

PREVISÕES 2020

TENDÊNCIAS DE MÍDIA E ENTRETENIMENTO



20ª Pesquisa

**Global de Entretenimento e Mídia Brasil,
2019 - 2023**



Metodologia

Pesquisa

- Coleta de dados históricos de fontes públicas e reconhecidas.
- Entrevistas com reguladores, grandes *players* e associações



Análises

- As projeções são preparadas como parte de um processo colaborativo e integrado envolvendo análises quantitativas e qualitativas.
- As previsões são o resultado de um rigoroso processo de definição do escopo, mapeamento de mercado, coleta de dados, modelagem estatística e validação.

14 segmentos cobertos

Inclui dados de receita, base de clientes, unidades vendidas, além de outros dados quantitativos que ajudam a entender as tendências do mercado e o comportamento do consumidor.

PwC | 20ª Pesquisa global de Entretenimento e mídia Brasil 2019-2023



Música,
rádio,
podcast



Livro



TV por
assinatura,
HV



Jornal,
Revista



Publicidad
e na TV



Consumo
de dados



Games,
eSport



Mídia
exterior



B2B



Vídeo
OTT



Acesso à
internet



Realidade
virtual



Publicidade
digital



Cinema



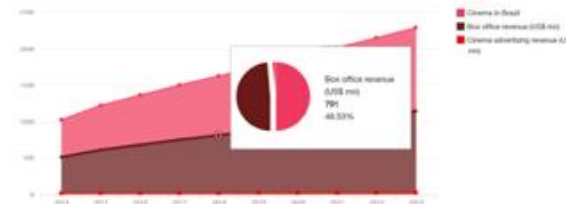
O resultado é uma ferramenta *on-line* com dados e comentários por país e por segmento.



Os dados podem ser visualizados em gráficos, *dashboards*, rankings, *maps of heat* ou tabelas.



- Revenue segments**
 - All Entertainment and Media
 - Books
 - Business-to-business
 - Cinema
 - Internet access
 - Internet advertising
 - Music, radio and podcasts
 - Newspaper and consumer magazines
 - OTT video
 - Out-of-home
 - Traditional TV and home video
 - TV advertising
- Non-revenue segments**
 - Cinema**
 - Average admission price
 - Admissions
 - Screens
 - Data consumption**
 - Data consumed
 - Internet access**
 - Apps (no. of downloads)
 - Fixed broadband households
 - Fixed broadband penetration
 - Mobile internet connections



O Mundo em transformação



Convergência
de negócios:
Inovação



Empoderamento
do consumidor:
Personalização



Mudança no
hábito de consumo:
Adaptação

Contexto da transformação

A publicidade digital no Brasil cresceu 24% em 2018 comparado com o ano anterior

O avanço na precisão dos formatos de anúncios digitais aumentaram a **confiança** do anunciante e direcionaram os orçamentos de marketing para os canais on line

Globalmente a publicidade digital já é o maior segmento, respondendo por cerca de 40% de toda a receita publicitária do ano passado

Ponto de inversão previsto para 2023:
mais de 50% dos orçamentos deverão ser alocados para a publicidade digital.
Isso representa um incremento de cerca de US\$100 bi

Uso da voz na publicidade digital deve crescer nos próximos 5 anos e as mídias sociais deverão se adaptar a esses formatos pois sua força continuara significativamente forte para as marcas

A receita de publicidade digital em dispositivos móveis ultrapassou a fixa. No Brasil isso deve ocorrer em 2021

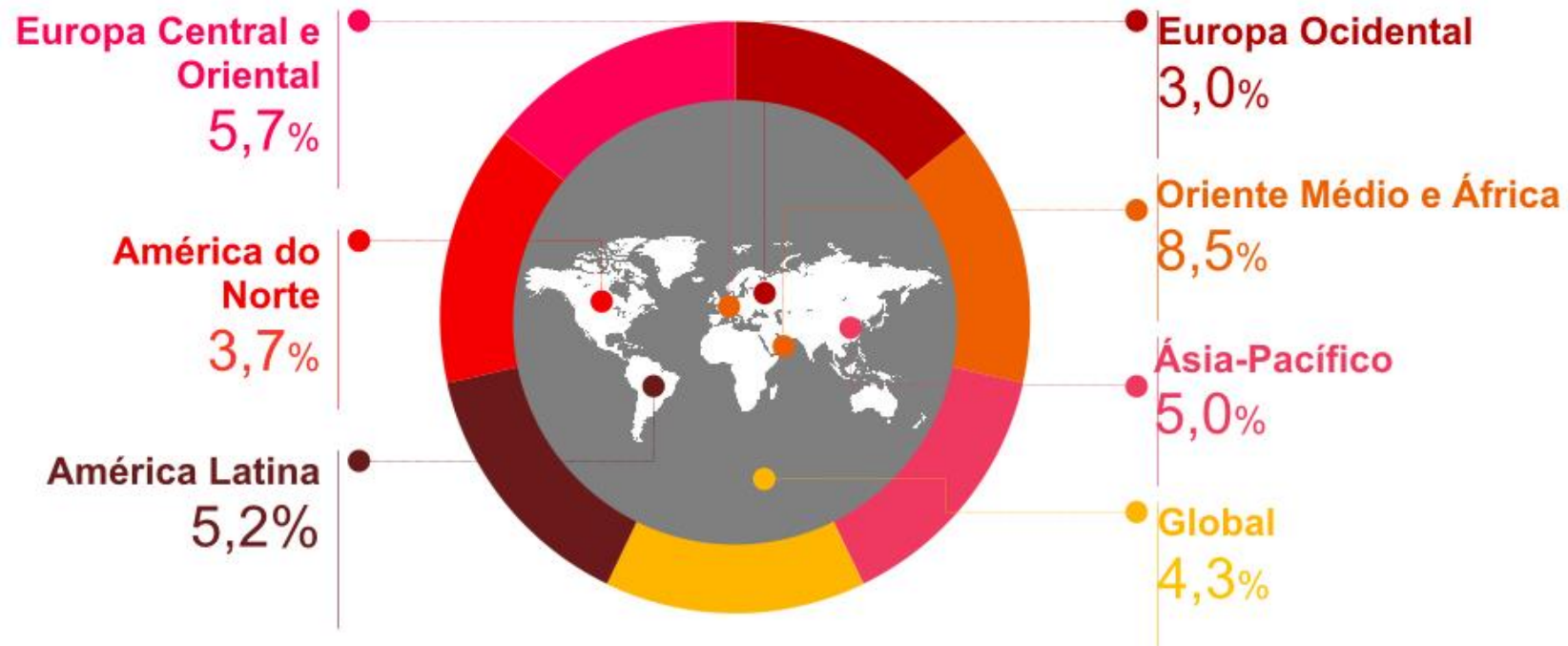
Insights M&E

Global x Brasil

Crescimento ao ano de E&M desacelera em mercados maduros.



PwC | 20ª Pesquisa global de Entretenimento e mídia Brasil 2019-2023

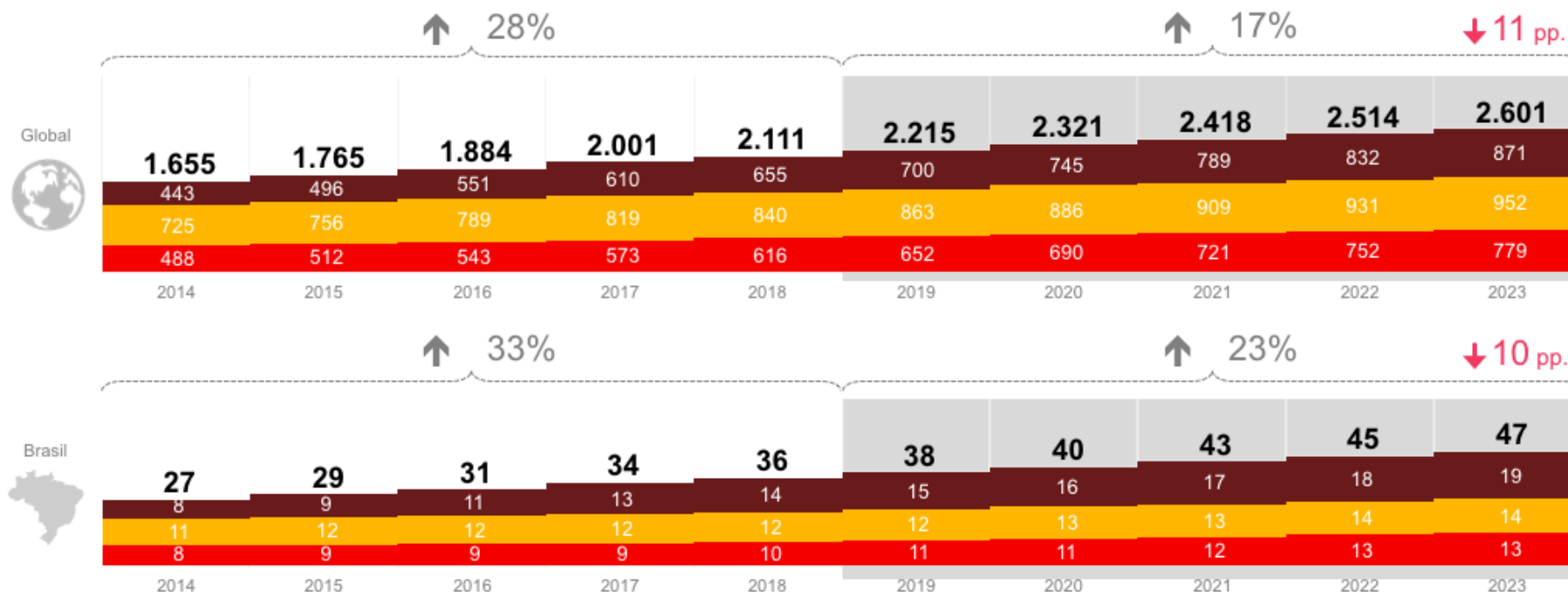


Crescimento do setor, US\$ Bilhões

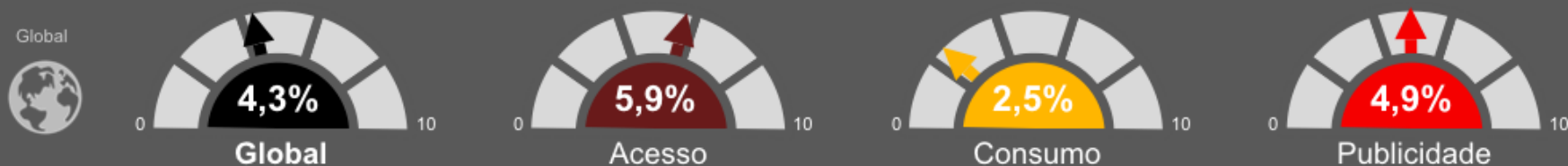
O ganho visto no passado não acontecerá com a mesma força no futuro.

- Total
- Acesso à internet
- Consumo
- Publicidade

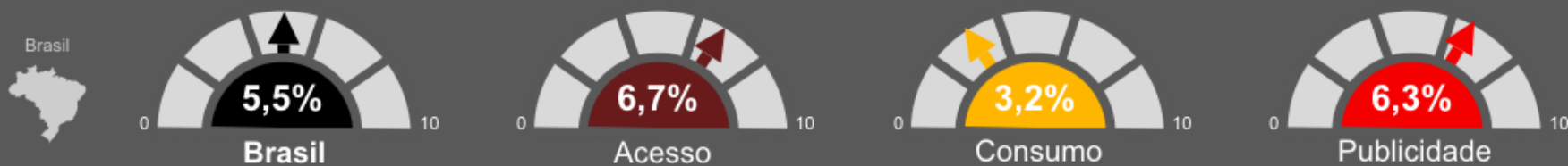
PwC | 20ª Pesquisa global de Entretenimento e mídia Brasil 2019-2023



Projeções de crescimento ao ano, 2019-2023



Tanto no Global como no Brasil, consumidores preferem direcionar seu gasto para a internet.



PwC | 20ª Pesquisa global de Entretenimento e mídia Brasil 2019-2023

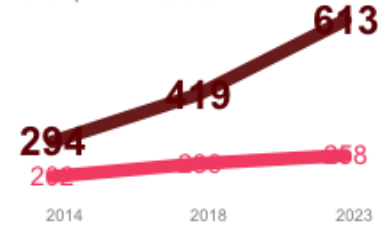
O comportamento digital e móvel do consumidor direciona as receitas.

-  Banda larga móvel
-  Banda larga fixa

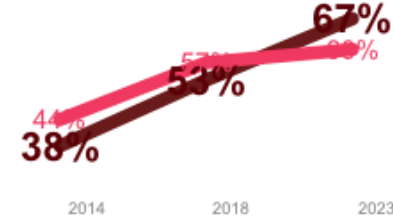
PwC | 20ª Pesquisa global de Entretenimento e mídia Brasil 2019-2023



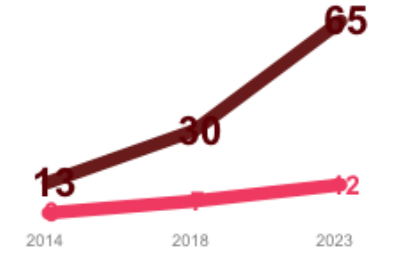
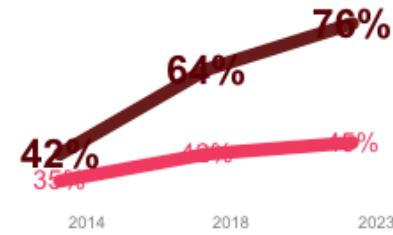
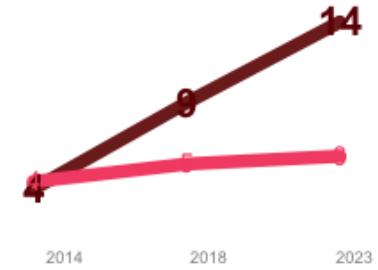
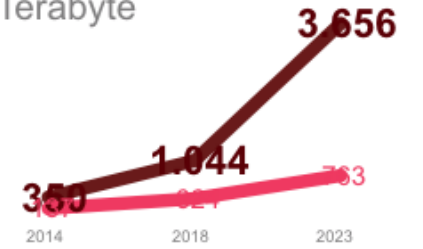
Gasto do consumidor, US\$ Bilhões



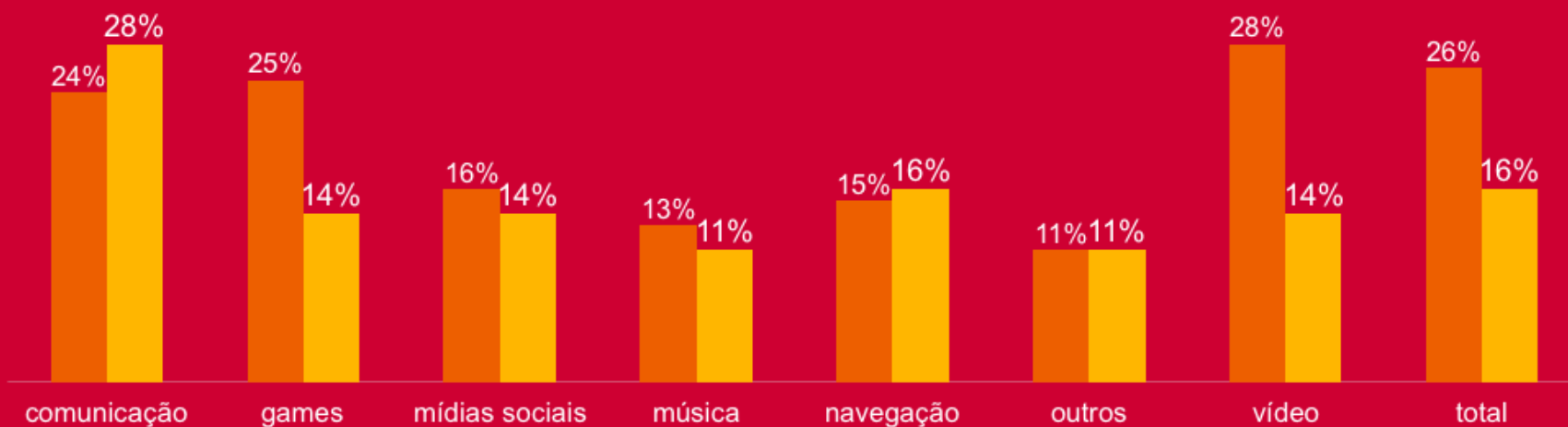
% De penetração



Consumo de dados, Terabyte

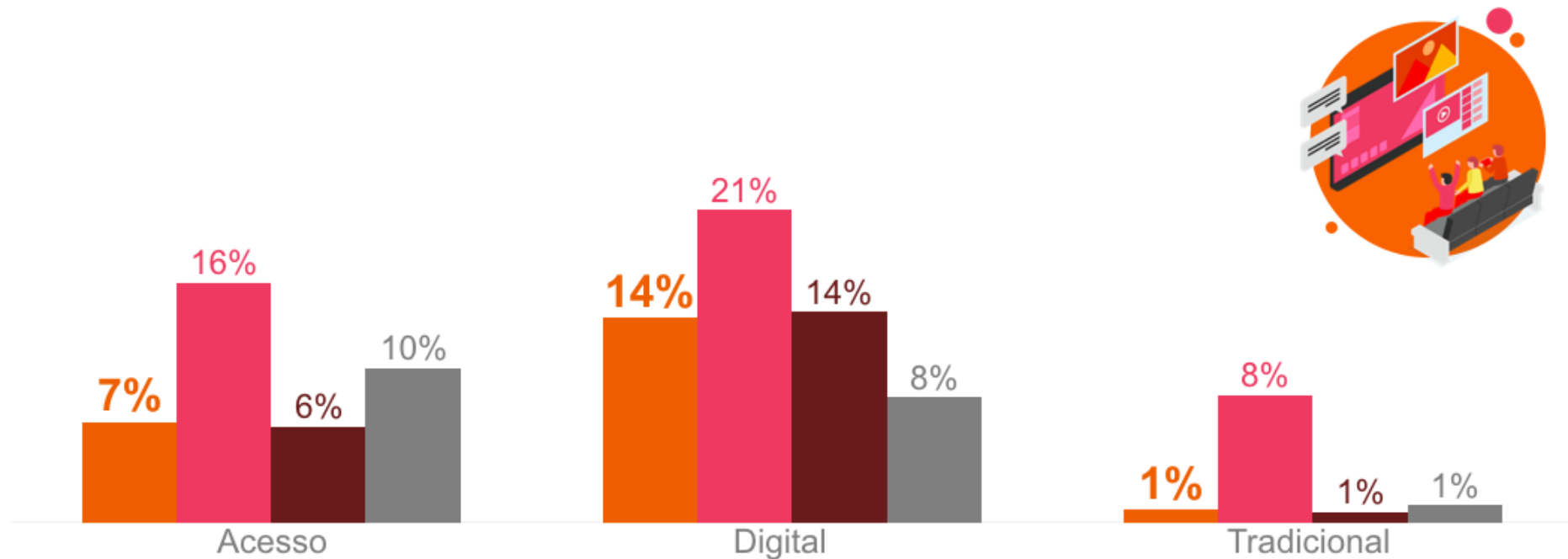


% crescimento ao ano de consumo de dados por tipo de uso em E&M, 2019-2023



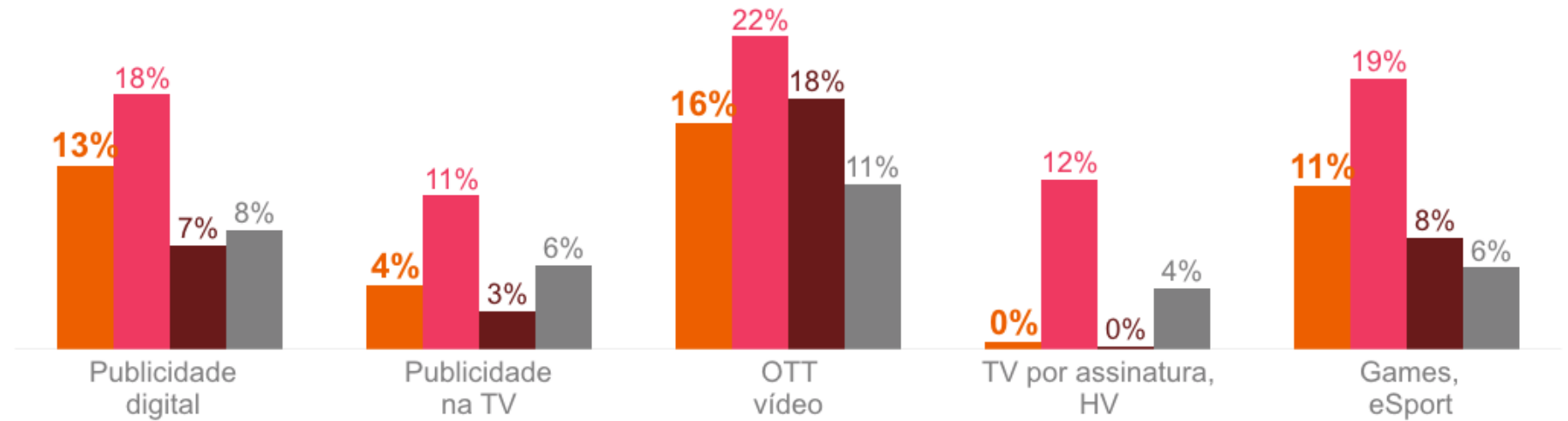
Acelera o apetite por dados

% crescimento ao ano do consumo digital x tradicional em países comparados, 2019-2023



PwC | 20ª Pesquisa global de Entretenimento e mídia Brasil 2019-2023

% Crescimento ao ano de segmentos selecionados em países comparados, 2019-2023



PwC | 2023 Pesquisa Global de Entretenimento e mídia Brasil 2019-2023

Insights M&E

Brasil

Em 2023, a penetração dos dispositivos móveis será de...






