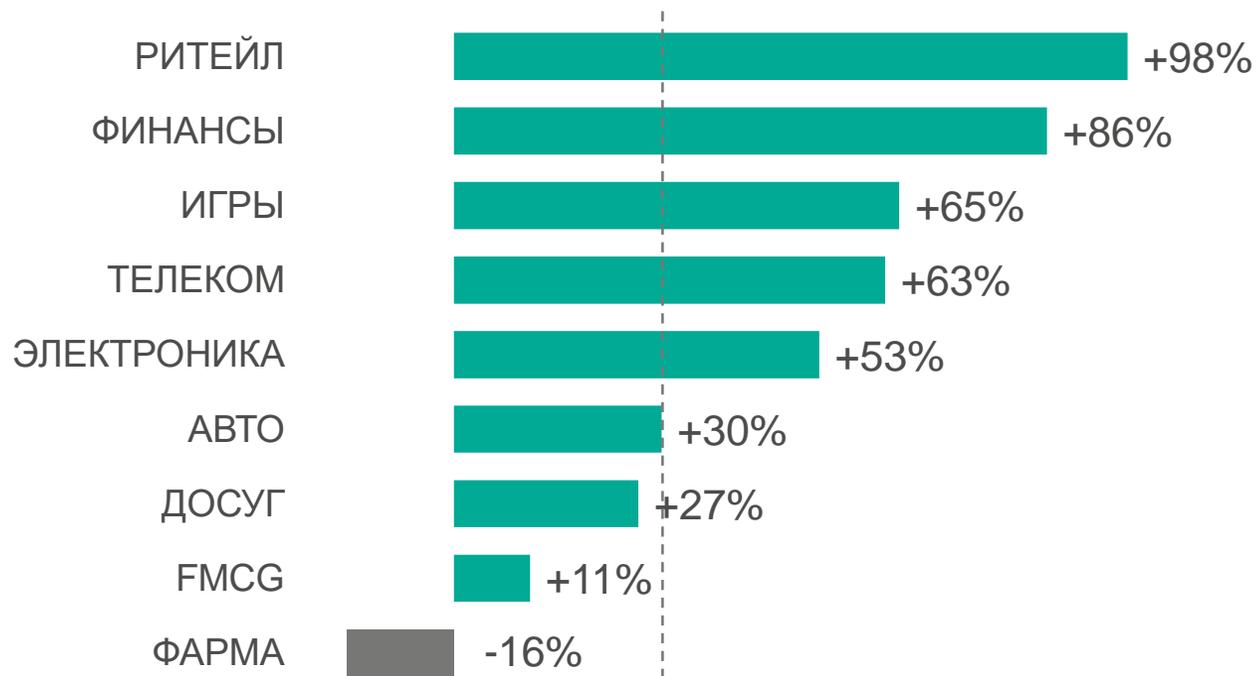
Рост рынка видеорекламы

Прирост в тотал

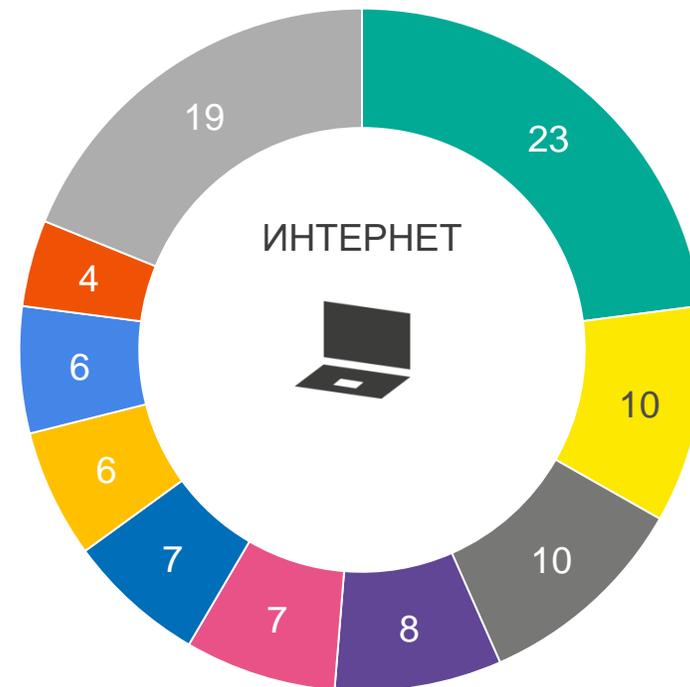
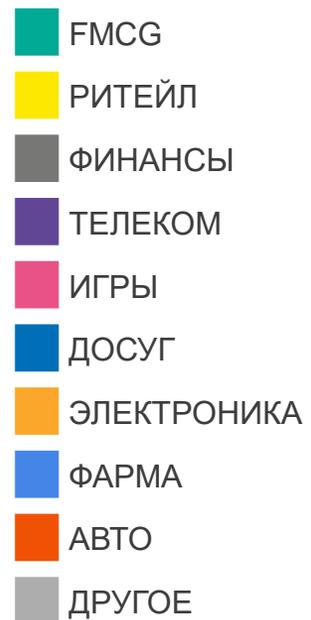
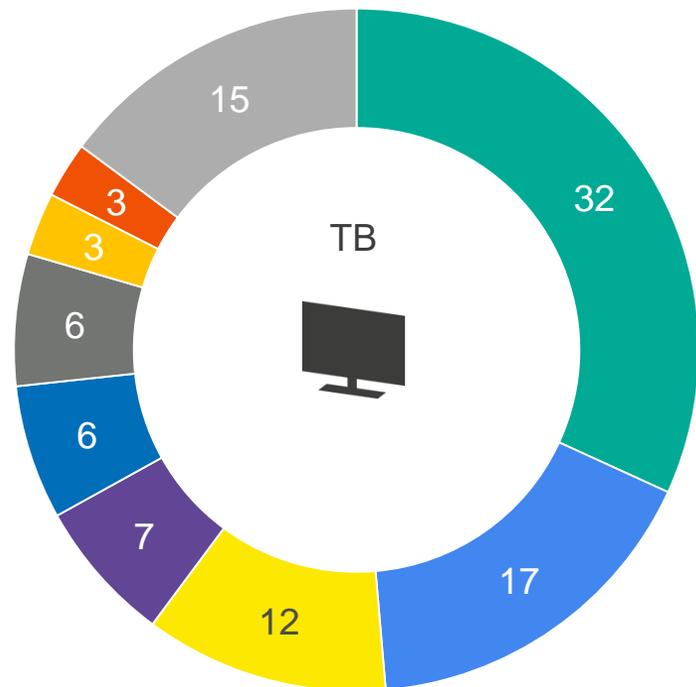
+30%

показы видеорекламы
2018 vs. 2017

Прирост по категориям



Доля просмотров, 2018



Крупнейшие рекламодатели по объемам размещения

Количество пунктов рейтинга (GRP), выделены рекламодатели, отсутствующие в топ-10 другого медиа

