

Ημερομηνία:

14 Ιουλίου 2022

Υπεύθυνος επικοινωνίας:

Κάλλια Μυλωνάκη

Τηλ: 210 8114386

e-mail: kallia.mylonaki@pwc.com

23η ετήσια έρευνα της PwC «Global Entertainment & Media Outlook»**Εκτίναξη των εσόδων του κλάδου ψυχαγωγίας και MME****Ανάπτυξη 36% για την εικονική πραγματικότητα (VR), τα βιντεοπαιχνίδια και τα e-sports
αγγίζουν τα 324 δισεκατομμύρια δολάρια**

Ο κλάδος της ψυχαγωγίας και των MME σημείωσε κατακόρυφη άνοδο το περασμένο έτος, σε παγκόσμιο επίπεδο, ξεπερνώντας σημαντικά τους δείκτες της παγκόσμιας ανάπτυξης. Σε συνέχεια πτώσης της τάξης του 2,3% που κατέγραψε το 2020 λόγω της πανδημίας, ο τζίρος του κλάδου ανέκαμψε με ισχυρή άνοδο 10,4%, φτάνοντας τα 2,34 τρισ. δολάρια το 2021 έναντι 2,12 τρισ. δολαρίων ένα χρόνο νωρίτερα. Τα ευρήματα αυτά προκύπτουν από την έρευνα [Global Entertainment & Media Outlook 2022-2026](#) της PwC, την 23η κατά σειρά ετήσια ανάλυση και πρόβλεψη των δαπανών που πραγματοποιούνται στον κλάδο σε 52 χώρες, ανάμεσά τους και η Ελλάδα.

Στα βασικά ευρήματα της φετινής έρευνας περιλαμβάνονται τα ακόλουθα:

- Ο συνολικός τζίρος των βιντεοπαιχνιδιών και των esports παγκοσμίως ανήλθε σε 215,6 δισ. δολάρια το 2021 ενώ προβλέπεται να καταγράψει μέσο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης (CAGR) 8,5% έως το 2026, φτάνοντας τα 323,5 δισ. δολάρια.
- Η εικονική πραγματικότητα εξακολουθεί να είναι το ταχύτερα αναπτυσσόμενο τμήμα του κλάδου, μολονότι ξεκινά από αναλογικά χαμηλή βάση αναφοράς. Σε απόλυτους αριθμούς, η παγκόσμια δαπάνη για εικονική πραγματικότητα αυξήθηκε κατά 36% σε ετήσια βάση το

2021 φτάνοντας τα 2,6 δισ. δολάρια, σε συνέχεια της εκρηκτικής ανάπτυξης 39% που κατέγραψε το 2020. Αντίστοιχα, ο μέσος ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης μεταξύ 2021 και 2026 αναμένεται να διαμορφωθεί σε 24%, ανεβάζοντας την αξία της κατηγορίας στα 7,6 δισ. δολάρια.

