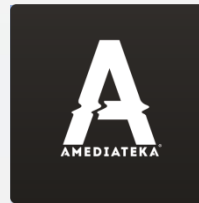


Опыт и перспективы развития VOD сервиса

Амедиа сегодня

- ✓ Более 300 тыс. подписчиков премиального канала «Амедиа Премиум».
- ✓ Более 50 тыс. подписчиков сервиса «Амедиаатека».
- ✓ 4 300 тыс. подписчиков канала Амедиа.
- ✓ 2 700 тыс. подписчиков канала Амедиа 2.



Амедiateка сегодня

Amediateka является легальным видеопорталом, сервис предоставляет доступ к контенту на основании договоров с правообладателями.

Amediateka охватила аудиторию всех устройств, присутствуя на максимально возможном числе платформ.



**НА ВСЕХ ПЛАТФОРМАХ:
PC, MAC, МОБИЛЬНЫЕ OS, SMART TV**



**ОРИГИНАЛЬНА
Я ЗВУКОВАЯ
ДОРОЖКА И
СУБТРИТРЫ**



**ИЗОБРАЖЕНИЕ 16:9
В ФОРМАТЕ HD И FULL-HD**



ЗВУК DOLBY 5.1



**ОНЛАЙН-ТРАНСЛЯЦИЯ ТЕЛЕКАНАЛОВ
AMEDIA PREMIUM И AMEDIA I**



**ПРОСМОТР
НА БОЛЬШОМ ЭКРАНЕ**



Аудитория онлайн-видео в целом близка по своим характеристикам к общей интернет-аудитории, но при этом отличается смещением в сторону более молодой и более «городской» аудитории.

- Молодые 18-35
- Используют различные гаджеты для просмотра видео
- Активные пользователи социальных сетей
- Предпочитают отдыхать за границей
- Медиапотребление сосредоточено в интернете
- Попали в «сериальный тренд» год-полтора назад
- Устали от поиска интересного контента по всему интернету
- Сериал для них - это часто повод и тема для разговора

Ключевые дифференциаторы продукта



ПРЕМЬЕРЫ ОДНОВРЕМЕННО
СО СТРАНОЙ ПРОИСХОЖДЕНИЯ



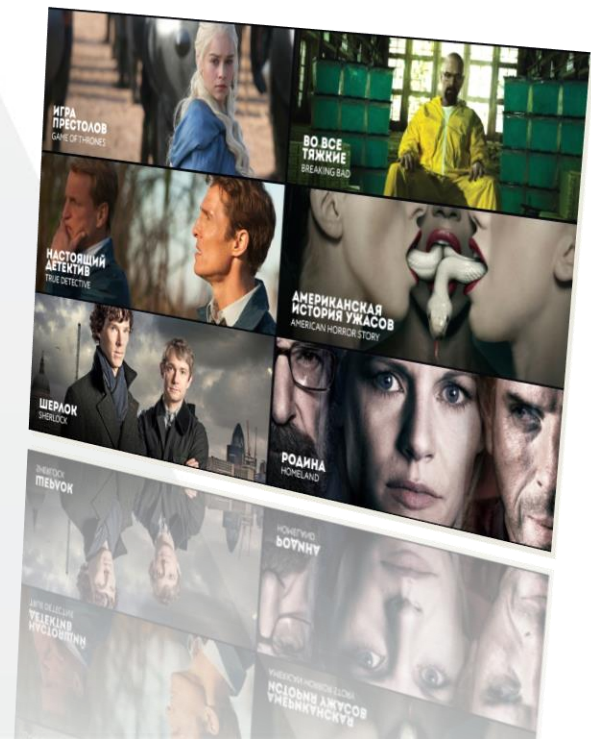
ОДНОВРЕМЕННО НА
ТЕЛЕКАНАЛАХ АМЕДИА И В
ИНТЕРНЕТЕ



