

Ημερομηνία:

8 Οκτωβρίου 2020

Υπεύθυνος επικοινωνίας:

Κάλλια Μυλωνάκη

Τηλ: 210 8114386

e-mail: kallia.mylonaki@pwc.com

**Ετήσια έρευνα της PwC «Global Entertainment & Media Outlook»****Ο κλάδος της ψυχαγωγίας και των μέσων ενημέρωσης μετασχηματίζεται**

Σύμφωνα με την ετήσια έρευνα της PwC «[Global Entertainment & Media Outlook 2020–2024](#)», η πανδημία του COVID-19 έχει οδηγήσει στην ταχεία μεταβολή της συμπεριφοράς των καταναλωτών, ωθώντας την ψηφιακή μετάβαση και οδηγώντας τον κλάδο της ψυχαγωγίας και των μέσων ενημέρωσης (MME) σε σημαντικές αλλαγές.

Η ψηφιοποίηση, μία από τις μεγαλύτερες τάσεις που μετασχηματίζει όλους τους κλάδους, εντάθηκε λόγω της κοινωνικής απομόνωσης και των περιορισμών στις μετακινήσεις. Ως αποτέλεσμα, το 2020 ο κλάδος της ψυχαγωγίας έχει καταστεί πιο απομακρυσμένος, πιο εικονικός, πιο προσωπικός και - τουλάχιστον προς το παρόν - πιο επικεντρωμένος στο σπίτι σε σχέση με τις προβλέψεις κατά τις αρχές της χρονιάς.

Η πανδημία σταμάτησε απότομα την ανάπτυξη του παγκόσμιου κλάδου της ψυχαγωγίας και των μέσων ενημέρωσης. Εν μέσω μιας παγκόσμιας ύφεσης, το 2020 πρόκειται να δούμε την πιο απότομη πτώση στα έσοδα του κλάδου, στα 21 χρόνια που διεξάγεται η συγκεκριμένη έρευνα, με υποχώρηση κατά 5,6% σε σύγκριση με το 2019 - που μεταφράζεται σε περισσότερα από 120 δισ. δολάρια σε απόλυτους αριθμούς. Το 2009, που ήταν και η τελευταία χρονιά κατά την οποία η οικονομία συρρικνώθηκε, οι συνολικές δαπάνες για ψυχαγωγία και ενημέρωση μειώθηκαν μόλις κατά 3,0%.

Έτσι, ενώ οι αλλαγές του 2020 θα συνεχίσουν να γίνονται αισθητές στην παγκόσμια οικονομία, η πρόβλεψή μας δείχνει ότι η βασική αναπτυξιακή πορεία του κλάδου παραμένει ισχυρή. Τα τελευταία χρόνια, καθώς η εμπειρία που παρέχουν τα μέσα ψυχαγωγίας και ενημέρωσης έχει καταλάβει ακόμα πιο κεντρικό ρόλο στη ζωή μας, η παγκόσμια ανάπτυξη του κλάδου έχει ουσιαστικά ξεπεράσει το ρυθμό ανάπτυξης του ΑΕΠ. Εφόσον αντιμετωπιστούν οι προκλήσεις του 2020, αναμένουμε ότι ο κλάδος θα ανακτήσει την εξαιρετική του επίδοση.

Οι προβλέψεις δείχνουν ότι το 2021 οι δαπάνες για ψυχαγωγία και ενημέρωση θα αυξηθούν κατά 6,4%. Εξετάζοντας τις εκτιμήσεις πενταετίας από το 2019-2024, προβλέπουμε γενική αύξηση εσόδων με σύνθετο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 2,8% (CAGR).

Όπως συμβαίνει και στην οικονομία γενικότερα, τα υφιστάμενα προβλήματα δεν κατανέμονται ομοιόμορφα στο πλήρες εύρος του κλάδου της ψυχαγωγίας και ενημέρωσης. Γίνονται πιο εμφανή στους τομείς που η πανδημία έχει επηρεάσει έντονα, όπως για παράδειγμα η ζωντανή μουσική, ο κινηματογράφος και οι εμπορικές εκθέσεις. Η διαφημιστική δαπάνη παρομοίως αναμένεται να μειωθεί κατά 13,4%. Αντίστοιχα, επιτάχυνση της μετάβασης των εφημερίδων σε ψηφιακή μορφή έχει οδηγήσει στη μείωση των εσόδων από την έντυπη διαφήμιση.