TV

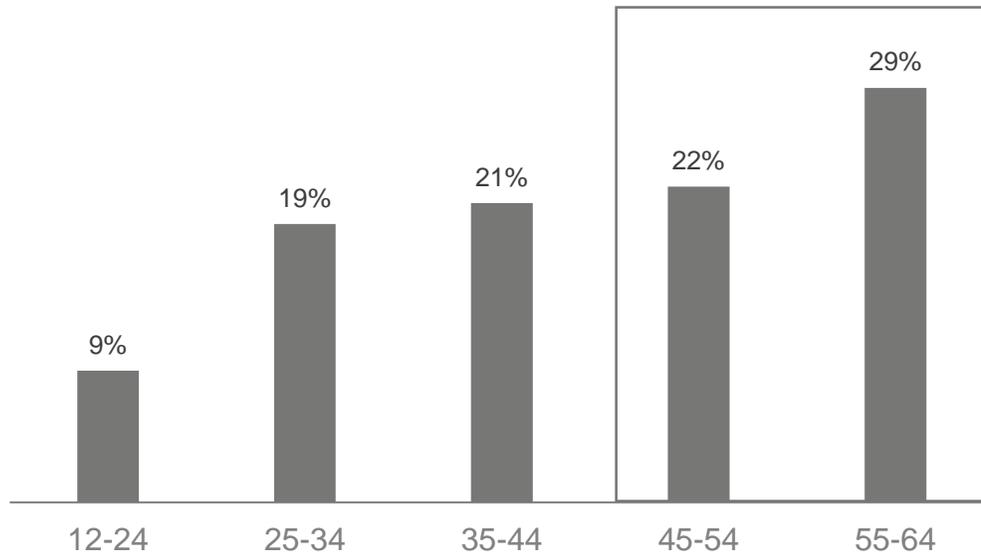
1	NESTLE	55 671
2	PEPSI CO	44 517
3	PROCTER & GAMBLE	42 629
4	GSK CONSUMER HEALTHCARE	41 616
5	ОТИСИФАРМ	36 116
6	UNILEVER	34 278
7	RECKITT BENCKISER	33 397
8	MARS-RUSSIA	32 748
9	L'OREAL	31 135
10	SANOFI AVENTIS	29 411

Desktop in-stream

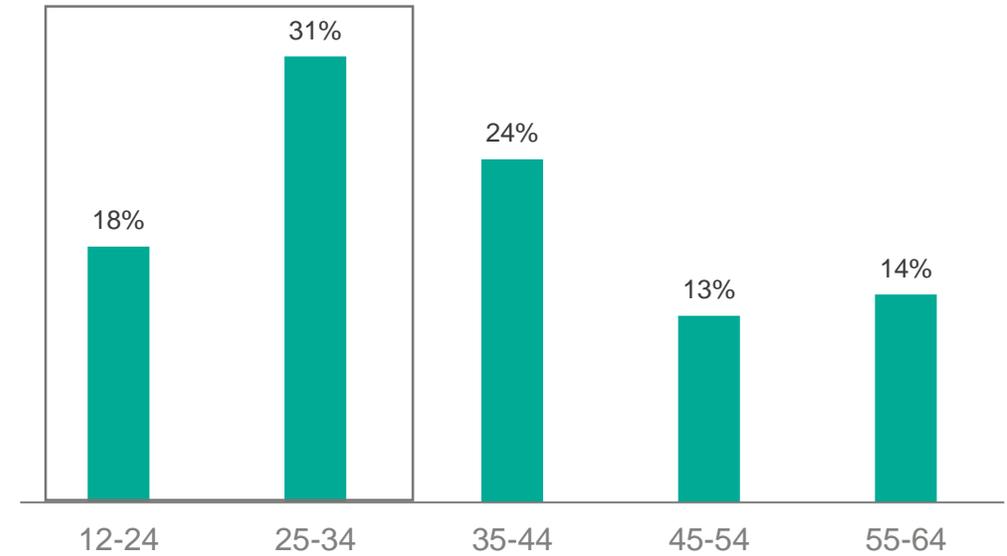
1	AZINO777.COM	2 069
2	PEPSI CO	1 313
3	DANONE	856
4	MARS-RUSSIA	820
5	БИЛАЙН	770
6	NESTLE	701
7	МТС	680
8	ADMIRAL X	661
9	RECKITT BENCKISER	612
10	СБЕРБАНК РОССИИ	604

% показов видеорекламы на целевую, 2018

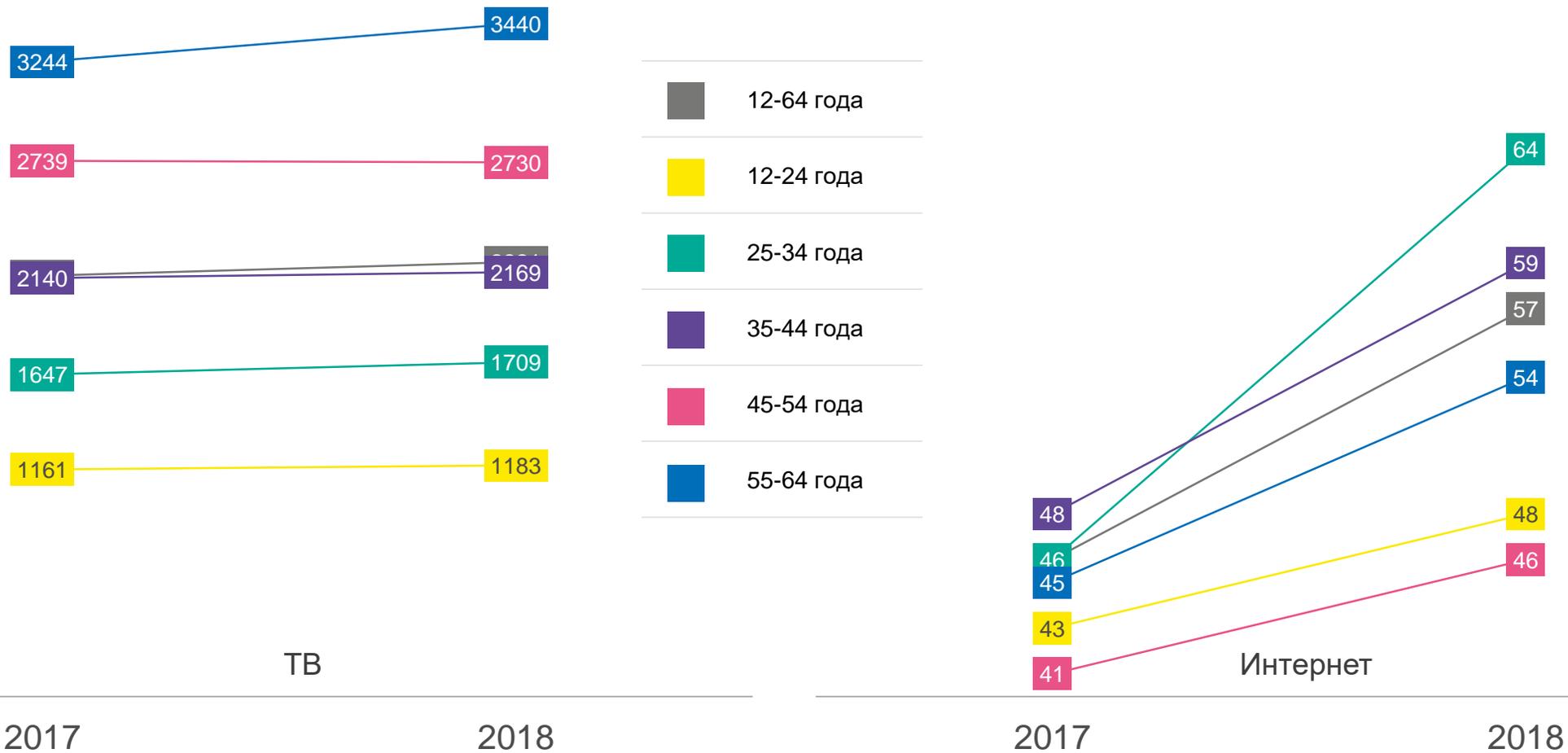
ТВ



Интернет



Количество роликов, которые видел зритель в среднем за месяц



WEB-Index, Россия 100k+, 12-64, Desktop, In-stream, все сайты. TV Index, Россия 100k+, 12-64, тип: коммерческий ролик

спасибо!