

Аналитики Т2 узнали, какими приложениями пользуются россияне чаще всего во время поездок метро

Аналитики big data, Т2, изучили, как жители столицы потребляют трафик в метро с января по май 2025 года. На первом месте оказались мессенджеры, которые составляют 17% всего интернет-потребления, за ними идут соцсети с долей 16,2%. Музыкальные сервисы заняли третье место с 11,6% трафика, а маркетплейсы и стриминговые платформы набрали меньший объем.

Результаты показали, что 90% трафика мессенджеров приходится на [Telegram](#). Среди соцсетей лидирует «ОК» с долей 51%, где преобладают мужчины. Женщины, в свою очередь, активнее проводят время на маркетплейсах, занимая 66% от их аудитории. Стиминговые сервисы больше привлекают мужчин, которые составляют 57% пользователей этой категории.

Большая Кольцевая линия оказалась лидером по активности интернет-пользователей. На втором и третьем местах расположились Серпуховско-Тимирязевская и Таганско-Краснопресненская линии. Калужско-Рижская и Арбатско-Покровская ветки завершили пятёрку лидеров. При этом Замоскворецкая линия заняла лишь шестое место, а Кольцевая оказалась на десятой позиции, что стало неожиданным результатом для линий с таким большим пассажиропотоком.