

Ημερομηνία:

25 Ιουλίου 2024

Υπεύθυνος επικοινωνίας:

Kate Σάπαρη kate.sapari@pwc.com

Βάσω Γρίβα vasso.griva@pwc.com

[PwC Global Entertainment & Media Outlook 2024-2028](#)

Το 1 τρισεκατομμύριο δολάρια θα φτάσουν τα διαφημιστικά έσοδα παγκοσμίως το 2026, με ώθηση από τις ενοποιημένες υπηρεσίες streaming και τα ζωντανά αθλήματα

- Αύξηση της τάξης του 5% κατέγραψαν τα έσοδα της βιομηχανίας ψυχαγωγίας και Μέσων ενημέρωσης, αγγίζοντας τα 2,8 τρισεκατομμύρια δολάρια το 2023, ενώ αναμένεται να φτάσουν τα 3,4 τρισεκατομμύρια δολάρια το 2028.
- Τα διαφημιστικά έσοδα αναμένεται να ξεπεράσουν το 1 τρισεκατομμύριο δολάρια το 2026, ενώ τα έσοδα το 2028 θα είναι διπλάσια από τα αντίστοιχα του 2020.
- Η χρήση και η διάδοση των υπηρεσιών streaming συνεχίζει να αυξάνεται, με τους καταλύτες ανάπτυξης για τον κλάδο να είναι η ενοποίηση υπηρεσιών, τα ζωντανά αθλήματα, ο περιορισμός της κοινής χρήσης κωδικών πρόσβασης και τα διαφημιστικά έσοδα, καθώς ο ανταγωνισμός εντείνεται.
- Τα τυχερά παιχνίδια παραμένουν μεταξύ των ταχύτερα αναπτυσσόμενων τομέων του κλάδου παγκοσμίως: με κύριο μοχλό ανάπτυξης την περιοχή της Ασίας-Ειρηνικού, αναμένεται να ξεπεράσουν τα 300 δισεκατομμύρια δολάρια το 2028. Τομείς διασκέδασης που προϋποθέτουν την αυτοπρόσωπη παρουσία, όπως ο κινηματογράφος, αναμένεται να επιστρέψουν σε προ-πανδημικά επίπεδα, ενώ η ζωντανή μουσική ενισχύεται από τις παγκόσμιες περιοδείες.
- Ο κλάδος προσβλέπει στην Τεχνητή Νοημοσύνη (Generative AI) για την προώθηση νέων ροών εσόδων και τον μετασχηματισμό των επιχειρηματικών μοντέλων

Ο κλάδος της ψυχαγωγίας και των μέσων ενημέρωσης συνέχισε να αναπτύσσεται το 2023, με τα συνολικά έσοδα να αυξάνονται κατά 5% φτάνοντας τα 2,8 τρισεκατομμύρια δολάρια. Παρά τις οικονομικές αντιξοότητες, την αναταραχή που έφερε η τεχνολογία και τον αυξημένο γεωγραφικό και βιομηχανικό ανταγωνισμό ο κλάδος ξεπέρασε τον μέσο όρο ανάπτυξης παγκοσμίως που αναφέρει το ΔΝΤ, σύμφωνα με τα στοιχεία της έκθεσης της [PwC Global Entertainment & Media Outlook 2024-2028](#), που δημοσιεύθηκε σήμερα.

Αντίστοιχα, οι προβλέψεις της έρευνας, η οποία καλύπτει 13 τομείς σε 53 χώρες και περιοχές, αναφέρουν ότι τα παγκόσμια έσοδα του κλάδου αναμένεται να αγγίξουν τα 3,4 τρισεκατομμύρια δολάρια το 2028, καταγράφοντας ετήσιο ρυθμό αύξησης (CAGR) 3,9%. Αναλυτικότερα, σύμφωνα με τα ευρήματα, τα διαφημιστικά έσοδα αναμένεται να φτάσουν το 1 τρισεκατομμύριο δολάρια το 2026 και προβλέπεται να αντιστοιχούν σε περισσότερο από το ήμισυ (55%) της συνολικής αύξησης των εσόδων του κλάδου κατά την επόμενη πενταετία.

