
Δελτίο τύπου

Ημερομηνία: **4 Ιουλίου 2019**
Υπεύθυνη
επικοινωνίας: **Κάλλια Μυλωνάκη**
Τηλ.: +30 210 8114386
E-mail: kallia.mylonaki@pwc.com

Σελίδες: 4

Η αυξημένη ζήτηση για εξατομικευμένες και τεχνολογικά προηγμένες υπηρεσίες δίνει ώθηση στην καινοτομία για τον κλάδο Ψυχαγωγίας & MME

Σύμφωνα με την έκθεση [Global Entertainment & Media Outlook 2019–2023](#) της PwC, οι καταναλωτές αξιοποιούν κάθε ευκαιρία για προσαρμοσμένα στις ανάγκες τους μέσα, και αντίστοιχα οι εταιρείες σχεδιάζουν λύσεις και επιχειρηματικά μοντέλα που ανταποκρίνονται στις προσωπικές καταναλωτικές προτιμήσεις. Πραγματοποιώντας μια θεμελιώδη στροφή, αξιοποιούν τα δεδομένα και τα μοτίβα χρήσης για να προωθήσουν τα προϊόντα τους.

Αποτέλεσμα αυτού είναι η δημιουργία ενός νέου κόσμου μέσων που είναι πιο εξατομικευμένα από ποτέ. Οι καταναλωτές έχουν τη δυνατότητα να ελέγξουν την κατανάλωση περιεχομένου μέσω μιας μεγάλης γκάμας έξυπνων συσκευών, να δημιουργήσουν τη δική τους συλλογή από κανάλια που προσφέρονται μέσω over-the-top (OTT) υπηρεσιών (δηλ. υπηρεσιών που διατίθενται αυτόνομα, χωρίς ανάγκη για εξοπλισμό ή άλλη εγκατάσταση και λειτουργούν σε οποιοδήποτε δίκτυο σταθερής και κινητής) και να αποκτήσουν πρόσβαση σε όλο και περισσότερο περιεχόμενο αξιοποιώντας τις δυνατότητες που προσφέρουν το έξυπνο σπίτι και το συνδεδεμένο αυτοκίνητο.

Ενώ οι προσωπικές επαφές πολλαπλασιάζονται, οι καταναλωτές ανησυχούν για την ασφάλεια και την προστασία των δεδομένων τους. Η εμπιστοσύνη πλέον αποτελεί το κυριότερο ζητούμενο, δημιουργώντας πίεση προς τις εταιρείες για τη συμμόρφωση τους με τις νέες απαιτήσεις προστασίας του ιδιωτικού απορρήτου..

Η παγκόσμια ανάπτυξη του κλάδου εξακολουθεί να ξεπερνά την αύξηση του ΑΕΠ...

Αυτές οι θεμελιώδεις μεταβολές λαμβάνουν χώρα σε ένα πλαίσιο διαρκούς παγκόσμιας ανάπτυξης του κλάδου Ψυχαγωγίας & MME. Σύμφωνα με την έκθεση της PwC—η οποία παρέχει στοιχεία και προβλέψεις εσόδων για 14 τομείς σε 53 χώρες— η συνολική παγκόσμια δαπάνη για τον κλάδο της Ψυχαγωγίας & MME θα αυξηθεί με μέσο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης (CAGR) 4,3% για τα επόμενα πέντε χρόνια έως το 2023. Αντίστοιχα ο μέσος ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης (CAGR) στην Ελλάδα θα αυξηθεί κατά 4,8%. Αυτός ο ρυθμός ανάπτυξης θα έχει ως αποτέλεσμα τα παγκόσμια έσοδα του κλάδου να φτάσουν τα 2,6 δις δολάρια το 2023, από 2,1 δις δολάρια το 2018. Στην Ελλάδα τα έσοδα του κλάδου θα φτάσουν τα € 5,8 εκ. το 2023 από € 4,5 εκ το 2018.

