

EĞLENCE VE MEDYA SEKTÖRÜ YENİDEN ŞEKİLLENİYOR

53 ülkede 14 alt segmente ilişkin gelir verilerini ve öngörüleri içeren "Küresel Eğlence ve Medya Sektörüne Bakış 2020 2024" raporuna göre sektörde daha da keskin düşüşlerin yaşanması bekleniyor. Eğlence ve medya sektöründeki gelirlerin 2019'a göre 120 milyar ABD Doları azalacağı öngörülüyor.


BUSINESS TODAY
CARD

Dünyayı etkisi altına alan pandemi, küresel eğlence ve medya sektöründeki büyümeyi durma noktasına getirdi. Kamu kurumlarına ve özel kuruluşlara sektör odaklı denetim, vergi ve danışmanlık hizmetleri sunan PwC'nin "Küresel Eğlence ve Medya Sektörüne Bakış 2020-2024" raporuna göre de durum hiç parlak görünmüyor...

Bu yıl, "Küresel Eğlence ve Medya Sektörüne Bakış" araştırmasının yapıldığı 21 yıllık dönemdeki en keskin düşüş beklenirken, gelirlerin 2019'a göre yüzde 5.6 oranında (120 milyar ABD Doları) azalacağı öngörülüyor.

Pandeminin etkileri küresel ekonomiye yansımaya devam ederken, araştırmaya göre eğlence ve medya sektörünün temel büyüme eğilimi sürecek. Son yıllarda medya deneyimlerinin hayatımızda daha da merkezi hale gelmesiyle küresel eğlence ve medya sektörünün büyüme hızı küresel GSYİH'nin büyüme hızını geride bıraktı. 2020'de yaşanan zorluklar sona erdiğinde küresel eğlence ve medya sektörünün büyüme performansını devam ettirmesi bekleniyor.

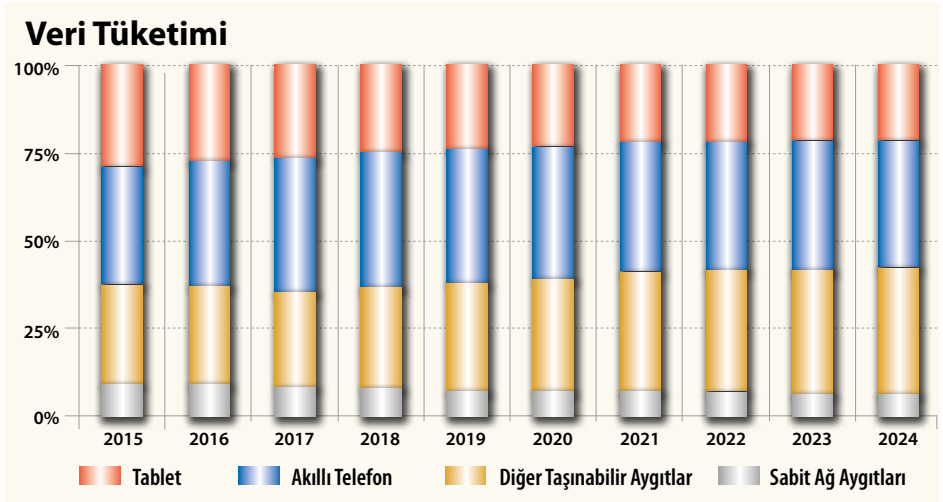
53 ülkede 14 alt segmente ilişkin gelir verilerini ve öngörüleri içeren rapora göre 2021'de küresel eğlence ve medya sektörü harcamaları yüzde 6.4 artacakken, sektörün küresel gelirleri için önümüzdeki beş yıllık tahmin döneminde yıllık bileşik büyüme oranı (YBBO) yüzde 2.8'e ulaşacak.



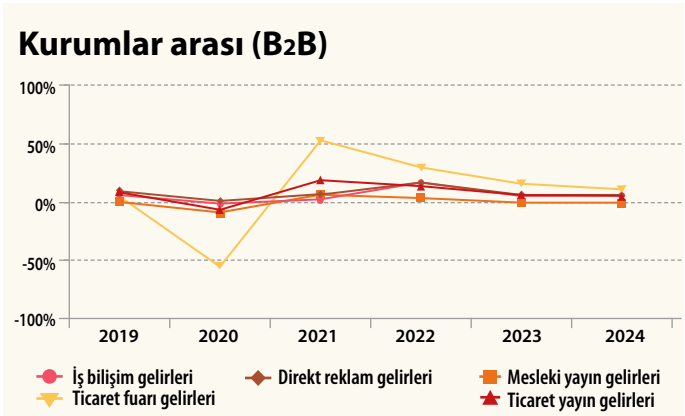
"Yeni fırsatlar yaratacak"

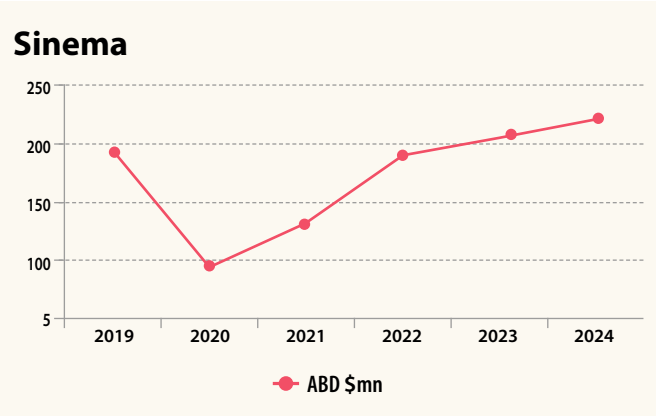
Bu arada PwC Türkiye Eğlence ve Medya Sektörü Lideri Murat Çolakoğlu, PwC Küresel Eğlence ve Medya Sektörüne Bakış 2020-2024 raporunu şöyle değerlendirdi:

"2020-2024 raporuna göre, Covid-19 salgınının tüketici davranışlarını kökten değiştirdiğini ve normal şartlar altında gerçekleşmesi daha uzun sürmesi beklenen dijital dönüşüm için hızlandırıcı rol üstlendiğini görüyoruz. Dijitalleşme son dönemde tüm sektörleri şekillendiren en önemli faktörlerden biri olurken, sosyal mesafe ve seyahat kısıtlamaları



Kaynak: Küresel Eğlence ve Medya Sektörüne Bakış 2020-2024, PwC, Omdia





sebebiyle etkisini daha da artırıyor. Tüm bu gelişmeler, eğlence ve medya dünyasını 2020'de daha uzak mesafeli, daha sanal, daha fazla çevrimiçi akış temelli, daha kişisel ve ev merkezli hale getirdi.

Pandemi dönemi boyunca küresel eğlence ve medya sektörü için zorluklar bir süre daha devam ederken, gündemin odağında yer alan dijital dönüşüm, sadece şimdiye kadar bu dönüşümden yararlananlar için değil, tüm segmentler için yeni fırsatlar yaratacak."

TÜRKİYE SONUÇLARI

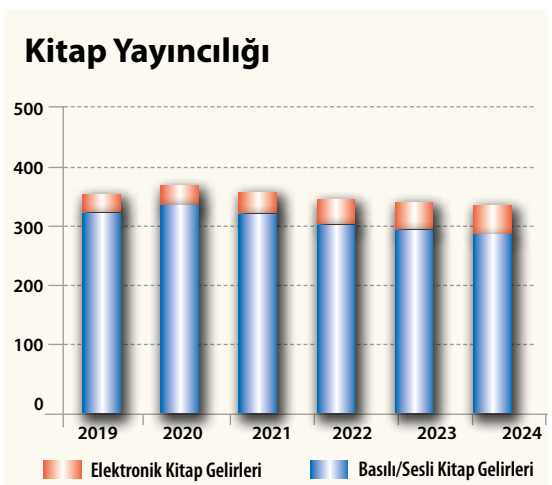
◗ **Veri Tüketimi:** 2020 yılında 35.7 trilyon MB veri kullanıma ulaşması beklenen Türkiye'de, kullanılan verilerin %61'i akıllı telefon ve tablet aracılığı ile tüketiliyor. Gelecek beş yılda bileşik yıllık büyüme oranının %19.3 olarak tahmin edildiği veri kullanımında, akıllı telefon ve tabletin yanı sıra diğer taşınabilir aygıtların da ekleneceği öngörülüyor.

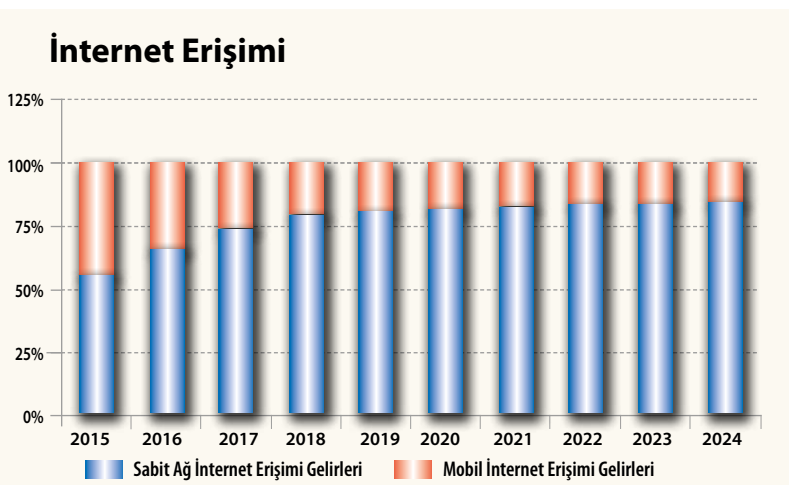
◗ **Kitap Yayıncılığı:** Türkiye toplam kitap gelirlerinin 2020 yılında yaklaşık 386 milyon ABD Doları olması tahmin ediliyor. Gelecek beş yılda gelirlerin bileşik yıllık büyüme oranının -%1 olması öngörülüyor. Basılı kitap yayıncılığı sektöründeki düşüş devam ederken dijitalleşmenin beraberinde getirdiği elektronik kitap yayınlarının toplam sektör gelirleri içindeki oranı artmaya devam ediyor. Elektronik kitap gelirlerinin gelecek beş yılda bileşik yıllık büyüme oranının yaklaşık %11 olması bekleniyor.

◗ **Kurumlar Arası (B2B):** 2019 yılında 475.6 milyon ABD Doları olarak gerçekleşen Türkiye B2B gelirlerinin 2020 yılında tüm dünyayı etkileyen pandemi koşulları nedeniyle 374.4 milyon ABD Doları'na gerilemesi bekleniyor. Gelecek beş yılda toparlanma etkisi ile %3.9 bileşik yıllık büyüme oranına ulaşması öngörülüyor.

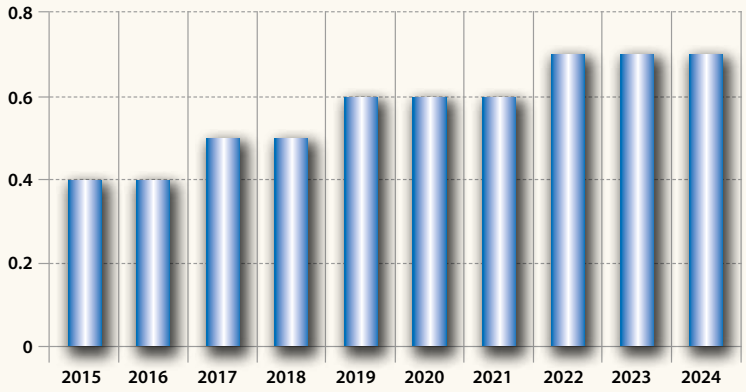
◗ **Sinema:** Küresel salgın sebebiyle alınan önlemler çerçevesinde ev dışı sosyal aktivitelerin büyük ölçüde kısıtlanması sonucu sinemalar kapandı ve önemli filmlerin vizyon tarihlerinin ertelendi. Türkiye sinema sektörü gelirlerinde 2020 yılında 2019'a kıyasla %51.6 azalma bekleniyor. Küresel ölçekte gözlemlenen bu gelir düşüşünün, gelecek beş yılda toparlanması ve Türkiye sinema sektörü gişe gelirlerinin %2.6 bileşik yıllık büyüme oranına ulaşması öngörülüyor.

◗ **İnternet Erişimi:** Türkiye'de internet erişiminin 2020 yılında yaklaşık 5.1 milyar ABD Doları gelir üretmesi bekleniyor. Bu gelirin %82'i mobil internet erişiminden elde ediliyor. Mobil internet erişimi gelirlerinin gelecek beş yıllık gelirlerinde bileşik yıllık büyüme oranının %7.7'ye ulaşması beklenirken, sabit geniş bant erişiminde aynı oran %2 hesaplanıyor.

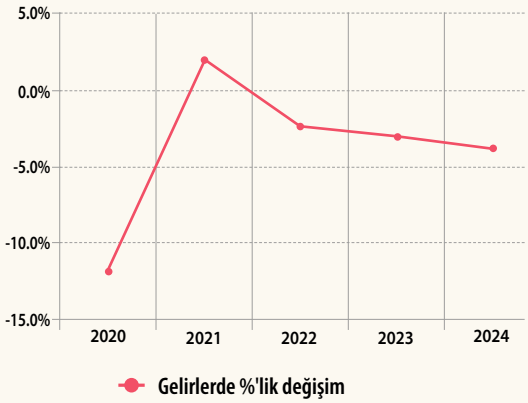




İnternet Reklamcılığı



Gazete ve Dergi



◗ **İnternet Reklamcılığı:** 2020 yılı hacmi 600 milyon ABD Doları hesaplanan Türkiye internet reklamcılığı gelirlerinin yarısından fazlası mobil internet reklamcılığından geliyor. Mobil internet reklamcılığının gelecek beş yıllık gelirlerinde yaklaşık %8 bileşik yıllık büyüme oranını yakalaması bekleniyor.

◗ **Müzik, Radyo ve Podcast:** 2020 yılında 141.5 milyon ABD Doları'na gerilemesi beklenen Türkiye müzik, radyo ve podcast sektöründe (2019: 184 milyon ABD Doları), toplam gelirlerin tahmin dönemi boyunca %5.8 bileşik yıllık büyüme oranı ile 2024'de 244.1 milyon ABD Doları'na ulaşması bekleniyor. Podcast reklam gelirlerinin gelecek beş yıl içinde %27.2 bileşik yıllık büyüme oranına ulaşmasıyla toplam gelirler içindeki payının artacağı öngörülüyor.

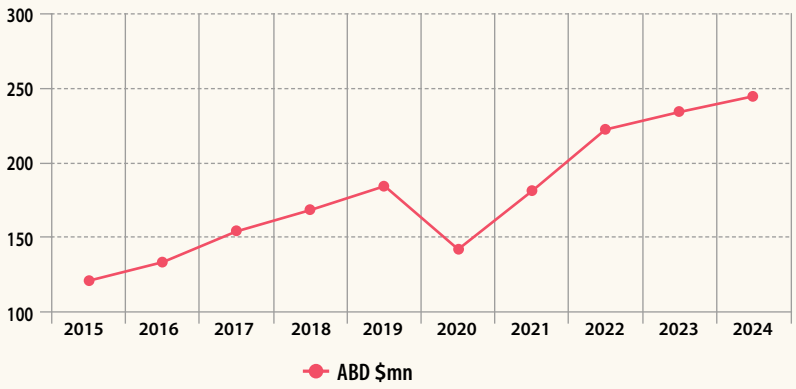
◗ **Gazete ve Dergi:** Türkiye gazete ve dergi sektörü, tiraj düşüşlerine bağlı olarak gelirlerinde düşüş yaşamaya devam ediyor. 2020 yılı gelirlerinde yaklaşık %12 düşüş öngörülen sektörde gelecek beş yılda -%3.8 bileşik yıllık büyüme oranı tahmin ediliyor.

◗ **Açık Hava Reklamcılığı (OOH):** Türkiye toplam açık hava reklamcılık pazarının 2020 yılında 82.8 milyon ABD Doları gelir yaratması beklenirken, bu gelirlerin 2024 yılında 145 milyon dolara ulaşacağı tahmin ediliyor. Dijital gelirlerin toplam içindeki payını artırarak, tahmin dönemi boyunca %11.2 bileşik yıllık büyüme oranına ulaşacağı öngörülüyor.

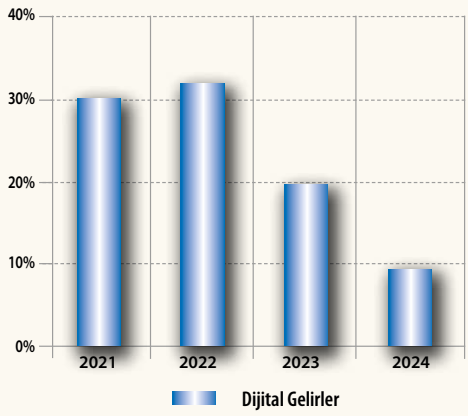
◗ **OTT Video:** Türkiye OTT video gelirlerinin %9.7 bileşik yıllık büyüme oranı



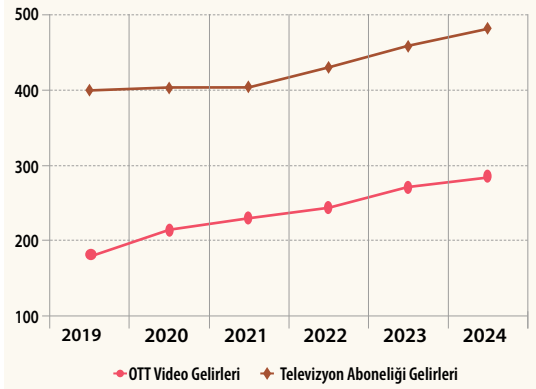
Müzik, Radyo ve Podcast



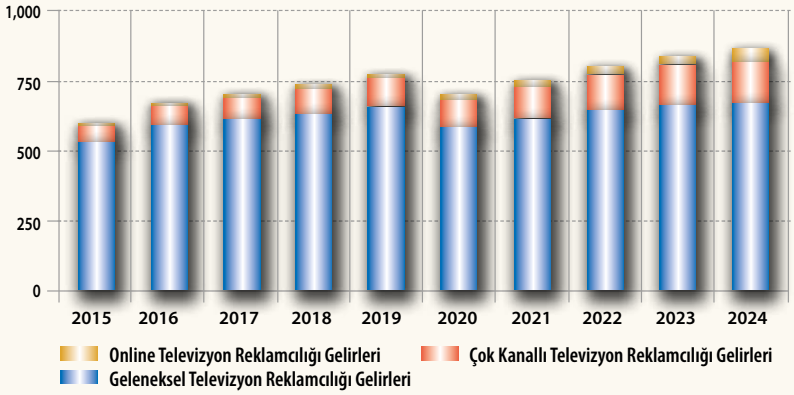
Açık Hava Reklamcılığı (OOH)



Geleneksel TV ve Ev Videosu



Televizyon Reklamcılığı





ile 2024'de 283.5 milyon ABD Doları'na erişmesi bekleniyor.

◗ Geleneksel TV ve Ev Videosu:

Türkiye 2020 gelirlerindeki %96 payı ile 402 milyon dolara ulaşması beklenen TV aboneliğinde, tahmin dönemi boyunca %3.8 bileşik yıllık büyüme oranı tahmin ediliyor.

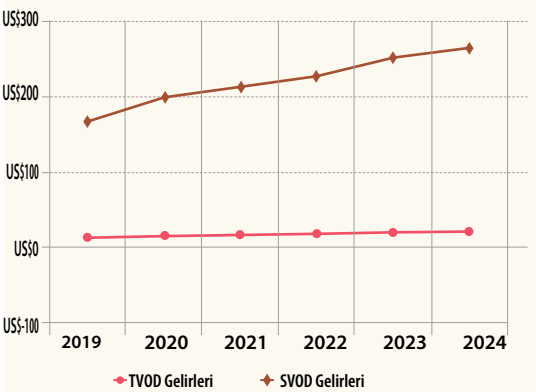
◗ Televizyon Reklamcılığı:

2020 yılında 704.4 milyon ABD dolarlık gelir beklenen Türkiye televizyon reklamcılığı, bu gelirin %83'ünü geleneksel televizyon reklamcılığından elde etti. Dijitale geçiş süreci hızlanan televizyon yayıncılığı etkisiyle dijital televizyon reklamları gelirlerinin artması bekleniyor. 2024 yılında 8731 milyon dolara ulaşması beklenen televizyon reklamcılığı gelirlerinin %6'sının online, %17'sinin çok kanallı, %77'sinin ise geleneksel televizyon reklamcılığından elde edilmesi bekleniyor.

◗ Video oyunları ve E-Spor:

2020 yılında Türkiye video oyunları ve E-Spor gelirlerinin %73'ü, 482.2 milyon ABD Doları gelir sağlayan sosyal video oyunlarından bekleniyor. Bu kategorinin tahmin dönemi boyunca %7.2 bileşik yıllık büyüme oranı ile 2024 yılında 620.3 milyon ABD Dolarına ulaşması öngörülüyor. Küresel ekonomilerde büyük gelir akışı yaratan E-Spor, 2019 yılından itibaren Türkiye'de de artan ilgiyle birlikte gelir yaratmaya başladı. Gelecek beş yılda bileşik yıllık büyüme oranının yaklaşık %21'e ulaşması beklenen E-Spor'un 8.6 milyon ABD Doları gelir üretmesi öngörülüyor.

OTT Video



Video Oyunları ve E-Spor

