

Δελτίο τύπου

Ραγδαίες εξελίξεις στον κλάδο ψυχαγωγίας και ΜΜΕ

Έκθεση της PwC καταγράφει τις αλλαγές στις οποίες θα πρέπει να προσαρμοστούν οι επιχειρήσεις

Έκθεση της PwC με τίτλο «[Global Entertainment & Media Outlook 2018-2022](#)», καταδεικνύει ότι οι συνεχιζόμενες, ραγδαίες εξελίξεις στον κλάδο ψυχαγωγίας και ΜΜΕ έχουν εισέλθει σε μια νέα δυναμική φάση. Σε ένα περιβάλλον ευρείας και σταθερής ανάπτυξης – παρά την ανομοιόμορφη κατανομή της – τρεις αναγκαιότητες επηρεάζουν το σύνολο των εταιρειών του κλάδου: σύγκλιση, σύνδεση με τους καταναλωτές και δημιουργία εμπιστοσύνης.

Τα νέα δεδομένα καταδεικνύουν ότι τα όρια που διαχώριζαν στο παρελθόν τους τομείς της ψυχαγωγίας και των ΜΜΕ, της τεχνολογίας και των τηλεπικοινωνιών φαίνεται να αφανίζονται. Οι μεγάλοι πάροχοι πρόσβασης στο διαδίκτυο και οι πλατφόρμες παράδοσης προχωρούν σε κάθετη ολοκλήρωση, ενώ οι διαδικτυακοί κολοσσοί επεκτείνονται οριζόντια εστιάζοντας στο περιεχόμενο. Την ίδια ώρα οι παραδοσιακοί διαχωρισμοί των τμημάτων της αγοράς γίνονται δυσδιάκριτοι, π.χ. μεταξύ έντυπων και ψηφιακών μέσων, παιχνιδιών βίντεο και αθλημάτων, ασύρματης και σταθερής πρόσβασης, καλωδιακής και διαδικτυακής τεχνολογίας, κοινωνικών και παραδοσιακών μέσων.

Παράλληλα, με την εξέλιξη αυτή επινοούνται νέα επιχειρηματικά μοντέλα, προσφέροντας σε όλες τις εταιρείες τη δυνατότητα να αξιοποιήσουν νέες ροές εσόδων και να αναπτύξουν οικονομίες κλίμακας, ενώ οι απαιτούμενες δυνατότητες περιλαμβάνουν τη στόχευση οπαδών και την πιο αποτελεσματική διασύνδεση με τους καταναλωτές, για ενίσχυση της αφοσίωσης των μελών.

Εν μέσω των αλλαγών αυτών και των συνεχών εξελίξεων της τεχνολογίας, αναδύεται μια πρωταρχική αναγκαιότητα: η εξασφάλιση και η διατήρηση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών και των συνεργατών στο οικοσύστημα. Ζούμε σε μια εποχή όπου για πολλούς κλάδους η εμπιστοσύνη βρίσκεται σε ιστορικά χαμηλά επίπεδα και οι ρυθμιστικές αρχές βάζουν στο στόχαστρο τη χρήση δεδομένων εκ μέρους των επιχειρήσεων ΜΜΕ. Ως εκ τούτου, η ικανότητα μιας εταιρείας να διατηρεί την εμπιστοσύνη των καταναλωτών αναδεικνύεται σε σημαντικό παράγοντα διαφοροποίησης. Είναι μια σημαντική πρόκληση για τις εταιρείες ψυχαγωγίας και ΜΜΕ, καθώς θα πρέπει να αποδείξουν την αξιοπιστία τους σε πολλαπλά επίπεδα, όπως είναι το περιεχόμενο, τα δεδομένα, η αποτίμηση της αξίας τους, ο κοινωνικός αντίκτυπος και η καταλληλότητα του διαφημιστικού περιεχομένου. Το περιεχόμενο και το brand αποτελούν δομικά στοιχεία στη διαδικασία δημιουργίας εμπιστοσύνης, αρχίζοντας με την τήρηση της υπόσχεσης για ποιότητα.

Αύξηση εσόδων

Σύμφωνα με την έκθεση, η οποία καταγράφει δεδομένα και προβλέψεις εσόδων για 15 τμήματα του κλάδου σε 53 χώρες, οι συνολικές παγκόσμιες δαπάνες του κλάδου ψυχαγωγίας και ΜΜΕ θα αυξηθούν μέσα στα επόμενα πέντε χρόνια με σύνθετο ρυθμό ετήσιας ανάπτυξης (CAGR) της τάξης του 4,4%. Χάρη στην αύξηση αυτή, τα παγκόσμια έσοδα του κλάδου θα ανέλθουν το 2022 στα US\$ 2,4 τρις, σε σύγκριση με US\$ 1,9 τρις το 2017.

Τη μεγαλύτερη αύξηση εσόδων θα καταγράψουν τα τμήματα της αγοράς που βασίζονται στην ψηφιακή τεχνολογία. Τις καλύτερες επιδόσεις σημειώνει, παρά τη χαμηλή αρχική της βάση, η εικονική πραγματικότητα με πενταετές ρυθμό ανάπτυξης CAGR της τάξης του 40,4%. Ακολουθεί το OTT video με 10,1%. Αντίθετα, τα έσοδα των εφημερίδων και των περιοδικών αναμένεται να μειωθούν στα επόμενα πέντε χρόνια. Ο ρυθμός ανάπτυξης CAGR για τα βιβλία, το ραδιόφωνο, την παραδοσιακή τηλεόραση και τα οικιακά βίντεο θα είναι μικρότερος από 2%.

###ΤΕΛΟΣ###

Σημειώσεις:



Press access to *Global Entertainment & Media Outlook* content online

To request press access to the online [Global Entertainment & Media Outlook 2018-2022](#) content, contact Nicholas Braude at nicholas.braude@pwc.com. This access will allow you to illustrate this and other media stories both by extracting detail from the *Global Entertainment & Media Outlook* dataset and analysis at a segment and territory level, and by creating charts on-screen that can be exported for use with your stories.

About the *Global Entertainment & Media Outlook*

PwC's 19th annual edition of the *Global Entertainment & Media Outlook* is a comprehensive online source of global analysis for consumer and advertising spending. With like-for-like, five-year historical and five-year forecast data and commentary for 15 defined industry segments in 53 territories, the *Outlook* makes it easy to compare and contrast consumer and advertising spending across segments and territories. Find out more at www.pwc.com/outlook.

Segments covered by the *Global Entertainment & Media Outlook*

Books; Business-to-business; Cinema; Data consumption; Internet access; Internet advertising; Magazines; Music, radio and podcasts; Newspapers; Out-of-home; OTT video; Traditional TV and home video; TV advertising; Video games and e-sports; Virtual reality

About *Global Entertainment & Media Outlook* data

Much of the content in this press release is taken from data in the *Global Entertainment & Media Outlook 2018-2022*. PwC continually seeks to update the online *Global Entertainment & Media Outlook* data. Therefore, please note that the data in this press release may not be aligned with the data found online. The online [Global Entertainment & Media Outlook 2018-2022](#) is the most up-to-date source of consumer and advertising spend data.

About PwC

At PwC, our purpose is to build trust in society and solve important problems. We're a network of firms in 158 countries with more than 236,000 people who are committed to delivering quality in assurance, advisory and tax services. Find out more and tell us what matters to you by visiting us at www.pwc.com.

PwC refers to the PwC network and/or one or more of its member firms, each of which is a separate legal entity. Please see www.pwc.com/structure for further details.

© 2018 PwC. All rights reserved

Για περισσότερες πληροφορίες μπορείτε να επικοινωνείτε με την κ. Κωνσταντίνα Λογοθέτη (+357-22555108) email: konstantina.logotheti@cy.pwc.com και την κ. Μύρια Πίττα (+357-22555103) email: myria.pitta@cy.pwc.com, Μάρκετινγκ & Επικοινωνίες, PwC Κύπρου.

Follow
us:

