



## Comunicat de presă

### Persoane de contact pentru informații suplimentare:

Simona Dan - Tempo, tel: 0741 817 800 / 1, ext. 101 sau 0745 242 955

Florenta Rantz Voicu - Deloitte Romania, tel: 222 16 61

## Deloitte analizează evoluția industriei media în 2008

- *Pentru România, previziunile pe piața media sunt mai optimiste decât cele la nivel global în ceea ce privește viteza de creștere a acesteia*
- *Publicitatea online va crește cu peste 50% în 2008*
- *Piața de publicitate online din România în 2007 este estimată în jurul cifrei de 10 milioane de Euro*
- *Cel puțin un operator major de televiziune prin cablu va introduce televiziunea IP, până la sfârșitul anului*

**București, 22 ianuarie 2008:** Grupul Tehnologie, Media și Telecomunicații (TMT) din cadrul Deloitte Touche Tohmatsu a făcut publice astăzi previziunile din acest an pentru sectorul media. Conform studiului Previziuni Media 2008, publicitatea online se va confrunta cu numeroase provocări în acest an datorită adversității exprimate de către consumatori precum și a normelor de reglementare.

“Direcțiile principale spre care se îndreaptă industria media la nivel global în 2008 vizează posibilitățile de reducere a consumului domestic de energie la aparatele electronice; dezvoltarea relației complementare dintre televiziunea prin internet și televiziunea tradițională; scăderea pirateriei online și creșterea numărului de produse media contrafăcute; diversificarea cinematografele etc.”, a declarat domnul *Dariusz Nachyla, partener TMT în Central Europe în cadrul Deloitte.*

**“În ceea ce privește România, evoluția este într-o oarecare măsură aliniată la trendul internațional, însă există numeroase aspecte în care perspectivele sunt chiar mai optimiste decât media la nivel global, cel puțin în ceea ce privește viteza de creștere, dacă nu neapărat valorile nete. Astfel, în ceea ce privește publicitatea pe internet, se păstrează trendul prin care publicitatea online va crește cu peste 50% și în 2008. Televiziunea digitală și-a făcut deja loc în casele românilor, iar cel puțin un operator major de televiziune prin cablu va introduce televiziunea IP, cel mai probabil spre sfârșitul anului. În ceea ce privește pirateria, ne vom clasa foarte probabil în continuare în urma mediei globale, în ciuda faptului că legislația română este mult mai agresivă în acest domeniu. Trendul presei scrise, de migrare către online, se regăsește și la noi, însă în acest moment în România publicațiile online sunt fie proiecte inițiate direct online fie oglinda unor publicații tipărite” a declarat Radu Herinean, Enterprise Risk Services Manager la Deloitte România.**

### **Obstacolele cu care se va confrunta publicitatea online**

În 2008 se împlinesc 15 ani de la apariția publicității online. De când s-a vândut primul banner și până în prezent, industria publicității online a ajuns la cifra de 42 miliarde USD. Cu toate acestea, publicitatea online va avea de înfruntat numeroase obstacole în 2008. Unul dintre aceste obstacole este reprezentat de creșterea adversității publicului față de publicitatea online; cel de-al doilea ar putea fi reprezentat de creșterea opoziției față de monitorizarea comportamentului online. Industria publicității trebuie să-și expună argumentele în 2008. Aceasta va trebui să comunice, de exemplu sub forma unor informații gratuite, quid pro quo-ul reclamelor pe internet destinate utilizatorilor finali. Industria publicității trebuie să monitorizeze cu grijă aspectele legate de conformitate. Cu cât crește succesul publicității online, cu atât va crește și numărul controalelor de reglementare. În 2008, publicitatea online va trebui să facă față concurenței acerbe venite din partea formatelor media tradiționale.

**“Piața de publicitate online din România în 2007 este estimată în jurul cifrei de 10 milioane de Euro, o cifră care nu poate fi ignorată de nimeni atunci când are în vedere domeniul publicitar și ritmul de creștere al publicității online în România, mult peste trendul global înregistrat până acum. Dacă în 2005 ponderea publicității online din cheltuielile totale de publicitate era de 1%, estimările valorilor reale pentru 2007 aduc piața online în jur de 3% din piața totală de publicitate, un procent care poate fi deja considerat semnificativ având în vedere și ponderea la nivel european și mondial”, a declarat Radu Herinean, Enterprise Risk Services Manager la Deloitte România.**

### **Traiască televiziunea tradițională, trăiască televiziunea prin internet**

Industria televiziunii va avea parte per ansamblu de un an bun. Televiziunea prin internet va contribui cel mai probabil la profitul televiziunii tradiționale. Acest lucru ar putea părea paradoxal, îndeosebi datorită faptului că televiziunea prin internet a fost percepută de anumiți comentatori importanți ca fiind principalul concurent al televiziunii tradiționale. Televiziunea prin internet este un alt mediu, cu calități,

set de formate de conținut și audiență total diferite de cele ale televiziunii tradiționale. Televiziunile tradiționale trebuie să găsească soluții prin care canalele online să vină în completarea conținutului pe care acestea îl difuzează în mod obișnuit.

**“În România, televiziunea tradițională nu este amenințată de impactul pe care îl are internetul, nici măcar la nivel global, fiindcă până la urmă internetul nu face altceva decât să schimbe metoda de distribuție a conținutului care, până la urmă, este tot un produs al televiziunii „tradiționale”. Desigur, există oportunități importante cum ar fi creșterea posibilităților de interactivitate și aceste oportunități vor schimba modul în care percepem și interacționăm cu „televizorul”, însă aceste argumente vor fi în favoarea televiziunii ca serviciu disponibil pentru consumator”, a declarat Radu Herinean, Enterprise Risk Services Manager la Deloitte România.**

### **Distrugerea pirateriei online nu aduce de la sine sfârșitul produselor media contrafăcute**

Creșterea semnificativă a numărului de conexiuni broadband în întreaga lume a atras de la sine creșterea pirateriei online. Mărirea vitezei conexiunilor broadband a făcut posibilă pirateria de filme, televiziune și software. În 2008, lupta cu pirateria digitală ar putea fi câștigată printr-o luptă concentrată, dusă cu ajutorul educației și al sancțiunilor, ca de exemplu interzicerea accesului broadband, amenzi etc. În 2008, va fi câștigată o luptă împotriva pirateriei, dar întreg războiul împotriva pirateriei se întrevede a fi extrem de violent. Este posibil ca industria media să încerce să caute noi modalități prin care să crească gradul de securitate a produselor media.

### **Cinema-ul nu se rezumă la filme**

În ultimii ani, cinema-ul a înregistrat numeroase progrese. Încasările de la box office au crescut considerabil de la mijlocul anilor 90 până în 2006, anul în care vânzările au totalizat 25 miliarde USD. Perspectivele se arată îmbucurătoare, procentul de creștere estimat fiind de ordinul zecilor. Evoluția cinematografului poate reprezenta momentul propice pentru a încerca reinventarea formatului asupra căruia nu s-au produs prea multe modificări în ultimii ani. Schimbarea majoră adusă de trecerea la formatul digital nu va afecta prea mult studiourile cinematografice. În 2008, cinematografele dotate corespunzător ar putea proiecta inclusiv evenimente importante, începând cu competiții sportive și terminând cu concerte. Marile evenimente sportive și concertele importante au făcut până acum ca publicul să nu mai aleagă sălile de cinema.”

Pentru a primi o copie a studiului sau pentru a intra în posesia previziunilor realizate de către Deloitte pentru anul 2008, vă rugăm să trimiteți un e-mail la adresa: [frantzvoicu@deloittece.com](mailto:frantzvoicu@deloittece.com) sau [simona.dan@tempoadvertising.ro](mailto:simona.dan@tempoadvertising.ro).

Previziunile pe anul 2008 au la baza informații colectate în urma discuțiilor purtate cu clienții firmelor membre Deloitte, cu analiștii din industria Tehnologiei, Media și Telecomunicațiilor, precum și interviuri la care au participat directori de companii din domeniul TMT din întreaga lume. La realizarea previziunilor au participat peste 6000 parteneri, directori și senior manageri din cadrul firmelor membre Deloitte, specializați în industria TMT.

## **Despre Deloitte**

Numele Deloitte se referă la organizația Deloitte Touche Tohmatsu, o uniune de firme (Swiss Verein), la firmele membre ale acesteia, la sucursalele și firmele afiliate. Deloitte Touche Tohmatsu este o organizație de firme membre din întreaga lume, a cărei misiune este atingerea excelenței în furnizarea de servicii profesionale și consultanță clienților noștri, printr-o strategie globală aplicată în peste 140 de țări. Cu acces la un capital uman impresionant de aproximativ 150.000 de profesioniști din întreaga lume, Deloitte furnizează servicii în patru domenii profesionale - audit, taxe, consultanță managerială și consultanță financiară - și deservește mai mult de 80 % dintre cele mai mari firme multinaționale, precum și companii naționale mari, instituții publice, clienți locali importanți și companii de succes cu dezvoltare internațională rapidă. Serviciile nu sunt furnizate de către Deloitte Touche Tohmatsu Verein și, din motive de reglementare și din alte motive, anumite firme membre nu furnizează servicii în toate cele patru domenii profesionale. Ca și uniune de firme (Swiss Verein), Deloitte Touche Tohmatsu sau oricare dintre firmele membre nu își asumă responsabilitatea față de actele sau omisiunile celorlalte firme membre. Fiecare firmă membră este o persoană juridică independentă, care operează sub numele de "Deloitte", "Deloitte & Touche", "Deloitte Touche Tohmatsu", sau alte nume similare.

## **Despre Deloitte Central Europe**

Deloitte Central Europe este o organizație regională de entități grupate sub denumirea Deloitte Central Europe Holdings Limited, firma membră a Deloitte Touche Tohmatsu în Europa Centrală.

Serviciile sunt furnizate de către Deloitte Central Europe Holdings Limited, sucursalele și firmele afiliate, care sunt persoane juridice separate și independente. Sucursalele și firmele afiliate Deloitte Central Europe Holdings Limited sunt printre cele mai importante firme de servicii profesionale din regiune și oferă servicii printr-o echipă de peste 3.500 de angajați, în mai mult de 30 de birouri din 17 țări.

## **Despre Deloitte România**

În România, serviciile sunt furnizate de către Deloitte Audit S.R.L., Deloitte Consultanța S.R.L și Reff & Asociații (numite împreună Deloitte România), care sunt afiliate Deloitte Central Europe Holdings Limited. Deloitte România este una dintre cele mai mari firme de servicii profesionale din România care furnizează servicii profesionale în patru domenii: audit, servicii fiscale, consultanță managerială și consultanță financiară, având o echipă de peste 350 de profesioniști români și expatriați.