- Μετά από πτώση σχεδόν 7% το 2020, η διαφήμιση αυξήθηκε εντυπωσιακά κατά 22,6% το 2021, φτάνοντας στα 747,2 δισ. δολάρια. Με ώθηση σχεδόν αποκλειστικά από το ψηφιακό περιβάλλον, αναμένεται να καταγράψει μέσο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 6,6% έως το 2026. Ακόμα μεγαλύτερος είναι ο μέσος ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης για τα έσοδα από τις διαφημίσεις στο διαδίκτυο, καθώς εκτιμάται ότι θα φτάσει το 9,1% μέχρι το 2026.
- Μετά από την εντυπωσιακή αύξηση της τάξης του 35,4% που κατέγραψε το Over The Top (OTT) βίντεο το 2020, η άνοδος συνεχίστηκε με εντυπωσιακό ρυθμό 22,8% το 2021, φέρνοντας τον ετήσιο τζίρο στα 79,1 δισ. δολάρια. Μέσα στα επόμενα χρόνια, ο μέσος ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης αναμένεται να μετριαστεί και να διαμορφωθεί στο 7,6% έως το 2026, ωθώντας τα έσοδα της κατηγορίας σε 114,1 δισ.δολάρια.
- Η παραδοσιακή τηλεόραση, μολονότι πλήττεται τόσο από τις υπηρεσίες streaming όσο και από το Over The Top βίντεο, εξακολουθεί να παράγει σημαντικά έσοδα. Εντούτοις, θα συνεχίσει να καταγράφει πτωτική πορεία, με αρνητικό μέσο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης - 0,8%. Έτσι τα έσοδα παγκοσμίως αναμένεται να συρρικνωθούν σε 222,1 δισ. δολάρια το 2026 έναντι 231 δισεκατομμυρίων δολαρίων το 2021.
- Τα παγκόσμια κινηματογραφικά έσοδα ανακάμπτουν, αντιστρέφοντας τις απώλειες που προκάλεσε η πανδημία και αναμένεται καταγράψουν νέο ιστορικό ρεκόρ, φτάνοντας τα 46,4 δισ. δολάρια το 2023. Τα έσοδα από τα εισιτήρια αναμένεται να φτάσουν τα 49,4 δισ. δολάρια το 2026 έναντι 20,8 δισ. δολάρια το 2021, καταγράφοντας ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 18,9%.
- Τα έσοδα από ζωντανή μουσική προβλέπεται να υπερβούν τα προ της πανδημίας επίπεδα το 2024. Οι συνδρομές για streaming μουσικής αποτελούν μοχλό ανάπτυξης για τον κλάδο, καθώς τα έσοδα προβλέπεται να αυξηθούν από 36,1 δισ. δολάρια το 2021 σε 45,8 δισ.δολάρια το 2026.
- Συνολικά 2,6 εκατομμύρια petabytes (PB) δεδομένων καταναλώθηκαν το 2021 και αναμένεται να καταγράψουν μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 26% για να φτάσουν τα 8,1 εκατομμύρια petabytes έως το 2026. Ο κλάδος των βιντεοπαιχνιδιών αναμένεται να είναι εκείνος με την μεγαλύτερη ανάπτυξη ως προς την κατανάλωση δεδομένων, καταγράφοντας μέσο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 29,6% έως το 2026. Αντίστοιχα, οι φορητές

συσκευές θα είναι η ταχύτερα αναπτυσσόμενη κατηγορία συσκευών μεταξύ 2021 και 2026, καταγράφοντας μέσο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 28,8%.

- Το metaverse είναι ένα από τα μικρότερα υποσύνολα που παρακολουθεί η έρευνα, αλλά η αύξηση κατά 36% στις δαπάνες παγκοσμίως τον περασμένο χρόνο αποτελεί ένδειξη των μακροπρόθεσμων δυνατοτήτων. Η παγκόσμια βάση των συσκευών εικονικής πραγματικότητας προβλέπεται να αυξηθεί από 21,6 εκατομμύρια το 2021 σε 65,9 εκατομμύρια το 2026.

Ο Werner Ballhaus, Partner και επικεφαλής του παγκόσμιου κλάδου Ψυχαγωγίας & MME της PwC Γερμανίας, αναφέρει: «Οι πιέσεις του κλάδου τείνουν να επικεντρώνονται στις εταιρείες που έχουν κυριαρχήσει στη βιομηχανία ψυχαγωγίας και MME. Ωστόσο, τις τάσεις διαμορφώνουν οι επιλογές που κάνουν δισεκατομμύρια καταναλωτές σχετικά με το πού θα επενδύσουν το χρόνο, την προσοχή και τα χρήματά τους, τροφοδοτώντας το μετασχηματισμό του κλάδου. Για τα επόμενα χρόνια, προβλέπεται η εμφάνιση μιας παγκόσμιας βάσης καταναλωτών ψυχαγωγίας και MME, η οποία είναι νεότερη, πιο ψηφιακή και εστιάζεται περισσότερο στο streaming και τα βιντεοπαιχνίδια σε σύγκριση με τους σημερινούς καταναλωτές. Και αυτή διαμορφώνει το μέλλον της βιομηχανίας».

Ο Αιμίλιος Μελής, Partner, Strategy Consulting Leader, PwC Ελλάδας, συμπληρώνει σχετικά: «Η εντυπωσιακή ανάπτυξη και οι δυνατότητες του κλάδου προκαλούν ανακατατάξεις σε παγκόσμιο αλλά και τοπικό επίπεδο. Η αγορά της Ελλάδας με συνεχόμενη αυξητική πορεία, φαίνεται πως ακολουθεί τις παγκόσμιες τάσεις καθώς βλέπουμε πως ακόμα και σε αναπτυσσόμενους τομείς όπως είναι τα βιντεοπαιχνίδια και τα esports, προβλέπεται μέσος ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης 6.4% την επόμενη πενταετία. Αυτό οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στις αλλαγές συνήθειας που προκλήθηκαν εξαιτίας της πανδημίας, οι οποίες έστρεψαν τους χρήστες σε άμεσα προσβάσιμες εφαρμογές παιχνιδιών που δεν απαιτούν εξοπλισμό. Παράλληλα, βλέπουμε πως οι καταναλωτές στρέφονται ολοένα και περισσότερο σε ψηφιακά μέσα και εφαρμογές Over The Top (OTT) βίντεο, με αποτέλεσμα οι έντυπες μορφές ψυχαγωγίας και ενημέρωσης όπως τα βιβλία και οι εφημερίδες να χάνουν συνεχώς έδαφος. Η τάση αυτή δείχνει πως κάθε επιχείρηση του κλάδου αναμένεται να βιώσει τεκτονικές αλλαγές. Η πρόκληση και ο στόχος τους πρέπει να είναι να κατανοήσουν τον καταναλωτή τους και να καταλήξουν στη σωστή πλευρά των αλλαγών».

Σχετικά με την PwC

Στην PwC, στόχος μας είναι η δημιουργία κλίματος εμπιστοσύνης στην κοινωνία και η επίλυση σημαντικών προβλημάτων. Είμαστε ένα δίκτυο εταιρειών σε 159 χώρες με περισσότερα από



295.000 στελέχη που δεσμεύονται να παραδίδουν ποιοτικό έργο στις ελεγκτικές, φορολογικές και συμβουλευτικές υπηρεσίες που αναλαμβάνουν. Πείτε μας τι έχει αξία για σας και μάθετε ακόμα περισσότερα στην ιστοσελίδα μας www.pwc.com.

Η επωνυμία PwC αναφέρεται στο δίκτυο των εταιρειών μελών και/ή σε μία ή περισσότερες από τις εταιρείες μέλη, κάθε μία από τις οποίες αποτελεί μια ξεχωριστή νομική οντότητα. Για περισσότερες πληροφορίες, παρακαλούμε επισκεφθείτε το www.pwc.com/structure.

© 2022 PwC. Με επιφύλαξη όλων των νόμιμων δικαιωμάτων

Σχετικά με το Global Entertainment & Media Outlook 2022-2026

Η έρευνα PwC Global Entertainment & Media Outlook, σε συνδυασμό με τη δημοσίευση με τίτλο «Fault Lines and Fractures: Innovation and Growth in a New Competitive Landscape», παρέχει σε βάθος ανάλυση των παγκόσμιων καταναλωτικών τάσεων και διαφημιστικών δαπανών στον κλάδο της ψυχαγωγίας και των Μέσων Ενημέρωσης. Η έρευνα περιλαμβάνει πενταετή ιστορικά δεδομένα και αντίστοιχα πενταετείς προβλέψεις και σχόλια για 16 κλάδους σε 52 γεωγραφικές περιοχές. Τα επιμέρους τμήματα της έρευνας περιλαμβάνουν τις διαφημίσεις (σε τηλεόραση, διαδίκτυο, και outdoor), τα βιβλία, τις υπηρεσίες B2B, τον κινηματογράφο, την κατανάλωση δεδομένων, την πρόσβαση στο Διαδίκτυο, τη μουσική, το ραδιόφωνο και τα podcast, τις εφημερίδες και τα περιοδικά καταναλωτών, το βίντεο OTT, την τηλεόραση καθώς και το Metaverse και τα NFT που περιλαμβάνονται για πρώτη φορά φέτος.