Ως αποτέλεσμα κάποιοι τομείς του κλάδου μετασχηματίζονται πολύ νωρίτερα από ότι είχε αρχικά προβλεφθεί. Παράδειγμα αποτελούν οι εισπράξεις των κινηματογράφων έναντι των συνδρομητικών πλατφορμών streaming (SVOD). Μόλις το 2015, οι εισπράξεις από τα εισιτήρια των κινηματογράφων ήταν τριπλάσιες σε σύγκριση με τα έσοδα των πλατφόρμων. Τα έσοδα για τις πλατφόρμες θα ξεπεράσουν τις εισπράξεις των κινηματογράφων το 2020 και προβλέπεται να εκτιναχθούν κατά την επόμενη πενταετία, φτάνοντας έως και το διπλάσιο των εισπράξεων από εισιτήρια το 2024. Άλλο ένα παράδειγμα που είναι η ποσότητα των δεδομένων που καταναλώνονται μέσω των smartphone έναντι του σταθερού ευρυζωνικού δικτύου. Έχοντας πάρει ένα ελαφρύ προβάδισμα το 2019, τα smartphone αναμένεται πλέον να ξεχωρίσουν ξεκάθαρα ως η κύρια ατομική συσκευή που χρησιμοποιούν οι καταναλωτές για πρόσβαση στο διαδίκτυο παγκοσμίως.

Καθώς ο κόσμος αναγκάστηκε να μείνει στο σπίτι, το βίντεο OTT (over-the-top) είδε τα παγκόσμια έσοδά του να διογκώνονται κατά 26% το 2020. Η έναρξη λειτουργίας της υπηρεσίας streaming Disney+ στα τέλη του 2019 με πρόβλεψη για 60 εκ. έως 90εκ. συνδρομητές ως το 2024, έφτασε τους 60,5 εκ. συνδρομητές στις αρχές Αυγούστου 2020. Δεδομένης της ανόδου του streaming, η παγκόσμια κατανάλωση δεδομένων ωφελήθηκε από την ψηφιακή επιτάχυνση. Συγκεκριμένα αναμένεται αύξηση κατά 33,8% το 2020, ενώ θα υπερδιπλασιαστεί από τα 1,9 τετράκις εκ. megabytes (MB) το 2019 στα 4,9 τετρακις εκ. MB το 2024.

Στον αντίποδα βρίσκονται οι τομείς που επλήγησαν περισσότερο. Με πολλούς κλειστούς κινηματογράφους και τις πρεμιέρες μεγάλων ταινιών να αναβάλλονται, οι εκτιμήσεις δείχνουν ότι τα συνολικά έσοδα του παγκόσμιου κινηματογράφου θα μειωθούν κατά σχεδόν 66%. Εκτιμάται ότι το 2024 τα έσοδα των κινηματογράφων θα κυμαίνονται κάτω από τα επίπεδα του 2019. Μία ακόμη επίδραση της πανδημίας αποτελεί η συνεχιζόμενη πτώση των εφημερίδων και καταναλωτικών περιοδικών παγκοσμίως που επιταχύνθηκε απότομα το 2020, με τα γενικά έσοδα να μειώνονται πάνω από 14% και τα καταναλωτικά περιοδικά να έχουν υποστεί το μεγαλύτερο πλήγμα. Ωστόσο, κομβικό έτος για τα καταναλωτικά περιοδικά θα είναι το 2023, όταν τα παγκόσμια έσοδά τους από την ψηφιακή διαφήμιση θα ξεπεράσουν αυτά της έντυπης διαφήμισης.

Αξίζει να σημειωθεί ότι κάποια «παραδοσιακά» μέσα διατήρησαν τη θέση τους, παρά τις επιδράσεις του COVID-19 και της ψηφιακής επιτάχυνσης. Τα συνολικά έσοδα από καταναλωτικά βιβλία παγκοσμίως προβλέπεται να συνεχίσουν την ανοδική πορεία τους, με σύνθετη αύξηση 1,4% ετησίως μεταξύ του 2019 και του 2024, φτάνοντας στα 64,7 δισ. δολάρια ΗΠΑ. Αξίζει να σημειωθεί ότι σημαντικό ρόλο εδώ παίζει η τεχνολογία, με την αυξημένη χρήση των έξυπνων τηλεφώνων και ηχείων να ενισχύει τη χρήση των audiobooks (ακουστικών βιβλίων).