Acessar




A tecnologia irá a impulsionar e mudar o comportamento do consumidor. As empresas precisam estar preparadas.

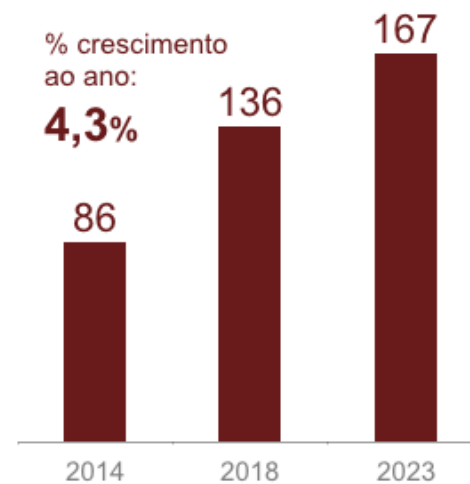
 Quantidade de domicílios com acesso à internet fixa, milhões


% crescimento ao ano:
3,3%



 Quantidade de assinantes de internet móvel, milhões

% crescimento ao ano:
4,3%



 Unidades instaladas de *smart speaker*, milhões

% crescimento ao ano:
77,3%




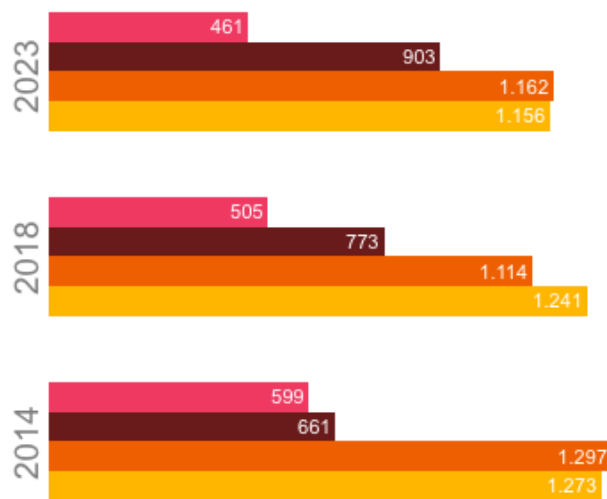


Ler

- Revista
- B2B – informação de negócio
- Livro
- Jornal

PwC | 20ª Pesquisa global de Entretenimento e mídia Brasil 2019-2023

 Gasto do consumidor por segmento, US\$ Bilhões



% Dos gastos em plataformas digitais

2018 → 2023

4% Revista → 9%

7% Livros → 9%

4% Jornal → 8%

Leitores de livros preferem o impresso. O que está mudando é a forma de comprá-los.

O consumo de notícia *on-line* grátis ou com baixo custo está encolhendo os segmentos de jornais e revistas.





Ouvir

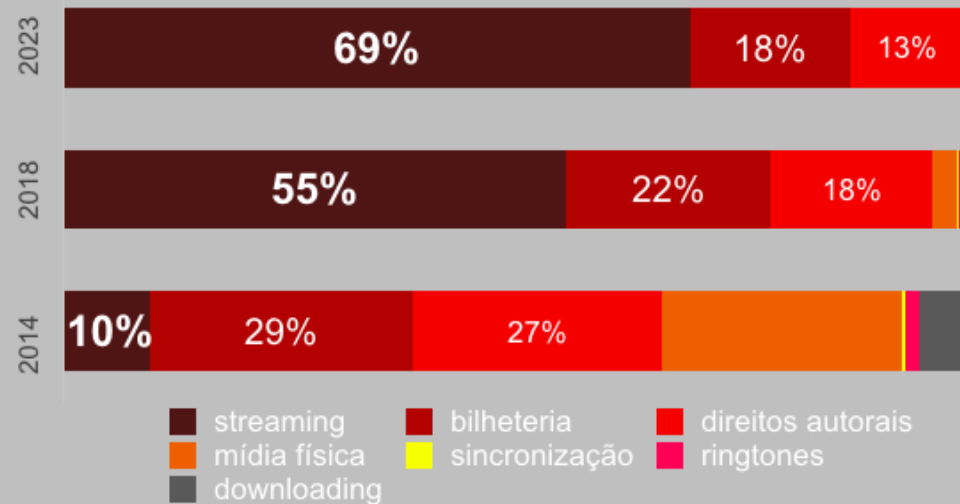
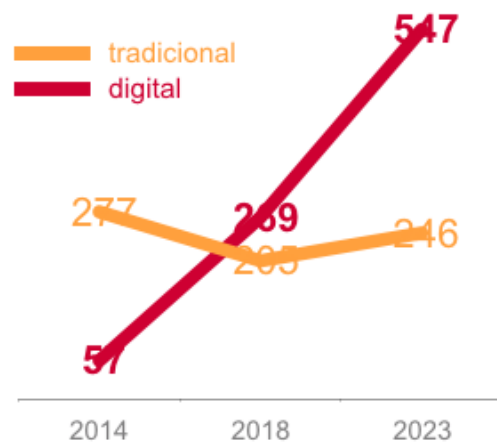
Enquanto gastos tradicionais crescem 4% ao ano, digitais crescem 15%.

