

Raport PwC: Industria de media și divertisment din România va crește cu 10% în 2022, la 3,4 miliarde euro



Industria de media și divertisment din România este estimată să crească cu 10% în acest an, comparativ cu 2021, la 3,4 miliarde euro, majoritatea segmentelor urmând să înregistreze majorări, conform celei de-a 23-a ediții a raportului PwC Global Entertainment & Media Outlook 2022-2026 (GEMO). Rata de creștere este similară cu cea de anul trecut, de 11%, iar previziunile arată că industria va continua să crească până în 2026 cu rate cuprinse între 6 și 9%.

Raportat la nivel de regiune, România are a doua creștere a industriei de media și divertisment dintre țările din Europa Centrală și de Est incluse în raport. Spre exemplu, în Polonia sectorul este estimat să urce cu 10,2% în acest an, în Ungaria cu 7,85%, iar în Cehia cu 7,45%.

Câștigatori vs pierzatori în 2022 și previziuni pentru 2021

O dată cu ridicarea restricțiilor din timpul pandemiei, **industria cinematografică** a început să-și revină și a înregistrat anul trecut cea mai mare creștere de pe piața de media și divertisment din România, cu un avans de 68%, la 25 milioane euro. Creșterea estimată pentru acest an este însă și mai mare, de 83%, la 46 milioane euro, însă nu va atinge nivelul pre-pandemic de circa 60 milioane euro.

Piața de servicii **Over-the-top - OTT** (ex. Netflix) din România a înregistrat anul trecut a doua creștere din piața, de 29%, până la o valoare de 44 milioane euro și va continua să crească și în acest an cu o rată mai mică, estimată la 18%, până la 52 milioane euro. România rămâne cea mai mică piață OTT din regiunea Europei Centrale și de Est, în ciuda ratelor de creștere impresionante din ultimii ani. Anul acesta a marcat lansarea a două noi servicii pe piața românească: HBO Max și Disney+.

Cheltuielile pentru **accesul la internet** reprezintă cel mai mare segment al industriei, cu 37,5% din piața. În 2021, acesta a crescut cu 7%, la 1,16 miliarde euro, comparativ cu anul anterior, iar raportul indică un avans de 10% în 2022.

Publicitatea pe internet a urcat cu 35%, la 500 milioane euro, în 2021. Acest segment va continua să crească și în acest an, cu 14%, la 569 milioane euro. România are cea mai mică piață de publicitate pe internet din Europa Centrală și de Est, dar cu cea mai rapidă creștere. Sectorul mobil domina piața, reprezentând 74,3% din totalul veniturilor din publicitatea pe Internet.

O creștere importantă, de 21%, a fost înregistrată și de segmentul de **jocuri video și e-sports** (sporturi electronice),

pâna la 213 milioane euro. Pentru acest an, se estimeaza un avans de 12%, pâna la 239 milioane euro.

Vânzarile de carte au stagnat anul trecut la nivelul din 2020 de 89 milioane euro, iar anul acesta ar urma sa creasca pâna la 90 milioane euro. Piața de cărți audio din România pare sa se dezvolte, iar podcasturile sunt deja populare în aceasta țara. În 2021 au fost lansate în România doua servicii de cărți audio: Echo și Voxa.

Televiziunea și conținutul video consumat acasa au avansat anul trecut cu 3% la o valoare de 539 milioane euro, anul acesta fiind estimata o stagnare. Acesta este al doilea cel mai mare segment din România în termeni de venituri generate, dupa accesul la internet.

În același timp, veniturile din **publicitatea TV** au crescut anul trecut cu 11%, la 332 milioane euro, iar în 2022 sunt estimate sa ajunga la 360 milioane euro.

Sectorul **media B2B** a revenit pe creștere anul trecut, de 9%, pâna la 140 milioane euro, iar perspectivele sunt și mai optimiste în acest an, fiind estimat un avans de 17%. Astfel, acest segment va ajunge la nivelul pre-pandemic.

Un alt segment care a revenit pe creștere anul trecut este piața de **publicitate outdoor**, cu plus 17%, la 30 milioane euro. Perspectivele pentru acest an arata un avans pâna la 38 milioane euro.

Deja afectate în ultimii ani, **ziarele și revistele tiparite** din România și-au continuat declinul cu 8% în 2021, pâna la 46 milioane euro, urmând sa scada cu 2% în acest an.

Dupa scaderea din 2020, segmentul **radio, muzica și podcast** a crescut cu 11%, anul trecut, la 27 milioane euro, și este estimat sa urce cu 14% în 2022, la 31 milioane euro.

La nivel global, veniturile industriei de media și divertisment au crescut cu 10,4% in 2021, la 2,34 trilioane dolari.

Despre raportul Global Entertainment & Media Outlook

Raportul Global Entertainment & Media Outlook analizeaza 16 segmente ale industriei de media și divertisment din 52 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.