Η έρευνα προβλέπει επίσης ότι οι υπηρεσίες streaming, που παραδοσιακά εξαρτώνται από τα συνδρομητικά μοντέλα, αντιμετωπίζουν αυξημένο ανταγωνισμό και προκλήσεις όσον αφορά τη χρήση και



την υιοθέτηση από τους καταναλωτές. Έτσι, προκειμένου να συνεχίσουν να αναπτύσσονται, αναζητούν ώθηση από την ενοποίηση των υπηρεσιών, τα ζωντανά αθλητικά γεγονότα (συμπεριλαμβανομένων των mega-γεγονότων όπως οι θερινοί Ολυμπιακοί Αγώνες), τον περιορισμό της κοινής χρήσης κωδικών πρόσβασης και την υιοθέτηση διαφημιστικών μοντέλων.

Σε παγκόσμιο επίπεδο, οι ΗΠΑ καταγράφουν τη μεγαλύτερη καταναλωτική δαπάνη και παραμένουν η μεγαλύτερη διαφημιστική αγορά παγκοσμίως (με ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης έως το 2028), αντιπροσωπεύοντας περισσότερο από το ένα τρίτο των παγκόσμιων δαπανών το 2023. Ωστόσο, άλλες μεγάλες αγορές, όπως η Κίνα (με ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 7,1%) και η Ινδία (με ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 8,3%), καθώς και λιγότερο ώριμες αγορές όπως η Ινδονησία (με ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 8,5%) και η Νιγηρία (με ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 10,1%), παρατηρείται να αναπτύσσονται ταχύτερα.

Ο Βασίλης Δημακάκος, Head of TMT Sector της PwC Ελλάδας, δήλωσε: "Καθώς η παγκόσμια βιομηχανία ψυχαγωγίας και Μέσων Ενημέρωσης συνεχίζει να αναπτύσσεται, με την Ελλάδα στο εκτιμώμενο +1.6% CAGR μέχρι το 2028, εντοπίζονται κίνδυνοι, όσο και ευκαιρίες. Οι αλλαγές στις προτιμήσεις των καταναλωτών και η αβεβαιότητα σχετικά με τη συνεχή επίδραση του ψηφιακού μετασχηματισμού και των νέων και αναδυόμενων τεχνολογιών, όπως η Generative AI, εμπνέουν ένα κύμα επανεφεύρεσης επιχειρηματικών μοντέλων. Εάν οι επιχειρήσεις του Κλάδου επιθυμούν να εξασφαλίσουν το μερίδιό τους από τις αυξανόμενες δεξαμενές εσόδων που εντοπίζονται, θα πρέπει να επαναπροσδιορίσουν τον τρόπο με τον οποίο δημιουργούν, παρέχουν και καταγράφουν αξία, αξιοποιώντας τόσο την ανάπτυξη της διαφήμισης, όσο και την ευκαιρία που παρουσιάζει η τεχνητή νοημοσύνη. Καθώς οι χρήστες καταναλώνουν ολοένα και περισσότερο διαδικτυακό περιεχόμενο, οι εταιρείες καλούνται αντίστοιχα να διαφοροποιήσουν τις προσφορές των προϊόντων τους και να συνεχίσουν να συνδέονται με τους καταναλωτές στις πλατφόρμες όπου εκείνοι περνούν μεγαλύτερο διάστημα από τον χρόνο τους. Μέχρι στιγμής, πολλές από τις εφαρμογές της Τεχνητής Νοημοσύνης στη βιομηχανία ψυχαγωγίας και Μέσων Ενημέρωσης έχουν επικεντρωθεί στην ταχύτητα και την αποτελεσματικότητα. Καθώς κοιτάμε μπροστά, ο κλάδος θα πρέπει να επικεντρωθεί στο πώς η GenAI μπορεί να οδηγήσει σε μεγαλύτερη δημιουργία αξίας μέσω του πειραματισμού, και της ανακάλυψης και υιοθέτησης νέων λύσεων και διαδικασιών".

