

Δελτίο τύπου

Αναδιαμορφώνεται ο κλάδος ψυχαγωγίας και μέσων ενημέρωσης

Ισχυρό σοκ προκάλεσε η πανδημία που πλήττει ολόκληρο τον πλανήτη, στον κλάδο της ψυχαγωγίας και των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης. Σύμφωνα με την παγκόσμια ανασκόπηση “*Global Entertainment & Media Outlook 2020–2024*” της PwC, η πανδημία του COVID-19 έχει επιταχύνει και ενισχύσει τις συνεχείς αλλαγές στη συμπεριφορά των καταναλωτών, εντείνοντας έτσι τον ψηφιακό μετασχηματισμό και οδηγώντας τον κλάδο σε κρίσιμο σημείο καμπής.

Σημαντική συρρίκνωση

Εν μέσω της παγκόσμιας ύφεσης, το 2020 θα καταγραφεί η πιο απότομη πτώση στα παγκόσμια έσοδα του κλάδου στα 21 χρόνια που διεξάγεται αυτή η έρευνα, με μια μείωση της τάξης του 5,6% συγκριτικά με το 2019, ποσοστό που αντιστοιχεί σε πέραν των US\$120 δις σε απόλυτους αριθμούς. Το 2009, η προηγούμενη χρονιά κατά την οποία συρρικνώθηκε η παγκόσμια οικονομία, οι συνολικές δαπάνες του κλάδου μειώθηκαν κατά 3.0%. Η βασική πορεία ανάπτυξης του κλάδου πάντως παραμένει, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις, ισχυρή, αφού μετά τις προκλήσεις του 2020, η απόδοση του αναμένεται ότι θα επανέλθει στα προηγούμενα επίπεδα. Με βάση τις προβλέψεις, το 2021 οι δαπάνες του κλάδου θα καταγράψουν αύξηση 6,4%. Σε ορίζοντα πέντε ετών, την περίοδο 2019-2024, αναμένουμε ότι ο σύνθετος ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης (CAGR) των συνολικών εσόδων θα ανέλθει στο 2,8%.

Τα κρίσιμα σημεία καμπής

Οι δυσκολίες που αντιμετωπίζει σήμερα ο κλάδος ψυχαγωγίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης δεν επηρεάζουν στον ίδιο βαθμό όλα τα επιμέρους τμήματά του. Οι επιπτώσεις είναι πιο έντονες στα τμήματα εκείνα που έχουν στην κυριολεξία κατεβάσει ρολά λόγω του COVID-19, όπως για παράδειγμα οι διάφορες εκδηλώσεις, η ζωντανή μουσική, ο κινηματογράφος και οι εμπορικές εκθέσεις. Οι νέες συνθήκες οδηγούν μεταξύ άλλων σε αναδιάρθρωση διαφόρων τμημάτων του κλάδου ψυχαγωγίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης πολύ νωρίτερα απ’ ότι προβλεπόταν αρχικά. Για παράδειγμα μέχρι και το 2015, τα έσοδα των κινηματογραφικών εισπράξεων ήταν τριπλάσια από τα έσοδα του συνδρομητικού βίντεο κατά παραγγελία (SVOD). Το 2020, τα έσοδα του SVOD θα ξεπεράσουν τα αντίστοιχα έσοδα των κινηματογραφικών εισπράξεων, ενώ αναμένεται να διπλασιαστούν μέχρι το 2024.

Νικητές και ηττημένοι

Καθώς μένουμε περισσότερο στο σπίτι, η υπηρεσία βίντεο OTT καταγράφει το 2020 τεράστια αύξηση εσόδων της τάξης του 26.0% παγκοσμίως. Αυτή η σταθερή ανοδική πορεία θα συνεχιστεί και τα επόμενα χρόνια, με το μέγεθος του συγκεκριμένου τμήματος της αγοράς να διπλασιάζεται σχεδόν από US\$46,4 δις το 2019 σε US\$86,8 δις το 2024. Στον αντίποδα, με βάση τις εκτιμήσεις, το 2024 τα κινηματογραφικά έσοδα θα είναι χαμηλότερα απ’ ότι το 2019. Ακόμη, η συνεχιζόμενη πτώση των εφημερίδων και των καταναλωτικών περιοδικών ανά το παγκόσμιο επιταχύνεται ραγδαία το 2020, με τα συνολικά έσοδα να μειώνονται πέραν του 14%. Τεράστιες δυσκολίες θα αντιμετωπίσουν και άλλοι σημαντικοί τομείς στην προσπάθειά τους να ανακτήσουν τη χαμένη ανάπτυξη του 2019. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι ο παγκόσμιος κλάδος της διαφήμισης, ο οποίος μετά από μια πτώση της τάξης του 13,4% το 2020 και μείωση της αξίας του στα US\$559,5 δις, δεν αναμένεται να επανέλθει στα επίπεδα του 2019 πριν από το 2022.

Αναδιάρθρωση

Αντίθετα απ’ ότι θα ανέμενε ίσως κανείς, ορισμένα «παραδοσιακά» μέσα έχουν αντισταθεί στις επιπτώσεις του COVID-19 και της ψηφιακής επιτάχυνσης. Με τις πωλήσεις βιβλίων να σημειώνουν κατακόρυφη αύξηση κατά τη διάρκεια των lockdowns, τα παγκόσμια συνολικά έσοδα του συγκεκριμένου τμήματος της αγοράς αναμένεται να συνεχίσουν την ανοδική τους πορεία, με σύνθετο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 1,4% μεταξύ 2019 και 2024. Η αξία του κλάδου θα ανέλθει στα US\$64,7 δις. Οι εκδηλώσεις με φυσική παρουσία είναι ένα ακόμη τμήμα του κλάδου που καλείται να προσαρμοστεί στα νέα δεδομένα. Καθώς οι αίθουσες συναυλιών, οι εκθεσιακοί χώροι και τα στάδια παρέμειναν κλειστά κατά το μεγαλύτερο μέρος του έτους, ορισμένες live εκδηλώσεις χρησιμοποιούν ψηφιακές πλατφόρμες για να συνδεθούν με το κοινό τους.



Μια ξεχωριστή χρονιά

Παρά το ότι το 2020 υπήρξε για τους πλείστους κλάδους – περιλαμβανομένων και πολλών τμημάτων του κλάδου ψυχαγωγίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης – μια χρονιά γεμάτη προκλήσεις και τεράστιες αλλαγές, οι μακροπρόθεσμες προοπτικές του κλάδου στο σύνολό του παραμένουν θετικές. Είναι βεβαίως προφανές ότι καθώς επιστρέφουμε με αργούς ρυθμούς στην κανονικότητα, θα εξακολουθήσουν να υπάρχουν νικητές και ηττημένοι.

###ΤΕΛΟΣ###

Σημειώσεις:

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

To request press access to the online *Global Entertainment & Media Outlook 2020–2024* content, contact Ashley Worley at ashley.worley@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 21st 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 14 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; Music, radio and podcasts; Newspapers and consumer magazines; OTT video; Out-of-home advertising; Traditional TV and home video; TV advertising; Video games and esports; 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 2020–2024*. 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 2020–2024* 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 157 countries with more than 276,000 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.

© 2020 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:

