

www.pwc.com/it

Entertainment & Media Outlook in Italy

Le previsioni dell'evoluzione del mercato italiano nei segmenti che compongono il mercato dell'Entertainment e Media

Milano, 25 novembre 2010

Conferenza Stampa

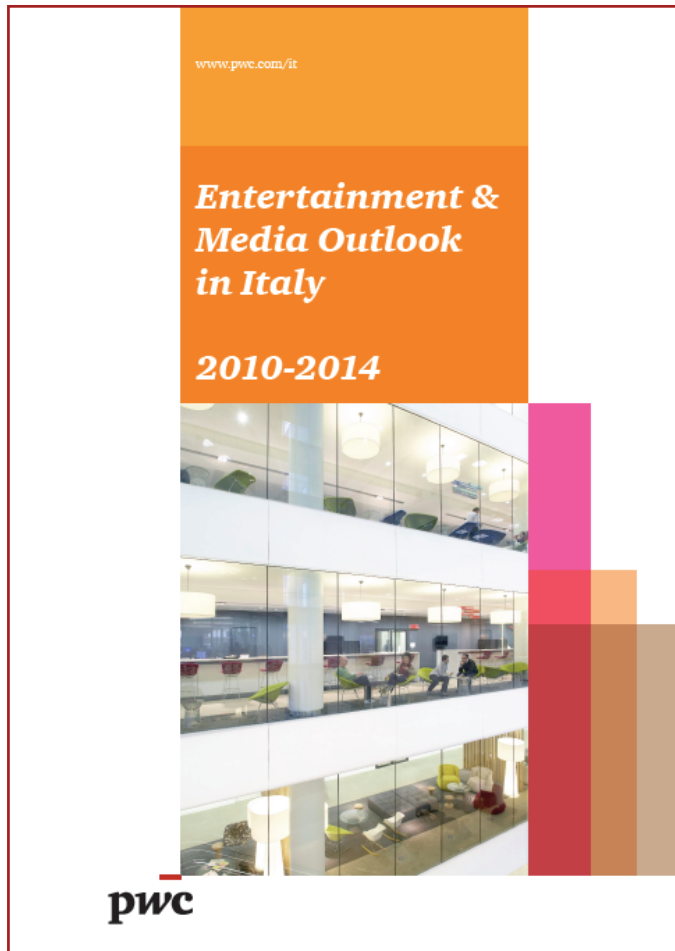
PwC

Via Monte Rosa, 91

Milano



Entertainment and Media Outlook in Italy



Il secondo annuale ***Entertainment and Media Outlook in Italy*** presenta i dati storici per il periodo 2005–2009, e propone le nostre **previsioni** per il periodo **2010–2014**, nei seguenti **12 segmenti** che compongono il mercato dell'*entertainment e media*:

- **Filmed entertainment**
- **Television**
- **Recorded Music**
- **Radio**
- **Out-of-Home Advertising**
- **Internet**
- **Consumer Magazine Publishing**
- **Newspaper Publishing**
- **Consumer and Educational Book Publishing**
- **Business-to-Business**
- **Video Games**
- **Gaming**

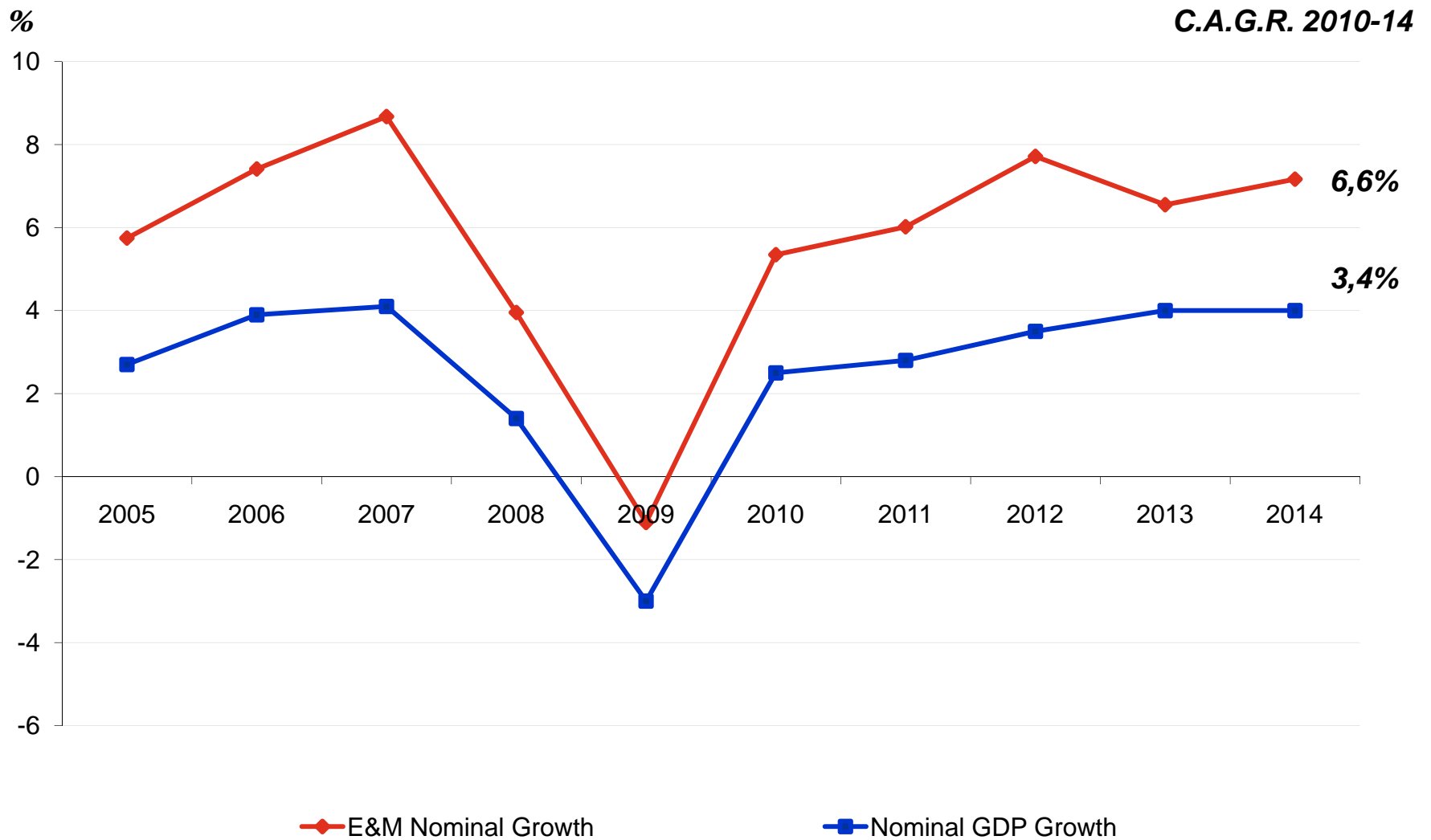
Indice dell'incontro

<i>1</i>	<i>Il contesto macro-economico italiano</i>	<i>04</i>
<i>2</i>	<i>Entertainment and Media Outlook in Italy, previsioni al 2014</i>	<i>06</i>
<i>3</i>	<i>La rivoluzione digitale e il mercato dei quotidiani</i>	<i>14</i>
<i>4</i>	<i>I settori che trainano la crescita:</i>	
	<i>4.1 Internet</i>	<i>21</i>
	<i>4.2 Videogame</i>	<i>28</i>
	<i>4.3 Gaming</i>	<i>31</i>
<i>5</i>	<i>PwC, il valore del network internazionale</i>	<i>36</i>

