

Piata de media din România a crescut anul trecut cu 10%, la 454 milioane euro (raport)

Piata de media din România a crescut anul trecut cu 10% comparativ cu 2017, ajungând la 454 milioane de euro, iar pentru 2019 este estimat un avans de 7%, conform raportului Media Fact Book.

"Piata de media va mai astepta încă un an pentru a atinge jumătate de miliard de euro. România a intrat într-o perioadă de încetinire a creșterilor economice, fapt care are efecte asupra industriei noastre. Creșterile rapide ale anilor trecuți nu mai sunt sustenabile, deoarece parametrii importanți care influențează volumele cheltuite de advertiseri s-au plafonat, de exemplu: încrederea consumatorului sau puterea de cumpărare, aceasta din urmă deteriorându-se, pe fondul inflationist al preturilor produselor de consum. În acest context, piața de media a redus pașii de creștere la 10% în 2018 și un estimat de 7% în 2019, cu posibilitatea de a fi martorii unor procente mai mici în anii următori", afirma Alexandra Olteanu, managing director, Initiative, compania ce a realizat raportul.

Analiza mai semnalează că investițiile în TV și-au continuat creșterea și în 2018, cu 10%, atingând nivelul de 300 de milioane de euro, în timp ce restul canalelor - online, radio, OOH (Out of Home, n.r.) - și-au confirmat trendul ascendent, singura excepție fiind printul, care continuă să scadă moderat.

În 2019, piața de TV va înregistra același trend, însă într-un ritm mai slab, spre aproximativ 5% în termeni de venituri din vânzări, conform estimărilor.

"Televiziunea a dominat obiceiurile de consum ale românilor, cu o medie de 5,1 ore pe zi în rândul populației din zona urbană, cu vârste între 18 și 49 de ani. Cu toate acestea, piața TV se contractează ușor în favoarea industriei digitale, ca urmare a creșterilor înregistrate în utilizarea internetului și a tehnologiilor Smart", se arată în raport.

Acesta menționează că Piața OOH își continuă trendul de creștere început în 2017, în pofida măsurilor legislative, cu un procent de 5% menținut și în 2018. Piața de Radio s-a aflat, de asemenea, pe un trend de creștere, ajungând la 25,7 milioane de euro. Pe de altă parte, dificultățile din perioada recesiunii au continuat să aibă un impact negativ asupra presei tipărite, care a scăzut pentru al zecelea an consecutiv, cu aproximativ 5%.

În digital, rețelele de socializare și search-ul rămân principalii piloni în activitatea online. În plus, majoritatea utilizatorilor de internet (76%) au arătat un apetit ridicat pentru conținutul video și pentru audio streaming, unde este estimată o creștere în următorii ani, pe măsura ce apar tot mai multe opțiuni de servicii.

"Facebook rămâne extrem de popular în România, înregistrând un număr de 10 milioane de utilizatori în 2018. Normele GDPR de protecție a datelor nu au redus timpul petrecut în digital și nu au oprit bugetele să ajungă în online. În 2019 se estimează că piața de publicitate online să crească cu 16% față de 2018 (99 milioane de euro)", subliniază raportul.

Pentru 2019, Initiative estimează o nouă creștere a pieței de media cu până la 7%, la 485 milioane de euro.

În ceea ce privește topul investitorilor în publicitate în 2018, la fel ca în anul precedent, cele mai mari bugete au fost alocate de companiile din industria farmaceutică, urmate de cele de telecomunicații mobile, respectiv cosmetică, îngrijire personală și frumusețe. Consumatorii au cheltuit în online shops, în medie, 10 milioane de euro pe zi, o creștere semnificativă față de 2017, când au fost cheltuiți 7,67 milioane de euro.

Media Fact Book este singurul raport de analiză a pieței românești de media și publicitate, ghid editat anual de agenția Initiative, începând cu 1997. Ediția din 2019 include un capitol special dedicat fenomenului video

streaming, cercetare bazata pe servicii actuale si predictii pentru viitor. Rezultatele acestei analize îsi propun a fi relevatoare si, în anumite cazuri, contraituitive. Totodata, Media Fact Book contine un capitol dedicat evolutiei economiei românești în 2018 si 2019, alaturi de o analiza a pietei de media în Europa Centrala si de Est.

Initiative este una din cele mai mari retele independente de media din lume, asigurând servicii specializate de planificare si cumparare de media, de strategie, consultanta de media si new media. În România, Initiative este membra a grupului de companii din care mai fac parte agentiile MullenLowe, Golin, Profero, Medic One si BPN.