

Raport PwC: Industria de media și divertisment din România își va contracta rata de creștere în 2020 din cauza pandemiei COVID-19



Rata de creștere a industriei de media și divertisment din România se va reduce în acest an la 0,26%, de la peste 8% în 2019, ca urmare a restricțiilor impuse de pandemia COVID-19, valoarea pieței urmând să atingă 2,613 miliarde euro, conform celei de-a 21-a ediții a raportului PwC Global Entertainment & Media Outlook 2020-2024 (GEMO). Estimările arată o revenire a creșterii din 2021 la o rată anuală medie de 6,76% până în 2024.

România este cea mai puțin afectată de criza COVID-19 dintre piețele din Europa Centrală și de Est incluse în raport și singura care va înregistra creștere în 2020. Se estimează că celelalte țări din regiune vor raporta scaderi în 2020 față de anul precedent: Ungaria de 7%, Polonia de 5% și Cehia 5%.

”Veniturile generate de industrie în acest an reflectă încetinirea economiei declanșată de pandemia COVID-19, dar perspectivele pe termen lung rămân în ansamblu pozitive. Distanțarea socială și restricțiile de mobilitate au accelerat tranziția consumatorilor către consumul digital, care se manifestă deja de câțiva ani, astfel că, în 2020, lumea divertismentului și a mass-media a devenit mai distanțată, mai virtuală și mai personală ca niciodată. Ca urmare, cererea consumatorilor pentru o gamă variată și extinsă de opțiuni media oferite în această perioadă va continua să crească”, spune **Florin Deaconescu**, *Partener și Liderul echipei de servicii dedicate sectorului de Tehnologie, Media și Telecom, PwC România*.

Evoluția pe sectoare. Câștigatori vs pierzatori

Cu cea mai mare parte a oamenilor acasă, piața de servicii OTT (ex. Netflix sau HBO Go) din România va avea cea mai mare creștere pe piața media și de divertisment, de 32%, comparativ cu 2019, la 29 milioane euro. Și va continua să crească în următorii ani, cu o rată medie anuală de 16,5%, la 48 milioane euro.

A doua cea mai mare creștere la nivelul pieței este estimată pentru segmentul de jocuri video și e-sports (sporturi electronice), de 19%, atingând 136 milioane euro în acest an și 195 milioane euro în anul 2024.

Cheltuielile pentru accesul la internet continuă să rămână cel mai mare sector al industriei, cu 47% din piața și respectiv 1,23 miliarde euro, fiind în creștere cu 9,7% comparativ cu 2019. Până în 2024, acestea vor totaliza 1,89 miliarde euro, cu un avans mediu anual de 11%.

Următoarea creștere este estimată pentru publicitatea pe internet, de 7,4%, la 107 milioane euro. Acest segment va

continua sa creasca cu o medie de 9% la 153 milioane euro pâna în 2024. Piața este foarte sensibila la schimbarea comportamentului consumatorilor, publicitatea pe internet mobil fiind în creștere deosebit de puternica, deoarece smartphone-urile devin din ce în ce mai mult dispozitivul principal de consum media.

Restricțiile determinate de pandemie a avut un efect pozitiv și pentru vânzarile de carte, pentru care este estimat un avans de 5,1% în 2020, mai mare decât în anul precedent, de 3%, pâna la valoarea de 69 milioane euro. Pâna în 2024, raportul PwC estimeaza o rata medie anuala de creștere de 2,42%.

Pandemia COVID-19 și-a desemnat însa și pierzatorii și aici ne referim la cinema, piața de publicitate outdoor, segmentul ziarelor și revistelor tiparite, piața de evenimente B2B, veniturile din publicitatea TV, segmentul media B2B (Business to business) și radio.

Cu cinematografele închise și cea mai mare parte a veniturilor provenind din vânzarile de bilete, cea mai mare scadere, de 58%, va fi raportata de industria cinematografica, pâna la o valoare de 26 milioane euro. Totuși, pâna în 2024 este estimata o revenire treptata a acestui sector pâna la 58 milioane euro, dar sub nivelul din 2019, de 62 milioane euro.

Un alt segment care a pierdut din cauza pandemiei este piața de publicitate outdoor (-25%), care va ajunge în acest an la o valoare de 25 milioane euro. Perspectivele pâna în 2024 arata însa o revenire pâna la 43 milioane euro.

Pentru sectorul media B2B (Business to business), care cuprinde anuarele și cataloagele cu informații de afaceri și publicitatea din acestea, revistele nișate, cărțile profesionale, târgurile și expozițiile, este estimata de asemenea o scadere de 13,7%, la 194 milioane euro, dar și o revenire în urmatorii ani cu o rata medie de creștere de 3,27% pe an.

Deja afectat de declin în ultimii ani, segmentul ziarelor și revistelor tiparite din România și-a adâncit scaderea la 13% în acest an, pâna la 62 milioane euro, urmând sa ramâna la un nivel similar pâna în 2024, când valoarea pieței este estimata la 61 milioane euro.

Și televiziunea și conținutul video consumat acasa vor avea o scadere ușoara în acest an, previzionata la 6%, respectiv venituri de 465 milioane euro. Acesta este al doilea cel mai mare segment din România în termeni de venituri generate, dupa accesul la internet.

În acest context, și veniturile din publicitatea TV sunt estimate sa scada cu 7%, la 295 milioane euro, dar vor trece pe creștere din anul urmator, urmând sa ajunga la 388 milioane euro pâna în 2024.

Dupa ce înregistrase creștere anul trecut, segmentul radio, muzica și podcast este așteptat sa scada cu 9% în acest an, la 27 milioane euro, dar va reveni pe creștere și va ajunge la 38 milioane euro peste patru ani.

Despre raportul Global Entertainment & Media Outlook

Raportul Global Entertainment & Media Outlook analizeaza 14 segmente ale industriei de media și divertisment din 53 de teritorii și faciliteaza compararea datelor referitoare la consumatori și cheltuielile de publicitate. Segmentele acoperite de acest raport sunt; carti, media B2B, cinema, acces la internet, publicitate pe internet, ziare și reviste, muzica, radio și podcasturi, publicitate outdoor, video OTT, televiziune tradiționala și consum de video acasa, publicitate TV, jocuri video și sporturi electronice, realitate virtuala.