Τα παγκόσμια διαφημιστικά έσοδα θα φτάσουν το 1 τρισεκατομμύριο δολάρια το 2026

Τα παγκόσμια διαφημιστικά έσοδα αναμένεται να αυξηθούν με ετήσιο ρυθμό (CAGR) 6,7% έως το 2028. Παράλληλα, τα συνολικά έσοδα από τη διαφήμιση πρόκειται να φτάσουν το 1 τρισεκατομμύριο δολάρια το 2026 (ενώ το 2028 τα έσοδα θα είναι διπλάσια από αυτά του 2020), την ίδια στιγμή που η διαφήμιση προβλέπεται να αντιπροσωπεύει το 55% της συνολικής ανάπτυξης του κλάδου κατά τα επόμενα πέντε χρόνια.

Συγκεκριμένα, η διαφήμιση στο διαδίκτυο είναι η μεγαλύτερη και μία από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες συνιστώσες της διαφημιστικής βιομηχανίας. Σύμφωνα με τα ευρήματα της έρευνας, μόνο το 2023 αυξήθηκε κατά 10,1%, καταγράφοντας επιπλέον έσοδα 52,5 δισεκατομμυρίων δολαρίων, ενώ προβλέπεται να αυξάνεται με ετήσιο ρυθμό 9,5% έως το 2028, όταν και θα φτάσει να αντιπροσωπεύει το 77,1% της συνολικής διαφημιστικής δαπάνης.

Οι υπηρεσίες streaming αναζητούν νέα μοντέλα ανάπτυξης

Η χρήση υπηρεσιών streaming και η αποδοχή από τους καταναλωτές αυξάνεται, αν και με χαμηλότερο ρυθμό από ό,τι τα τελευταία χρόνια. Οι πάροχοι υπηρεσιών βρίσκονται αντιμέτωποι με αυξημένο



ανταγωνισμό και προκλήσεις προκειμένου να πείσουν τους καταναλωτές να πληρώσουν περισσότερα για ψηφιακά αγαθά και υπηρεσίες. Οι παγκόσμιες συνδρομές σε υπηρεσίες βίντεο over-the-top (OTT) εκτιμάται ότι θα ανέλθουν σε 2,1 δισεκατομμύρια το 2028 από 1,6 δισεκατομμύρια το 2023, καταγράφοντας μέση ετήσια αύξηση 5%. Τα παγκόσμια μέσα έσοδα ανά συνδρομή βίντεο OTT αναμένεται αντίστοιχα να αυξηθούν ελάχιστα, από 65,21 δολάρια το 2023 σε 67,66 δολάρια το 2028.

Η οριακή άνοδος ωθεί την αγορά να αναδιαμορφώσει τα επιχειρηματικά της μοντέλα, αναζητώντας νέες πηγές εσόδων πέραν των συνδρομών. Σε αυτά περιλαμβάνονται διαφημιστικά μοντέλα που περιλαμβάνουν μειωμένη συνδρομή για όσους θέλουν να βλέπουν διαφημίσεις μαζί με το τηλεοπτικό περιεχόμενο, ο περιορισμός της κοινής χρήσης κωδικών πρόσβασης, η προβολή ζωντανών αθλημάτων και η ενοποίηση του κλάδου. Στις ανεπτυγμένες αγορές, η ενοποίηση αυτή λαμβάνει τη μορφή της ομαδοποίησης των παρόχων συνδρομητικών υπηρεσιών. Με βάσει τις εκτιμήσεις, μέχρι το 2028 η διαφήμιση θα αντιπροσωπεύει περίπου το 28% των παγκόσμιων εσόδων από το OTT streaming, από 20% το 2023.

