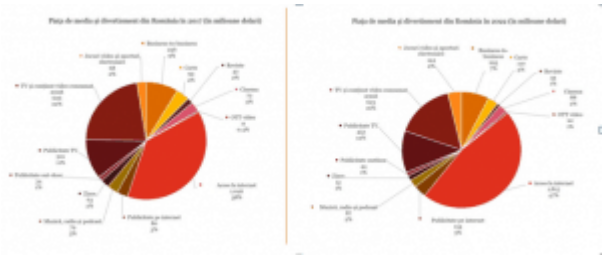
Raport PwC: segmentele digitale vor fi motoarele creșterii industriei de media și divertisment din România

Conform raportului PwC *Global Entertainment & Media Outlook 2018-2022* (GEMO), segmentele digitale vor fi cele mai dinamice componente ale pieței media și divertismentului din România în următorii 5 ani.

Întreaga piață de media și divertisment din România ar putea înregistra un ritm mediu anual de creștere de 7,4%, ajungând la venituri totale de 3,7 miliarde de dolari în 2022. Din această sumă, aproximativ o jumătate o reprezintă cheltuielile pentru accesul la internet, care vor înregistra o rată medie de creștere anuală estimată de 11,6% la orizontul anului 2022, ajungând la peste 1,8 miliarde de dolari.



Componența pieței de media și divertisment din România, 2017 comparativ cu 2022

Spre comparație, la nivelul Europei Centrale și de Est (ECE) piața de media și divertisment va avea un ritm mediu de creștere de aproximativ 7,1% și va ajunge la venituri totale de aproximativ 83 de miliarde de dolari. Segmentul serviciilor de acces la internet va genera venituri de aproximativ 30,5 miliarde de dolari cu o creștere medie anuală de 10,3%, comparativ cu 6,6% la nivel global. Atât în România cât și în Europa Centrală și de Est dar și la nivel global, accesul la

internet reprezintă segmentul care aduce cele mai mari venituri de pe piața de media și divertisment. În România ponderea acestui segment va crește de la 38%, în 2017 la 47% în 2022, în vreme ce în ECE aceasta se va majora de la 31% la 36% (la nivel global, va evolua de la 26% la 29%).

O ușoară creștere este previzionată pentru segmentul de televiziune și conținutul video consumat acasă, care va aduce în România venituri de 623 de milioane de dolari, în creștere de la 606 milioane în 2017, având o rată medie de creștere anuală de 0,5%. Acesta este al doilea cel mai mare segment în termeni de venituri generate, după accesul la internet, atât în România cât și în ECE și la nivel global. Evoluția medie anuală a pieței de televiziune din România este în linie cu cea regională care va crește anual, în medie cu 0,6% până în 2022.

În România, creșterile pe segmentul de televiziune vor aduce, de asemenea, venituri substanțiale în ceea ce privește publicitatea. În 2017, publicitatea în industria de televiziune a atins 301 milioane de dolari și are potențialul de a atinge 452 de milioane de dolari în 2022, cu o rată medie de creștere anuală de 8,5%. Acest segment este al treilea ca mărime, după cel de acces la internet și cel de televiziune și conținut video consumat acasă, în termeni de venituri generate. În ceea ce privește cele trei segmente, ordinea pe podium din 2017 rămâne neschimbată și în clasamentului anului 2022.

În România, segmentele de jocuri video și de conținut livrat prin internet (OTT) ar putea înregistra creșteri de 16,3%, respectiv 14,8% până în 2022. Aceste două segmente de piață au raportat venituri relativ scăzute de-a lungul timpului în România, dar vor putea atinge un maxim de 144 de milioane de dolari, respectiv 22 de milioane, la orizontul anului 2022. Alături de segmentul accesului la internet, care încheie podiumul industriilor cu cea mai mare creștere medie, segmentul de jocuri video și cel OTT, în această ordine, sunt

premiantele pieței de media și divertisment.

În regiune, cel mai ridicat potențial de creștere îl va avea industria realității virtuale cu un ritm mediu anual de creștere de 51,3% chiar dacă veniturile, la nivelul anului 2022 ar putea ajunge la doar 178 de milioane de dolari. Aceasta va fi secondată de segmentul jocurilor video, cu o creștere medie de 15,5% și venituri de peste 7,5 miliarde de dolari, în vreme ce, pe locul al treilea se va situa segmentul conținutului video livrat peste internet (OTT) cu o creștere medie anuală de 13% și venituri de aproximativ 1,2 miliarde de dolari, până în anul 2022.

Pe plan local, publicitatea online va genera venituri de aproximativ 134 de milioane de dolari, în 2022, cu o rată medie anuală de creștere de aproape 11%. Cele două subcategorii, pe conexiuni mobile și fixe, ale publicității online vor avea evoluții diferite în următorii cinci ani. În timp ce publicitatea pentru dispozitivele mobile este previzionată a avea o rată medie de creștere anuală de 25,6%, până la 51 de milioane de dolari în 2022, publicitatea livrată peste conexiunile fixe va continua să genereze venituri mai mari și va ajunge la 84 de milioane de dolari în 2022, cu un ritm mediu anual de creștere de 5,5%.