Grandes *players* do setor estão se unindo para oferecer ofertas personalizadas de assinatura de *streaming*.

PwC | 20ª Pesquisa global de Entretenimento e mídia Brasil 2019-2023



Gasto do consumidor para ouvir música, US\$ Bilhões





Jogar

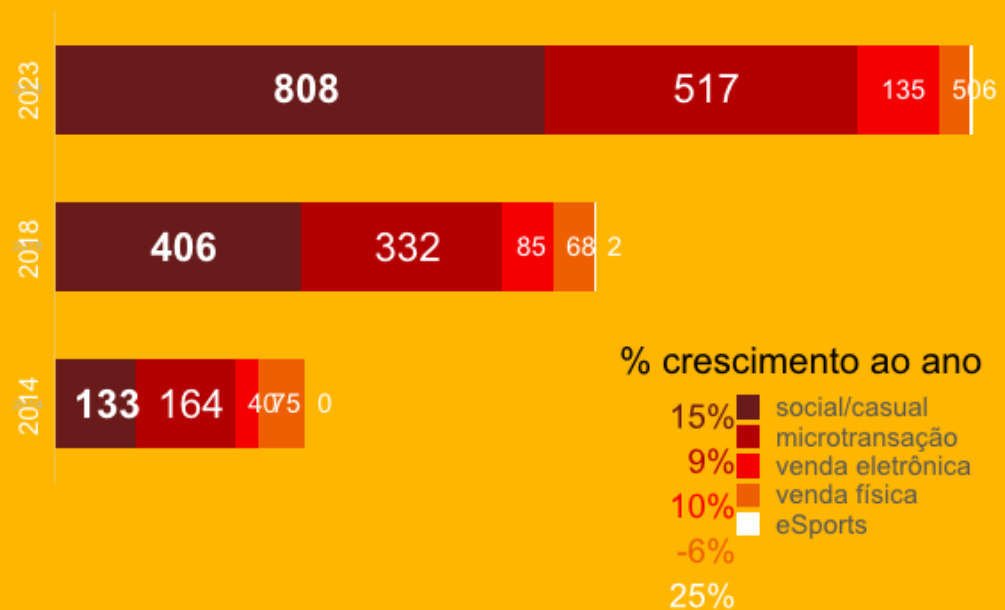
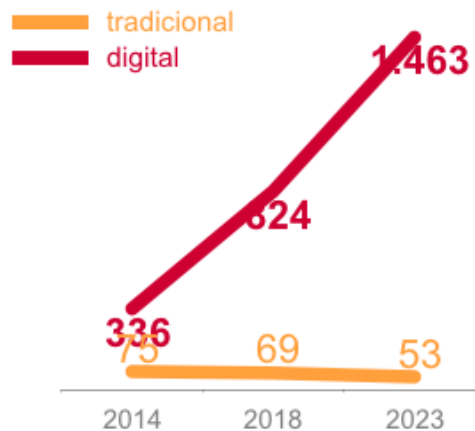


O Brasil Game Show atrai mais de 300 mil participantes, tornando-se um dos maiores eventos do mundo.

PwC | 20ª Pesquisa global de Entretenimento e mídia Brasil 2019-2023



Gasto do consumidor para jogar, US\$ Bilhões

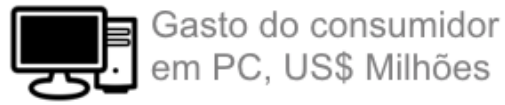




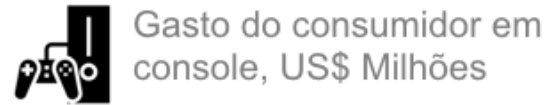
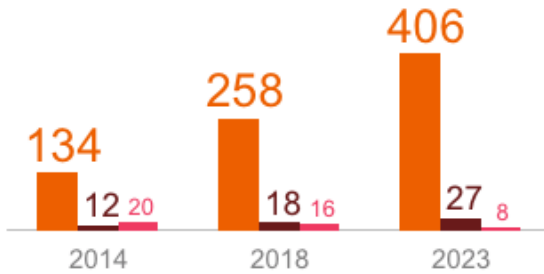
Jogar

Custo de importação, baixa penetração da banda larga, *grey market* e a pirataria dificultam que games no Brasil alcance todo seu potencial.

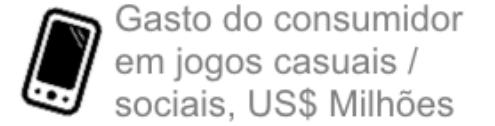
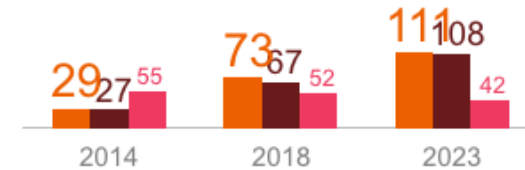
PwC | 20ª Pesquisa global de Entretenimento e mídia Brasil 2019-2023



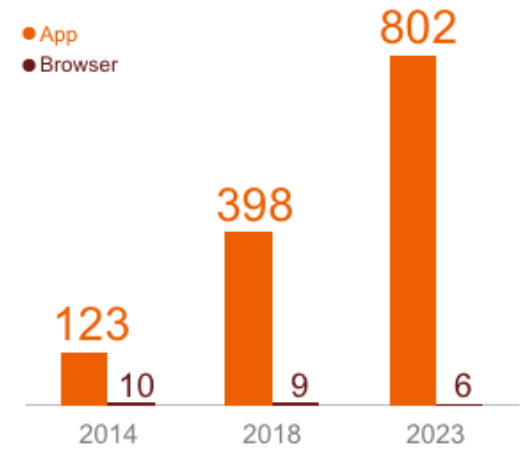
- Microtransação
- Venda eletrônica
- Venda física



- Microtransação
- Venda eletrônica
- Venda física



- App
- Browser

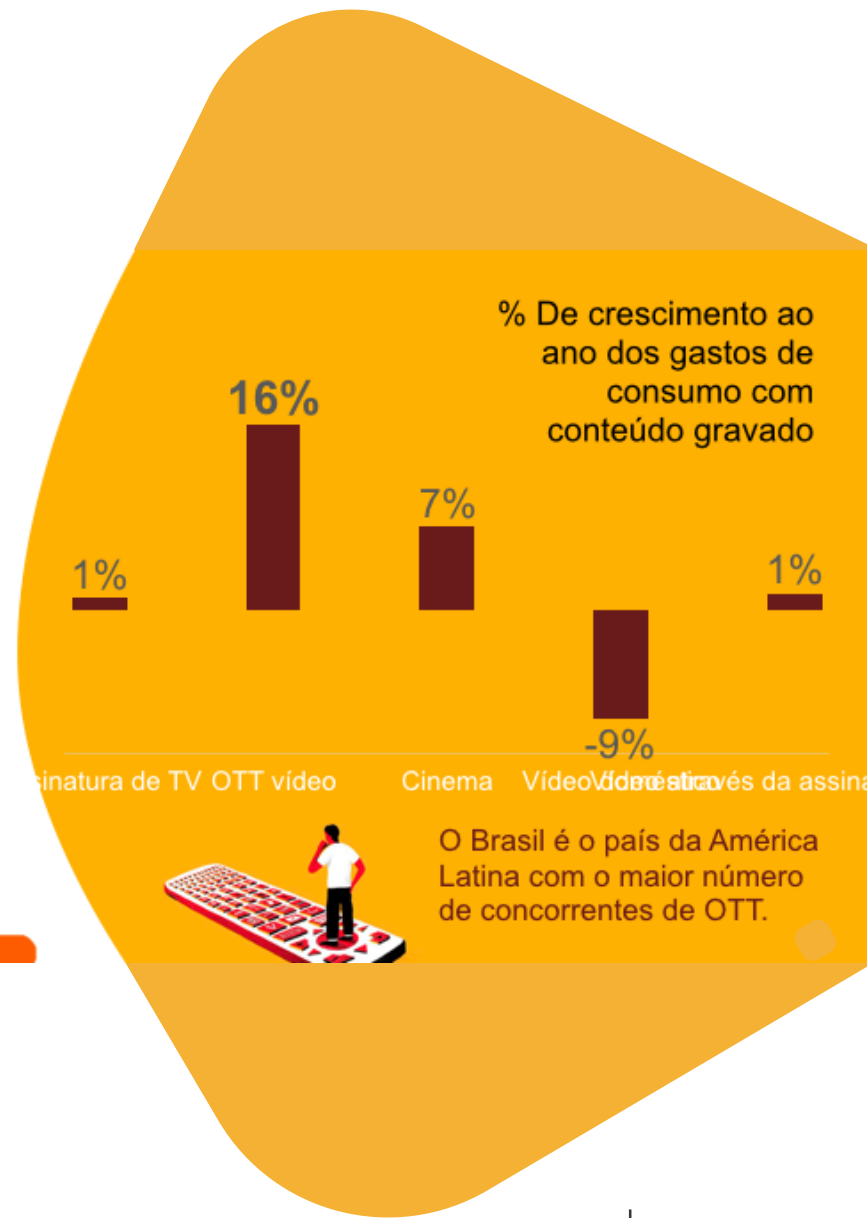
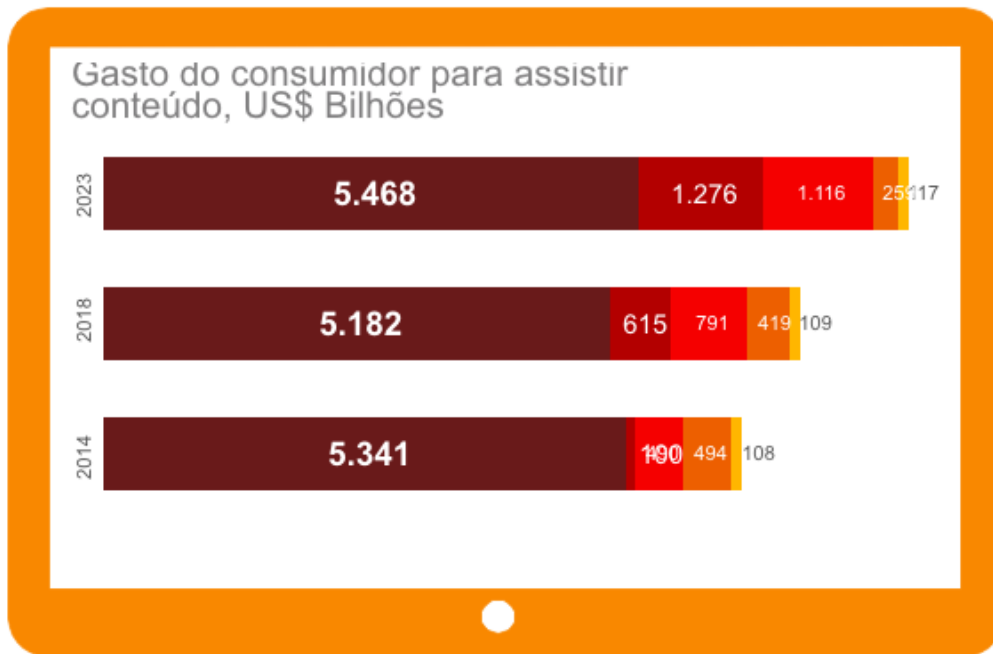