...με διαφορετικές όμως ταχύτητες στους επιμέρους τομείς

Εξετάζοντας τους επιμέρους τομείς του κλάδου Ψυχαγωγίας & MME, η εικονική πραγματικότητα (VR) διατηρεί τη θέση της στην κορυφή με τον μεγαλύτερο ρυθμό ανάπτυξης στον κλάδο, ωστόσο –μετά από μια χρονιά στην οποία η ανταπόκριση των καταναλωτών ήταν κατώτερη των προσδοκιών– το προβάδισμά της σε σχέση με τον τομέα over-the-top (OTT) έχει περιοριστεί σημαντικά. Σύμφωνα με τις προβλέψεις, τα podcasts και ο ηλεκτρονικός αθλητισμός (e-sports), που αποτελούν συνιστώσες μεγαλύτερων τομέων, αναμένεται να σημειώσουν σημαντική ανάπτυξη με μέσους ετήσιους ρυθμούς ανάπτυξης 28,5% και 18,3%, αντίστοιχα.

Στο κατώτερο τμήμα του φάσματος ανάπτυξης, ο παραδοσιακός τομέας Τηλεόρασης και οικιακών βίντεο παρουσιάζει για πρώτη φορά αρνητικές προσδοκίες ανάπτυξης, καθώς οι πελάτες της

συνδρομητικής τηλεόρασης και οι πωλήσεις DVD συνεχίζουν να μειώνονται. Η χειρότερη πρόβλεψη αφορά τον κλάδο έντυπων εφημερίδων και καταναλωτικών περιοδικών τα έσοδα του οποίου εκτιμάται ότι έως το 2023 θα υποστούν μέση ετήσια μείωση 2,3%.

Καινοτομία για ανάπτυξη σε έναν κόσμο εξατομικευμένων μέσων

Η μεταβολή που λαμβάνει χώρα αυτή τη στιγμή, η οποία επαναπροσδιορίζει και μεταλλάσσει ολόκληρο τον κλάδο, επηρεάζει την ανθρώπινη συμπεριφορά και έχει ως κυριότερο χαρακτηριστικό την εξατομίκευση. Από τη μια πλευρά, ο νέος κόσμος που διαμορφώνεται από τον κλάδο της Ψυχαγωγίας & MME χαρακτηρίζεται από μοναχικότητα, με αυξανόμενο αριθμό ανθρώπων να είναι απορροφημένοι στο περιεχόμενο της επιλογής τους. Ταυτόχρονα, όμως, αυτή η εξατομίκευση περιλαμβάνει μια βαθιά κοινωνική πτυχή, καθώς οι άνθρωποι μοιράζονται τις λίστες αναπαραγωγής τους σε πλατφόρμες μετάδοσης μουσικής σε πραγματικό χρόνο, προτείνουν ταινίες σε φίλους σε πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης ή συμμετέχουν σε διαδικτυακούς αγώνες επιβίωσης (battle royales).

Οι εξελίξεις στην τεχνολογία και τις παρεχόμενες υπηρεσίες επιτρέπουν επιτέλους στους ανθρώπους να περάσουν από την παθητική στην ενεργή κατανάλωση - όχι μόνο για μερικά στοιχεία των μέσων, αλλά για τα μέσα στο σύνολό τους. Η έρευνα της PwC επισημαίνει κάποια σημάδια αυτής της αλλαγής. Ένα εξ αυτών είναι η τάση των καταναλωτών να απορρίπτουν τα κανάλια που προσφέρει η συνδρομητική ή δορυφορική τηλεόραση και αντ' αυτών να διαμορφώνουν δικά τους ad hoc κανάλια αποτελούμενα από υπηρεσίες over-the-top. Τα παγκόσμια έσοδα των υπηρεσιών over-the-top το 2018 ανήλθαν σε 38,2 δις δολάρια ενώ εκτιμάται ότι σχεδόν θα διπλασιαστούν έως το 2023. Αντίστοιχα στην Ελλάδα αναμένεται αύξηση εσόδων της τάξεως του 16.7%. Ένα άλλο σημάδι είναι η άνοδος του έξυπνου σπιτιού, με την ιδιοκτησία έξυπνων ηχείων να αναμένεται να αυξηθεί με 38,1% μέσο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης και 440 εκατ. συσκευές παγκοσμίως έως το 2023.