În ciuda ritmurilor mari de creștere, veniturile din publicitatea online din România, indiferent de modalitatea de livrare, sunt în continuare cele mai mici din regiunea Europei Centrale și de Est unde acest segment va genera peste 10,7 miliarde de dolari, în 2022 cu o creștere medie anuală de 12,4% (8,7% la nivel global). În 2022 publicitatea online va deveni al doilea cel mai mare segment, în termeni de venituri generate, după accesul la internet, atât în ECE cât și la nivel global.

„Redresarea sectorului de media și divertisment în România a fost una susținută în ultimii ani. Aceasta a fost alimentată de creșterea veniturilor aferente accesului la Internet și a

publicității TV și pe dispozitivele digitale. Publisherii trebuie să aibă în vedere oportunitățile deschise de noile tehnologii, cum ar fi inteligența artificială (AI) sau realitatea augmentată, care vor continua să redefinească industrii, segmente și subsegmente de piață, preferințele consumatorilor și vor împinge companiile către regândirea modelului de afaceri. Viteza cu care se schimbă lucrurile, pe toate segmentele, obligă companiile de media să investească în tehnologii care să permită ca livrarea de conținut să fie făcută la costuri mai mici, iar conținutul să fie mai ușor de personalizat. Este însă de văzut dacă jucătorii de media și divertisment din România au capacitatea financiară de a susține aceste investiții necesare pentru a ține pasul cu dinamica pieței și cu așteptările consumatorilor", spune **Florin Deaconescu, Partener, Servicii de audit, Liderul Echipei de Servicii pentru sectorul IT, Media și Telecom, PwC România**.

Industria de tipărituri din România va cunoaște o scădere a veniturilor, în linie cu tendința la nivel global. Segmentele ziarelor și revistelor din România vor înregistra creșteri medii anuale negative de -3,9%, respectiv -4,5%. Segmentul revistelor va avea o scădere a veniturilor, de la 42 de milioane de dolari în 2017 la doar 33 de milioane în 2022. În același timp, segmentul ziarelor va înregistra o scădere de la 63 de milioane de dolari la 51 de milioane, în 2022.

În zona Europei Centrale și de Est, segmentul revistelor va avea o creștere medie anuală pozitivă de 0,8%, iar în termeni de venituri va ajunge de la 1,89 miliarde de dolari în 2017 la 1,97 miliarde în 2022. Ziarele, pe de altă parte vor avea o scădere medie anuală de -3%, până în anul 2022 și vor ajunge la venituri de 2,16 miliarde, plecând de la 2,52 miliarde în 2017.

Piața de carte din România va crește într-un ritm mediu anual de 2,1% în următorii cinci ani. Până în 2022 totalul veniturilor acesteia va urca de la 99 de milioane de dolari în

2017 la circa 110 milioane de dolari în 2022.

Principala sursă de venituri pentru industria cinematografică a fost și va rămâne vânzarea de bilete. Aceasta va genera venituri de aproximativ 82 de milioane de dolari până în 2022 cu o creștere medie anuală de 4,1%.

Despre raportul *Global Entertainment & Media Outlook*

A XIX-a ediție a raportului *Global Entertainment & Media Outlook* este o resursă complexă, disponibilă online, care analizează consumul global și cheltuielile de publicitate. Cu date comparabile între țări, care conțin cinci ani de date istorice și cinci ani de previziuni și comentarii, raportul analizează 15 segmente ale industriei din 53 de teritorii și facilitează compararea datelor referitoare la consumatori și cheltuielile de publicitate. Mai multe detalii regăsiți la www.pwc.com/outlook.

Segmentele acoperite de acest raport

Cărți, publicații de tip B2B, cinema, consum de internet, acces la internet, publicitate pe internet, reviste, muzică, radio și podcasturi, ziare, publicitate outdoor, video OTT, televiziune tradițională și consum de video acasă, publicitate TV, jocuri video și sporturi electronice, realitate virtuală.

Despre PwC

Misiunea PwC este de a construi încredere în cadrul societății şi de a contribui la rezolvarea unor probleme importante. Firmele din rețeaua PwC ajută oamenii şi organizațiile să creeze valoarea adăugată de care au nevoie. Suntem o rețea de firme prezentă în 158 de țări cu mai mult de 236.000 de profesioniști ce oferă servicii de calitate în domeniul auditului, consultanței fiscale şi consultanței pentru afaceri. Spuneţi-ne care sunt lucrurile importante pentru dumneavoastră şi descoperiți mai multe informații despre noi vizitând site-ul www.pwc.ro.