Assistir

- Assinatura de TV
- OTT vídeo
- Cinema - bilheteria
- Vídeo doméstico
- Vídeo através da assinatura de TV

PwC | 20ª Pesquisa global de Entretenimento e mídia Brasil 2019-2023



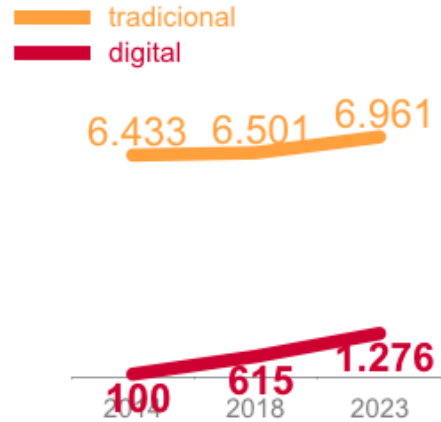


Assistir

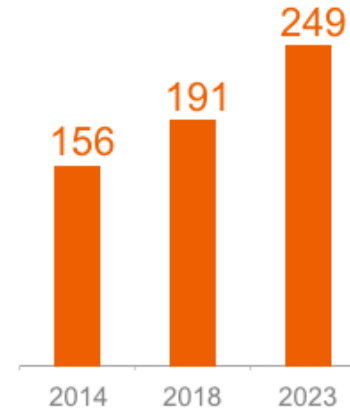
Em 2023, 85% dos gastos dos brasileiros serão direcionados para serviços *off-line* de conteúdo. Em 2014, era 98%.



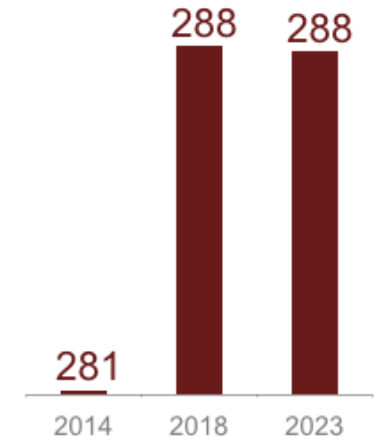
Gasto do consumidor para assistir conteúdo, US\$ Bilhões



Quantidade de tickets de cinema vendidos ao ano, milhões



Ticket médio da assinatura de TV por ano



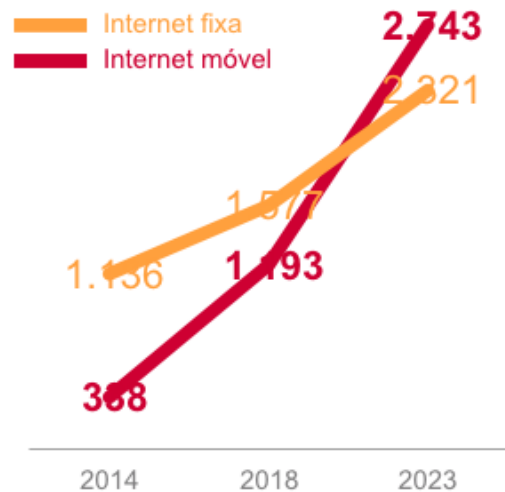


Anunciar

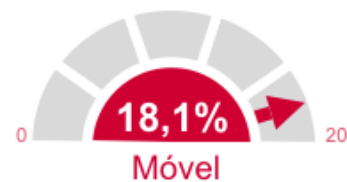
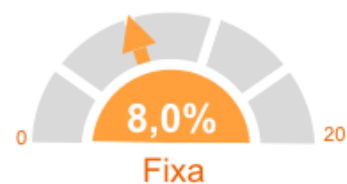
Gasto do anunciante com publicidade digital

PwC | 20ª Pesquisa global de Entretenimento e mídia Brasil 2019-2023

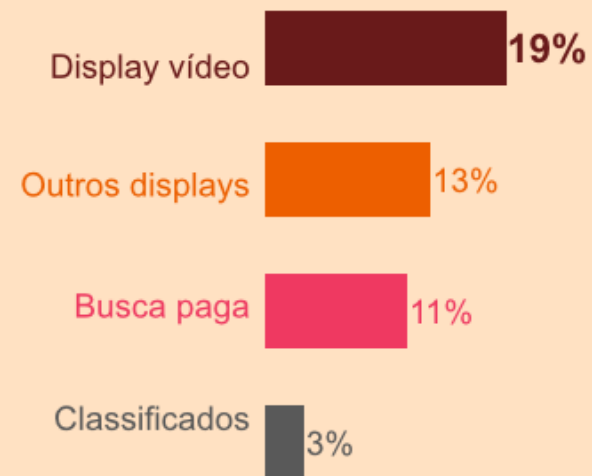
Publicidade digital, US\$ Bilhões



% crescimento ao ano



% crescimento ao ano por tipo



Renato Sapiro

Diretor de Estratégia Digital, PwC

renato.sapiro@pwc.com