Οι ζωντανές εκδηλώσεις αποτελούν άλλον ένα παραδοσιακό τομέα που θα πρέπει να προσαρμοστεί στην πραγματικότητα ενός επιταχυνόμενου ψηφιακού κόσμου. Με τις αίθουσες συναυλιών, τους



εκθεσιακούς χώρους και τα στάδια κλειστά κατά το μεγαλύτερο μέρος της φετινής χρονιάς, μερικές ζωντανές εκδηλώσεις χρησιμοποιούν ψηφιακές πλατφόρμες για να παραμείνουν κοντά στο κοινό τους.

Ο Werner Ballhaus, Global Entertainment & Media Industry Leader της PwC, σχολιάζει σχετικά: «Είναι ξεκάθαρο ότι ο COVID-19 έχει επιταχύνει τη μετάβαση των καταναλωτών στην ψηφιακή κατανάλωση και έχει προκαλέσει ανατρεπτικές αλλαγές - τόσο θετικές όσο και αρνητικές - σε πολλές μορφές των μέσων ψυχαγωγίας και ενημέρωσης. Είναι όμως εξίσου φανερό ότι τα βασικά πλεονεκτήματα και η ελκυστικότητα του κλάδου για τους καταναλωτές παραμένουν ισχυρά. Ενώ οι εταιρείες ψυχαγωγίας και ενημέρωσης θα συνεχίσουν να αντιμετωπίζουν προκλήσεις, καθώς αφήνουμε πίσω μας την πανδημία η ψηφιακή μετάβαση που προωθήθηκε θα δημιουργήσει επίσης ευκαιρίες σε όλους τους τομείς και όχι μόνο σε όσους ωφελήθηκαν από τις επιδράσεις ως σήμερα».

### **Σχετικά με την έρευνα «Global Entertainment & Media Outlook»**

Η 21η έκδοση της PwC της έρευνας «Global Entertainment and Media Outlook», αποτελεί μια περιεκτική διαδικτυακή πηγή παγκόσμιας ανάλυσης των καταναλωτικών και διαφημιστικών δαπανών. Με ομοιόδη, πενταετή ιστορικά και πενταετούς πρόβλεψης και σχολιασμού δεδομένα από 14 τμήματα του κλάδου σε 53 χώρες, η έρευνα διευκολύνει τη σύγκριση των καταναλωτικών και διαφημιστικών δαπανών μεταξύ τομέων και περιοχών. Για περισσότερες πληροφορίες επισκεφτείτε τη διεύθυνση [www.pwc.com/outlook](http://www.pwc.com/outlook).

### **Τομείς που καλύπτει η έρευνα «Global Entertainment and Media Outlook»**

Βιβλία, Business-to-business, Κινηματογράφος, Κατανάλωση δεδομένων, Πρόσβαση στο διαδίκτυο, Διαφήμιση στο διαδίκτυο, Μουσική, Ραδιόφωνο και podcast, Εφημερίδες και καταναλωτικά περιοδικά, OTT βίντεο, Out-of-home διαφήμιση, Παραδοσιακή τηλεόραση και οικιακό βίντεο, Τηλεοπτική διαφήμιση, Ηλεκτρονικά παιχνίδια και αθλήματα, Εικονική πραγματικότητα

### **Σχετικά με τα δεδομένα της έρευνας «Global Entertainment & Media Outlook»**

Μεγάλο μέρος του περιεχομένου του παρόντος δελτίου τύπου προέρχεται από δεδομένα της έρευνας «Global Entertainment & Media Outlook 2020–2024». Η PwC επιδιώκει να ενημερώνει συνεχώς τα δεδομένα της «Global Entertainment & Media Outlook» που βρίσκεται διαθέσιμη διαδικτυακά. Επομένως, σημειώστε ότι τα δεδομένα στο παρόν δελτίο τύπου ενδέχεται να μη συμφωνούν με τα δεδομένα που είναι διαθέσιμα διαδικτυακά. Η έρευνα «Global Entertainment and Media Outlook 2020-2024» που βρίσκεται διαθέσιμη διαδικτυακά, είναι η πλέον ενημερωμένη πηγή δεδομένων για τις καταναλωτικές και διαφημιστικές δαπάνες.

### **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 157 χώρες με περισσότερα από 276.000 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](http://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](http://www.pwc.com/structure).

© 2020 PwC. Με επιφύλαξη όλων των νόμιμων δικαιωμάτων