

## Raport PwC: Industria de media si divertisment din România va atinge pragul de 3 miliarde dolari în 2019



**Industria de media și divertisment din România va atinge în 2019 pragul de 3 miliarde de dolari, în creștere cu 7,1% comparativ cu 2018, însă rămâne cea mai mică piață din Europa Centrală și de Est (ECE), conform celei de-a 20-a ediții a raportului PwC Global Entertainment & Media Outlook 2019-2023 (GEMO). Până în 2023, rata de creștere medie anuală va depăși 6%, urmând ca valoarea pieței să ajungă la 3,8 miliarde dolari.**

”Urmând tendința globală, personalizarea și digitalizarea sunt adoptate tot mai rapid și pe piața de media și divertisment din România, estimările raportului indicând că acest segment va avea cele mai mari rate de creștere până în 2023. Această evoluție va genera o concurență tot mai agresivă pe piață, dar și un val de investiții în inovație. Rezultatul va fi o lume media în care consumatorii, inclusiv din România, vor putea controla și selecta pe scară largă tipul de conținut la care își doresc să aibă acces folosind mijloace tot mai diverse, fie că vorbim de dispozitive inteligente, soluții Over-The-Top (OTT), casa inteligentă sau mașina conectată la internet”, spune Florin Deaconescu, Partener și Liderul echipei de servicii dedicate sectorului de Tehnologie, Media și Telecom, PwC România.

Valoarea pieței de servicii OTT (ex. Netflix și HBO Go) din România a avut cea mai mare creștere pe piața media și de divertisment, de circa cinci ori, din 2014 până în prezent, fiind estimată în acest an la 24 milioane dolari. Până în 2023, va continua să fie cel mai dinamic segment din piața media, cu o rată medie anuală de 18,7%, ajungând la 44 milioane dolari.

A doua cea mai mare creștere la nivelul pieței este estimată pentru segmentul de jocuri video și e-sports (sporturi electronice), de 10,79%, atingând 136 milioane dolari în acest an și 187 milioane dolari în anul 2023.

Pe al treilea loc se află publicitatea pe internet, cu un avans mediu anual de 9,5%, de la o valoare de 112 milioane dolari în acest an la 157 milioane dolari peste patru ani.

### **Principalele concluzii ale raportului pentru România**

Cheltuielile pentru accesul la internet continuă să dețină prima poziție la nivelul pieței, de 43,5%, însumând 1,31 miliarde dolari. Până în 2023, acestea vor totaliza 1,77 miliarde dolari, reprezentând 46% din piață.

Televiziunea și conținutul video consumat acasă vor avea o ușoară creștere, previzionată la 1,56%, care va genera

venituri de 537 milioane dolari în 2023, comparativ cu 506 milioane dolari în 2019. Acesta este al doilea cel mai mare segment din România în termeni de venituri generate, după accesul la internet.

În acest context, veniturile din publicitatea TV vor crește de la un nivel estimat de 384 milioane dolari în acest an, la 529 milioane dolari în 2023, cu o rata de creștere medie de 8,5% pe an.

Dupa doi ani de scadere, segmentul radio, muzica și podcast este așteptat să crească de la 35 milioane dolari în acest an până la 41 milioane dolari, peste patru ani.

În schimb, segmentul ziarelor și revistelor tiparite din România își va continua scaderea din ultimii ani, în linie cu evoluția globală, de la 89 milioane dolari în 2019 la 77 milioane dolari în 2023. Potrivit raportului Reuters Institute Digital News Report, doar 18% dintre români mai citesc știri pe print, sursele online și social media dominând consumul. Deși citesc știrile, în principal, pe dispozitive digitale, doar 11% din cititori plătesc pentru știrile online.

Piața de carte din România va urca de la 109 milioane dolari în 2019 la 119 milioane de dolari în 2023.

Vânzarea de bilete va rămâne pentru industria cinematografică principala sursă de venituri, care vor atinge aproximativ 97 de milioane dolari până în 2023, cu o creștere medie anuală de 4,67%.

Segmentul media B2B (Business to business) din România, care cuprinde anuarele și cataloagele cu informații de afaceri și publicitatea din acestea, revistele nișate, cărțile profesionale, târgurile și expozițiile, a fost evaluat la 265 milioane dolari în acest an, urmând să crească la 304 milioane dolari în 2023.

Și pentru piața de publicitate outdoor urmează patru ani cu o creștere anuală medie de 5,7%, de la 41 milioane dolari în 2019, la 51 milioane dolari în 2023.

Comparativ, la nivelul Europei Centrale și de Est (ECE) piața de media și divertisment va avea un ritm mediu de creștere de aproximativ 5,7% și va ajunge la venituri totale de aproximativ 77 miliarde dolari în 2023. Cea mai mare piață este Rusia, fiind urmată de Polonia și Turcia.