

Data 11 septembrie 2018

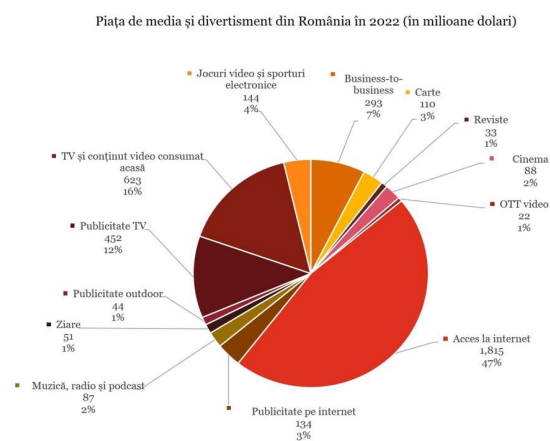
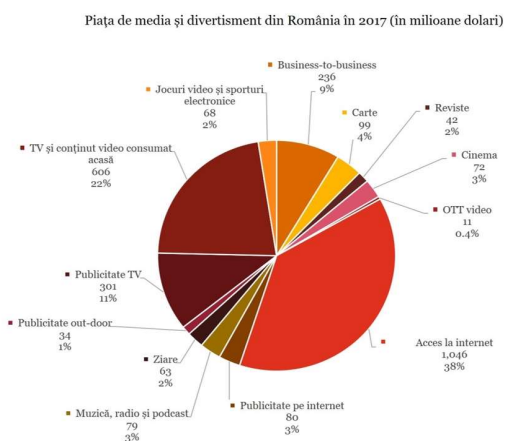
Contact **Catalin Codreanu, Senior Media and Events Officer**
 Tel: 0744 642 824
 E-mail: catalin.codreanu@pwc.com

Pagini 3 pagini

Raport PwC: segmentele digitale vor fi motoarele cresterii industriei de media si divertisment din Romania

Conform raportului PwC [Global Entertainment & Media Outlook 2018-2022](#) (GEMO), segmentele digitale vor fi cele mai dinamice componente ale pietei media si divertismentului din Romania in urmatorii 5 ani.

Intreaga piata de media si divertisment din Romania ar putea inregistra un ritm mediu anual de crestere de 7,4%, ajungand la venituri totale de 3,7 miliarde de dolari in 2022. Din aceasta suma, aproximativ o jumatate o reprezinta cheltuielile pentru accesul la internet, care vor inregistra o rata medie de crestere anuala estimata de 11,6% la orizontul anului 2022, ajungand la peste 1,8 miliarde de dolari.



Componenta pietei de media si divertisment din Romania, 2017 comparativ cu 2022

Spre comparatie, la nivelul Europei Centrale si de Est (ECE) piata de media si divertisment va avea un ritm mediu de crestere de aproximativ 7,1% si 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 crestere medie anuala de 10,3%, comparativ cu 6,6% la nivel global. Atat in Romania cat si in Europa Centrala si de Est dar si la nivel global, accesul la internet reprezinta segmentul care aduce cele mai mari venituri de pe piata de media si divertisment. In Romania ponderea acestui segment va creste de la 38%, in 2017 la 47% in 2022, in vreme ce in ECE aceasta se va majora de la 31% la 36% (la nivel global, va evolua de la 26% la 29%).

O usoara crestere este previzionata pentru segmentul de televiziune si continutul video consumat acasa, care va aduce in Romania venituri de 623 de milioane de dolari, in crestere de la 606 milioane in 2017, avand o rata medie de crestere anuala de 0,5%. Acesta este al doilea cel mai mare segment in termeni de venituri generate, dupa accesul la internet, atat in Romania cat si in ECE si 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 clasamentul 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 industria, 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.



In zona Europei Centrale si de Est, segmentul revistelor va avea o crestere medie anuala pozitiva de 0,8%, iar in termeni de venituri va ajunge de la 1,89 miliarde de dolari in 2017 la 1,97 miliarde in 2022. Ziarele, pe de alta parte vor avea o scadere medie anuala de -3%, pana in anul 2022 si vor ajunge la venituri de 2,16 miliarde, plecand de la 2,52 miliarde in 2017.

Piata de carte din Romania va creste intr-un ritm mediu anual de 2,1% in urmatorii cinci ani. Pana in 2022 totalul veniturilor acesteia va urca de la 99 de milioane de dolari in 2017 la circa 110 milioane de dolari in 2022.

Principala sursa de venituri pentru industria cinematografica a fost si va ramane vanzarea de bilete. Aceasta va genera venituri de aproximativ 82 de milioane de dolari pana in 2022 cu o crestere medie anuala de 4,1%.

Despre raportul *Global Entertainment & Media Outlook*

A XIX-a editie a raportului *Global Entertainment & Media Outlook* este o resursa complexa, disponibila online, care analizeaza consumul global si cheltuielile de publicitate. Cu date comparabile intre tari, care contin cinci ani de date istorice si cinci ani de previziuni si comentarii, raportul analizeaza 15 segmente ale industriei din 53 de teritorii si faciliteaza compararea datelor referitoare la consumatori si cheltuielile de publicitate. Mai multe detalii regasiti la www.pwc.com/outlook.

Segmentele acoperite de acest raport

Carti, publicatii de tip B2B, cinema, consum de internet, acces la internet, publicitate pe internet, reviste, muzica, radio si podcasturi, ziare, publicitate outdoor, video OTT, televiziune traditionala si consum de video acasa, publicitate TV, jocuri video si sporturi electronice, realitate virtuala.

Despre PwC

Misiunea PwC este de a construi incredere in cadrul societatii si de a contribui la rezolvarea unor probleme importante. Firmele din reseaua PwC ajuta oamenii si organizatiile sa creeze valoarea adaugata de care au nevoie. Suntem o retea de firme prezenta in 158 de tari cu mai mult de 236.000 de profesionisti ce ofera servicii de calitate in domeniul auditului, consultantei fiscale si consultantei pentru afaceri. Spuneti-ne care sunt lucrurile importante pentru dumneavoastra si descoperiti mai multe informatii despre noi vizitand site-ul www.pwc.ro.

PwC se refera la reseaua de firme PwC si/sau la una dintre firmele membre, fiecare dintre acestea fiind o entitate juridica.

© 2018 PwC. Toate drepturile rezervate.