O Wilson Chow, Partner στην PwC Κίνας και επικεφαλής του κλάδου Τεχνολογίας, MME και Τηλεπικοινωνιών του παγκοσμίου δικτύου της PwC, σχολιάζει σχετικά:

«Ο αντίκτυπος των δικτύων 5G θα γίνει αισθητός σε ολόκληρη την αλυσίδα αξίας του κλάδου Τεχνολογίας, MME και Τηλεπικοινωνιών στην ερχόμενη δεκαετία. Θα ενισχύσει την υπάρχουσα τάση για εξατομίκευση, καθιστώντας ευκολότερη, φθηνότερη και πιο πρακτική την πρόσβαση σε περισσότερα μέσα μέσω τηλεφώνων και άλλων φορητών συσκευών. Μεταξύ των σημαντικότερων αλλαγών που θα λάβουν χώρα στον κλάδο Ψυχαγωγίας & MME λόγω των δικτύων 5G θα είναι και η δυνατότητα μετάδοσης βίντεο υψηλής ανάλυσης σε πραγματικό χρόνο –συμπεριλαμβανομένης της ζωντανής μετάδοσης αθλητικών, μουσικών και άλλων γεγονότων– και η καλύτερη χρήση της τεχνητής νοημοσύνης, ενώ θα δημιουργηθούν και μεγάλες ευκαιρίες εξέλιξης για τα βιντεοπαιχνίδια και την εικονική πραγματικότητα από πλευράς ταχύτητας και ποιότητας της εικόνας».

Τέσσερις προτεραιότητες που διαμορφώνουν τις εταιρικές στρατηγικές

Καθώς οι εταιρείες του κλάδου της Ψυχαγωγίας & MME επαναπροσδιορίζουν τους οργανισμούς τους και τις υπηρεσίες που προσφέρουν προς έναν όλο και πιο εξατομικευμένο κόσμο, είναι τέσσερις οι προτεραιότητες που έρχονται στο προσκήνιο:

- **Κάθε αγορά έχει άλλες ανάγκες:** Καθώς οι εταιρείες προσεγγίζουν αγορές μεμονωμένων απόμων αλλά και μεμονωμένες γεωγραφικές αγορές, διαπιστώνουν ότι είναι σκόπιμο να προσφέρουν και διαφορετικές κατά περίπτωση επιλογές: προσφορές απεριόριστης χρήσης σε κάποιες περιοχές, κλίμακες χρεώσεων για τις διάφορες υπηρεσίες στις λιγότερο ανεπτυγμένες αγορές και ανταγωνισμός για την πιο συμφέρουσα προσφορά. Ταυτόχρονα, σε όλες τις αγορές – ώριμες και αναπτυσσόμενες– η έρευνα της PwC εντοπίζει έντονες διαφορές όσον αφορά την ανάπτυξη των επιμέρους τομέων.
- **Ο αριθμός των σημείων επαφής με τους καταναλωτές αυξάνεται:** Με τα διάφορα μέσα και το ηλεκτρονικό εμπόριο να προσφέρουν όλο και πιο εξατομικευμένες εμπειρίες, η ικανοποίηση των καταναλωτών επιτυγχάνεται πιο άμεσα. Ακολουθώντας την τάση αυτή, οι δημιουργοί και διανομείς περιεχομένου εφευρίσκουν νέους τρόπους να επικοινωνήσουν με τους καταναλωτές, ενώ τα

τμήματα Marketing προσπαθούν να βρουν τρόπους να προσεγγίσουν τους καταναλωτές στο σημείο κατανάλωσης και να πραγματοποιήσουν πωλήσεις «επί τόπου». Απόδειξη αυτού είναι και η αύξηση των διαδικτυακών διαφημίσεων με επιλογή άμεσης αγοράς, οι οποίες συχνά προωθούνται από “influencers” Η φωνή επίσης εξελίσσεται σε βασικό εργαλείο αλληλεπίδρασης για την πραγματοποίηση έρευνας αλλά και αγορών, γεγονός που ενισχύεται από την άνοδο των έξυπνων ηχείων.

- **Η τεχνολογική καινοτομία δημιουργεί μια νέα εποχή εξατομικευμένης πληροφορικής:** Οι εταιρείες αξιοποιούν την ικανότητα της τεχνητής νοημοσύνης να κατανοεί τις ατομικές προτιμήσεις και τις καταναλωτικές συνήθειες των ανθρώπων για να προσφέρουν το περιεχόμενο που οι μεμονωμένοι χρήστες βρίσκουν πιο ενδιαφέρον. Ο συνδυασμός της τεχνητής νοημοσύνης με το 5G θα είναι ιδιαίτερα ισχυρός, καθώς θα τροφοδοτήσει την ταχεία ανάπτυξη τομέων όπως τα βιντεοπαιχνίδια και η εικονική πραγματικότητα. Οι προβλέψεις της έκθεσης της PwC αναδεικνύουν τον ελκυστικό συνδυασμό ανάπτυξης και κλίμακας των βιντεοπαιχνιδιών, ενώ η εικονική πραγματικότητα θα είναι ο ταχύτερα αναπτυσσόμενος τομέας συνολικά.
- **Η εμπιστοσύνη και το κανονιστικό πλαίσιο εξακολουθούν να είναι στο επίκεντρο, καθώς η προστασία των προσωπικών δεδομένων αποκτά καιρία σημασία:** Με τους καταναλωτές να βρίσκονται στο κέντρο της δικής τους εξατομικευμένης εμπειρίας, τα προσωπικά τους δεδομένα – από τη μουσική που ακούνε μέσω streaming και τις ειδήσεις που διαβάζουν μέχρι τα προϊόντα που αγοράζουν– αποκτούν κεντρικό ρόλο. Στο νέο αυτό σύμπαν, η προστασία των προσωπικών δεδομένων αποκτά καιρία σημασία για τη συνολική υγεία του οικοσυστήματος του κλάδου της Ψυχαγωγίας & MME. Για τις εταιρείες αυτό ξεπερνά την κανονιστική συμμόρφωση, που αποτελεί πλέον την ελάχιστη απαίτηση, και επεκτείνεται στη δημιουργία εμπιστοσύνης μέσω της διαχείρισης των δεδομένων των πελατών με διαφάνεια και υπευθυνότητα, της διασφάλισης της εγκυρότητας των ειδήσεων και της ευαισθητοποίησης σε θέματα όπως είναι ο ψηφιακός εθισμός.

Σύμφωνα με την Ennèl van Eeden, επικεφαλής του κλάδου Ψυχαγωγίας & MME του παγκόσμιου δικτύου της PwC και partner στην PwC Netherlands:

«Το κύμα της εξατομικεύσης – που τροφοδοτείται από τη μεταβαλλόμενη συμπεριφορά των πελατών – αναμένεται να ενισχυθεί από τις δυνάμεις της τεχνολογίας, της κλίμακας, των επιθετικών επενδύσεων και του ανταγωνισμού. Ο αντίκτυπος στους οργανισμούς είναι πολύ σημαντικός. Δεδομένου ότι τα στεγανά που μέχρι σήμερα χώριζαν τα διάφορα μέσα υποχωρούν, οι εταιρείες πρέπει να προσεγγίσουν με πιο ανοιχτό μυαλό τις περιοχές και τους τομείς στους οποίους δραστηριοποιούνται. Ταυτόχρονα, όλοι όσοι δραστηριοποιούνται στον κλάδο Ψυχαγωγίας & MME οφείλουν να δώσουν μεγαλύτερη έμφαση στο να γνωρίσουν τους πελάτες τους, ενώ οι ομάδες marketing χρειάζεται να αφιερώσουν χρόνο και προσοχή σε νέους τύπους περιεχομένου και πλατφορμών –influencers, ζωντανές εκδηλώσεις, διαφημίσεις μέσα σε εφαρμογές και άλλα. Τέλος, οι εταιρείες πρέπει να επικεντρωθούν στις κύριες δεξιότητες και γεωγραφικές αγορές, ενώ ταυτόχρονα να έχουν τα μάτια τους ανοιχτά για εξελίξεις και κανονισμούς και να είναι έτοιμες να ανταποκριθούν στις τεχνολογικές εξελίξεις όπως το 5G. Για να το πούμε απλά: είναι καιρός να πάρουμε τους πελάτες μας προσωπικά, διαφορετικά θα μείνουμε εκτός».

###

Διαδικτυακή πρόσβαση media στο περιεχόμενο της έκθεσης Global Entertainment & Media Outlook

Μπορείτε να αποκτήσετε πρόσβαση στο περιεχόμενο της έκθεσης Global Entertainment & Media Outlook 2019-2023 με αποστολή email στην Ashley Worley στην ηλεκτρονική διεύθυνση ashley.worley@pwc.com. Η πρόσβαση αυτή σας δίνει τη δυνατότητα να αναπαράξετε το παρόν αλλά και άλλο περιεχόμενο χρησιμοποιώντας στοιχεία από το σύνολο των δεδομένων και της ανάλυσης της μελέτης Global Entertainment & Media Outlook σε επίπεδο τομέα και επικράτειας καθώς και δημιουργώντας διαγράμματα που μπορούν να ληφθούν για να συμπεριληφθούν στα άρθρα σας.

Σχετικά με την έκθεση Global Entertainment & Media Outlook

Η 20^η ετήσια έκδοση Global Entertainment & Media Outlook της PwC αποτελεί μια ολοκληρωμένη διαδικτυακή πηγή παγκόσμιας ανάλυσης για την καταναλωτική και διαφημιστική δαπάνη. Η έκθεση παρέχει συγκρίσιμα πενταετή ιστορικά στοιχεία και προβλέψεις σε ορίζοντα πενταετίας καθώς και σχολιασμό για 14 τομείς του κλάδου σε 53 επικράτειες, καθιστώντας εύκολη τη σύγκριση και αντιπαραθέση των καταναλωτικών και διαφημιστικών δαπανών μεταξύ τομέων και περιοχών. Μάθετε ακόμα περισσότερα στην ιστοσελίδα www.pwc.com/outlook.



Επιχειρηματικοί τομείς που περιλαμβάνονται στην έκθεση Global Entertainment & Media Outlook

Βιβλία, Διεπιχειρησιακές υπηρεσίες (B2B), Κινηματογράφος, κατανάλωση Δεδομένων, Πρόσβαση στο διαδίκτυο, Διαδικτυακό μάρκετινγκ, Μουσική, ραδιόφωνο και podcasts, Εφημερίδες και καταναλωτικά περιοδικά, Βίντεο ΟΤΤ, Υπαίθρια διαφήμιση, Παραδοσιακή τηλεόραση και οικιακό βίντεο, Τηλεοπτική διαφήμιση, Βιντεοπαιχνίδια και ηλεκτρονικός αθλητισμός, Εικονική πραγματικότητα.

Σχετικά με τα δεδομένα της έκθεσης Global Entertainment & Media Outlook

Μεγάλο μέρος του περιεχομένου αυτού του δελτίου τύπου βασίζεται σε δεδομένα της έκθεσης Global Entertainment & Media Outlook 2019-2023. Η PwC προσπαθεί να ενημερώνει σε συνεχή βάση τα δεδομένα της έκθεσης Global Entertainment & Media Outlook που παρέχονται στη σχετική ιστοσελίδα. Συνεπώς, θα θέλαμε να επισημάνουμε ότι τα δεδομένα που περιέχονται στον παρόν δελτίο τύπου ενδέχεται να μην ταυτίζονται με τα δεδομένα που παρέχονται στο διαδίκτυο. Η έκθεση Global Entertainment & Media Outlook 2019-2023 που είναι διαθέσιμη στο διαδίκτυο αποτελεί την πιο ενημερωμένη πηγή δεδομένων για την καταναλωτική και διαφημιστή δαπάνη.

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 158 χώρες με περισσότερα από 250.000 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.

© 2019 PwC. Με επιφύλαξη όλων των νόμιμων δικαιωμάτων