Ο κλάδος των παιχνιδιών ξεχωρίζει καθώς οι ζωντανές εκδηλώσεις και ο κινηματογράφος ανακάμπτουν

Ο κλάδος του gaming παγκοσμίως, ο οποίος περιλαμβάνει και τα e-sports, συνεχίζει να αποτελεί τον ταχύτερα αναπτυσσόμενο τομέα ψυχαγωγίας και ενημέρωσης, με τα συνολικά έσοδα να φτάνουν τα 227,6 δισεκατομμύρια δολάρια το 2023, αυξημένα κατά 4,6%. Σύμφωνα με την έρευνα της PwC, τα έσοδα θα ξεπεράσουν τα 300 δισεκατομμύρια δολάρια το 2027, νούμερο σχεδόν διπλάσιο από τα επίπεδα του 2019. Ως προς τις επιμέρους γεωγραφικές περιοχές, αυτή της Ασίας-Ειρηνικού παραμένει η μεγαλύτερη περιφερειακή αγορά, αντιπροσωπεύοντας το 48,1% του παγκόσμιου τζίρου, με προοπτική το ποσοστό αυτό να αυξηθεί στο 54,4% το 2028, αντιστοιχώντας σε 181,8 δισ. δολάρια.

Ως προς τους επιμέρους τομείς, οι εμπειρίες που απαιτούν αυτοπρόσωπη παρουσία και σχετίζονται με την τεχνολογία, όπως η ζωντανή μουσική και ο κινηματογράφος, καταγράφουν σημαντική ανάπτυξη, με τις πωλήσεις εισιτηρίων κινηματογράφου και μουσικής να αντιπροσωπεύουν το 38,6% της καθαρής αύξησης των καταναλωτικών δαπανών παγκοσμίως το 2023. Με κινητήρια δύναμη τα μεγάλα γεγονότα, όπως οι παγκόσμιες περιοδείες, τα έσοδα από τη ζωντανή μουσική αυξήθηκαν κατά 26% και αντιπροσωπεύουν περισσότερο από το ήμισυ της συνολικής αγοράς μουσικής. Αντίστοιχα, βοηθούμενη από μια σειρά επιτυχημένων κυκλοφοριών το 2023, η κινηματογραφική βιομηχανία σημείωσε αύξηση 30,4% στις δαπάνες στο box office, σε σχέση με το προηγούμενο έτος, ενώ τα παγκόσμια έσοδα από τον κινηματογράφο αναμένεται να ξεπεράσουν το 2026 τα επίπεδα που είχαν πριν από την πανδημία του 2019.

Σχετικά με την έρευνα

Η έκθεση της PwC "[Global Entertainment & Media Outlook 2024-28](#)", η οποία διανύει το 25ο έτος της, παρέχει εμπειριστωμένη ανάλυση των παγκόσμιων καταναλωτικών και διαφημιστικών δαπανών για την ψυχαγωγία και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Περιλαμβάνει πενταετή ιστορικά στοιχεία και πενταετή στοιχεία πρόβλεψης και σχόλια για 13 τμήματα του κλάδου σε 53 χώρες και εδάφη. Οι τομείς είναι B2B, κινηματογράφος, διαδίκτυο και κατανάλωση δεδομένων, διαφήμιση στο διαδίκτυο, μουσική, ραδιόφωνο και podcasts, εφημερίδες, περιοδικά και βιβλία, διαφήμιση εκτός σπιτιού, over-the-top βίντεο, παραδοσιακή τηλεόραση, βιντεοπαιχνίδια και esports, εικονική πραγματικότητα (VR) και επαυξημένη πραγματικότητα (AR). Τα πλήρη στοιχεία της έρευνας είναι προσβάσιμα στη διεύθυνση www.pwc.com/outlook.



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 151 χώρες με περισσότερα από 364.000 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.

© 2024 PwC. Με επιφύλαξη όλων των νόμιμων δικαιωμάτων