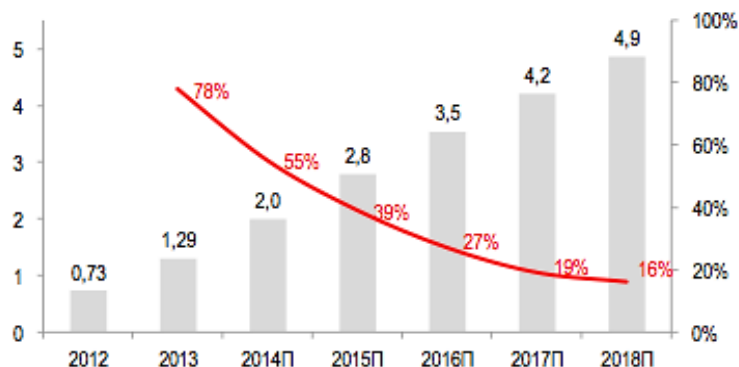
ПЕРЕВОДЫ
ВЕДУЩИХ
СТУДИЙ



БЕЗ РЕКЛАМЫ

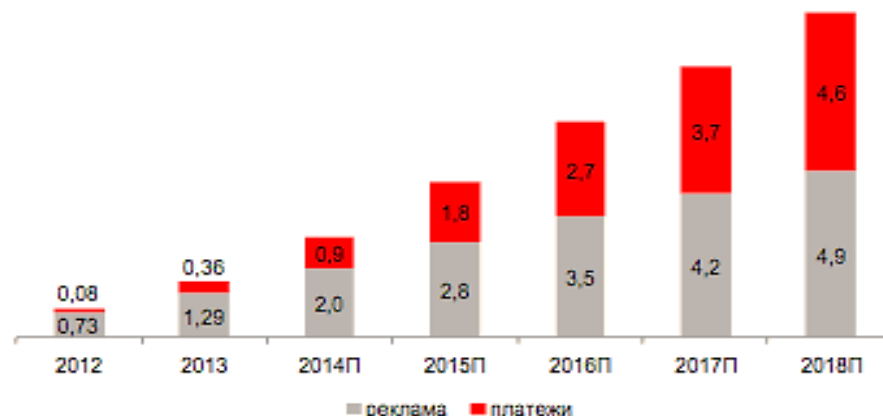


Объем доходов онлайн-кинотеатров от размещения рекламы, 2012 -2018П, млрд руб.



Источник iKS-Consulting

Объем доходов онлайн-кинотеатров, 2012 -2018П, млрд руб.



Источник iKS-Consulting

Рост скоростей интернет-доступа ведет не только к росту аудитории онлайн-видео, но и позволяет просматривать видео в режиме онлайн и видео высокого качества, является причиной роста объема видеосмотра.

Видео в сети на стационарных компьютерах и ноутбуках смотрят около 90% аудитории интернета. Аудитория видео-ресурсов продолжает расти и входит в Top 5 активностей в интернете по охвату.

Одним из ключевых факторов стремительного развития онлайн-видео является рост проникновения устройств, подключенных к сети, на которых можно просматривать видео – смартфонов, планшетов, телевизоров с функцией Smart TV.

По нашим данным наибольший рост аудитории показывает SmartTV и мобайл, причем мобайл показывает большие цифры в направлении трансляции видео на телевизоры через сторонние устройства Apple TV и Google Chromecast.

Рынок ШПД в РФ – драйвер роста онлайн видео

- Общее количество абонентов ШПД в РФ по итогам 2013 года **27,3 млн.**
- Проникновение услуги ШПД – **49 %**, что выше среднемирового (по данным МСЭ мировой уровень 39 %, но значительно ниже США – 70%. Уровень проникновения в Москве более 80 %).
- ARPU абонентов ШПД составляет **325 руб.** и наблюдается тенденция к его снижению.

Скорости подключения пользователей ШПД, 2013 г.

Скорость, Мбит/сек	Доля в подключениях
до 2 мбит/сек	21%
2-10 мбит/сек	46%
10-100 мбит/сек	33%

Среднее проникновение ШПД, 2013 год

Населенные пункты с численностью	Населенные пункты с численностью
свыше 1 млн	78%
500 тыс. - 1 млн.	69%
250 - 500 тыс.	62%
100 - 250 тыс.	59%
Прочие города и сельская местность	21%

Причины привлекательности аудитории Smart-телевизоров для онлайн-кинотеатров:

- Телевизор наиболее приспособлен для просмотра «длинного» видео
- Количество просмотров «длинного видео», приходящееся на одного пользователя, для Smart-телевизоров значительно выше, чем для компьютеров и мобильных устройств
- В среднем владельцы Smart-телевизоров более обеспечены, что позволяет их считать целевой аудиторией для платных сервисов.
- В Smart-телевизорах нет пиратского контента

Пример успешного кейса компании Play: концентрация на развитии одной платформы Smart TV, подборка премиального контента, предоставление всех моделей дистрибьюции SVOD, TVOD, EST, разработка и развитие продукта внутри компании.

Перспективные каналы дистрибьюции

Привлечение подписчиков за счет рекламного бюджета (контекст, SEO, социальные сети, прямая реклама, рекламные рассылки)

Привлечение подписчиков за счет развития UI и продвижения с производителями пользовательских устройств и платформ, выход на новые платформы

Работа с он-лайн и оффлайн ритейлом (продажи кодов – доступа в через ритейл и он-лайн площадки, продажи через системы платежей и т.д.)

Привлечение подписчиков за счет трафика на партнерских площадках (переадресация трафика на сайт Амедиатеки)

Работа с текущей базой подписчиков, допродажи специальных предложений, партнерство с программами лояльности крупных игроков

Операторский SVOD (раздел Амедиатека в приставках операторов ШПД и ЦТВ)

Перспективные платформы и услуги

OFFLINE-ПРОСМОТР 2014 год

Просмотр фильмов, сериалов без доступа к сети интернет

НОВЫЕ ПЛАТФОРМЫ 2014 – 1 квартал 2015



Microsoft Xbox One



Google Chromecast



AppleTV

Резюме

В ближайшие годы следует ожидать дальнейшего развития платной модели.

Основными факторами, способствующими развитию платной модели, станут:

- Рост проникновения Smart-телевизоров,**
- Политика правообладателей по отношению к новинкам кинопроката (новинки не предоставляются по рекламной модели).**
- Укрепление законодательной базы ведет к тому, что новинки все труднее найти на пиратских сайтах бесплатно.**

Спасибо за внимание !