1 Il contesto economico italiano



Entertainment and Media a confronto con il GDP nominale

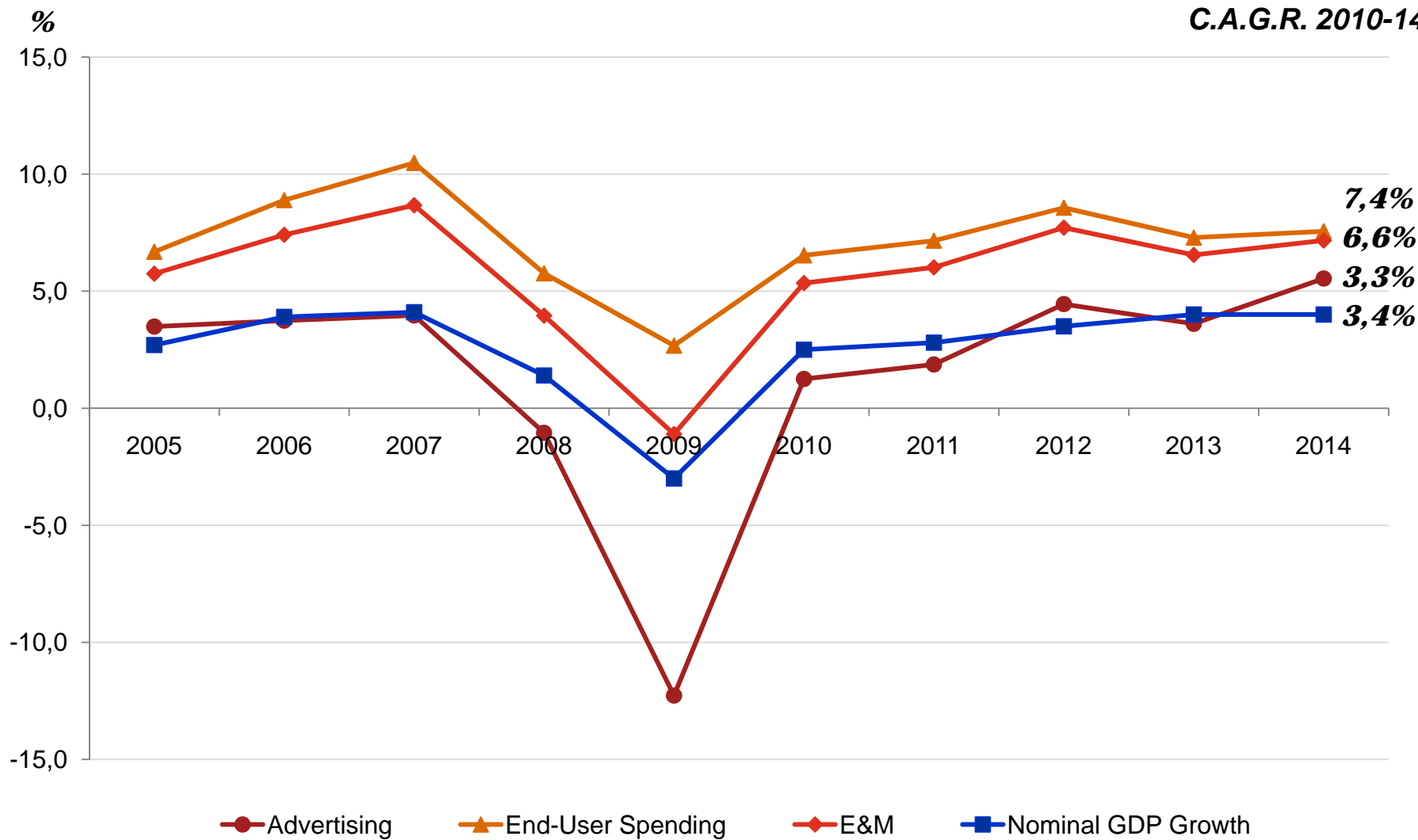


2 *Entertainment & Media Outlook in Italy*

Previsioni al 2014

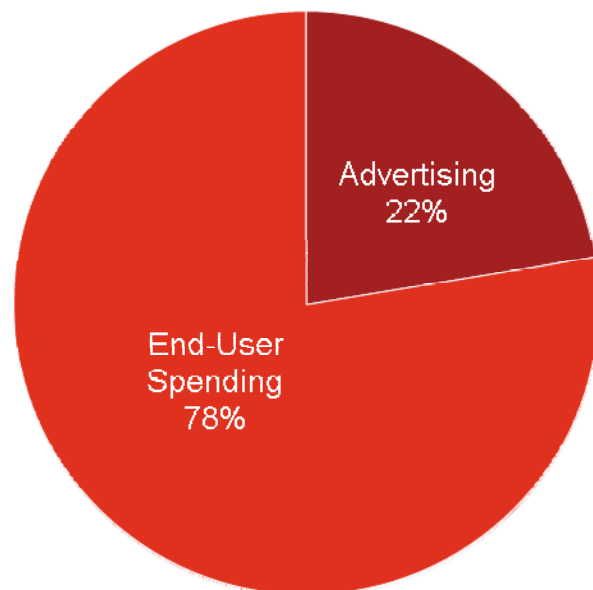
L'andamento dei consumi degli utenti finali attenuano il rallentamento derivante dal calo dell'advertising

C.A.G.R. 2010-14



La spesa in E&M prevede un C.A.G.R. 2010-14 di +6,6%

2009

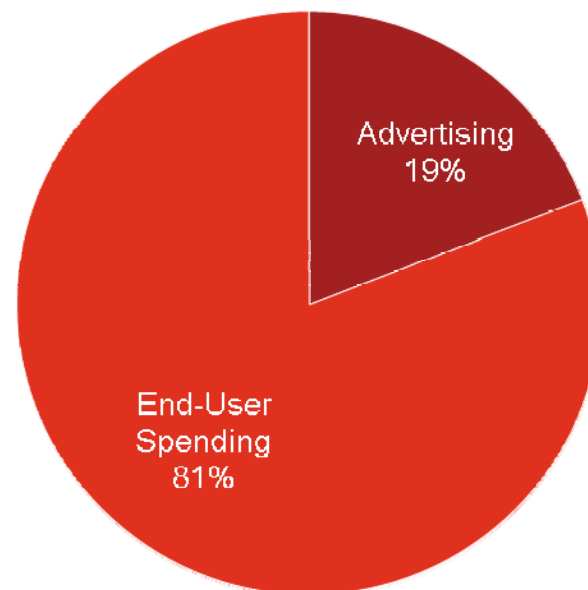


TOTAL SPENDING 2009: 36 miliardi di €

YoY 2008-2009:

<i>Advertising:</i>	-12,3%
<i>End User Spending:</i>	2,7%
<i>TOTALE:</i>	-1,1%

2014 F



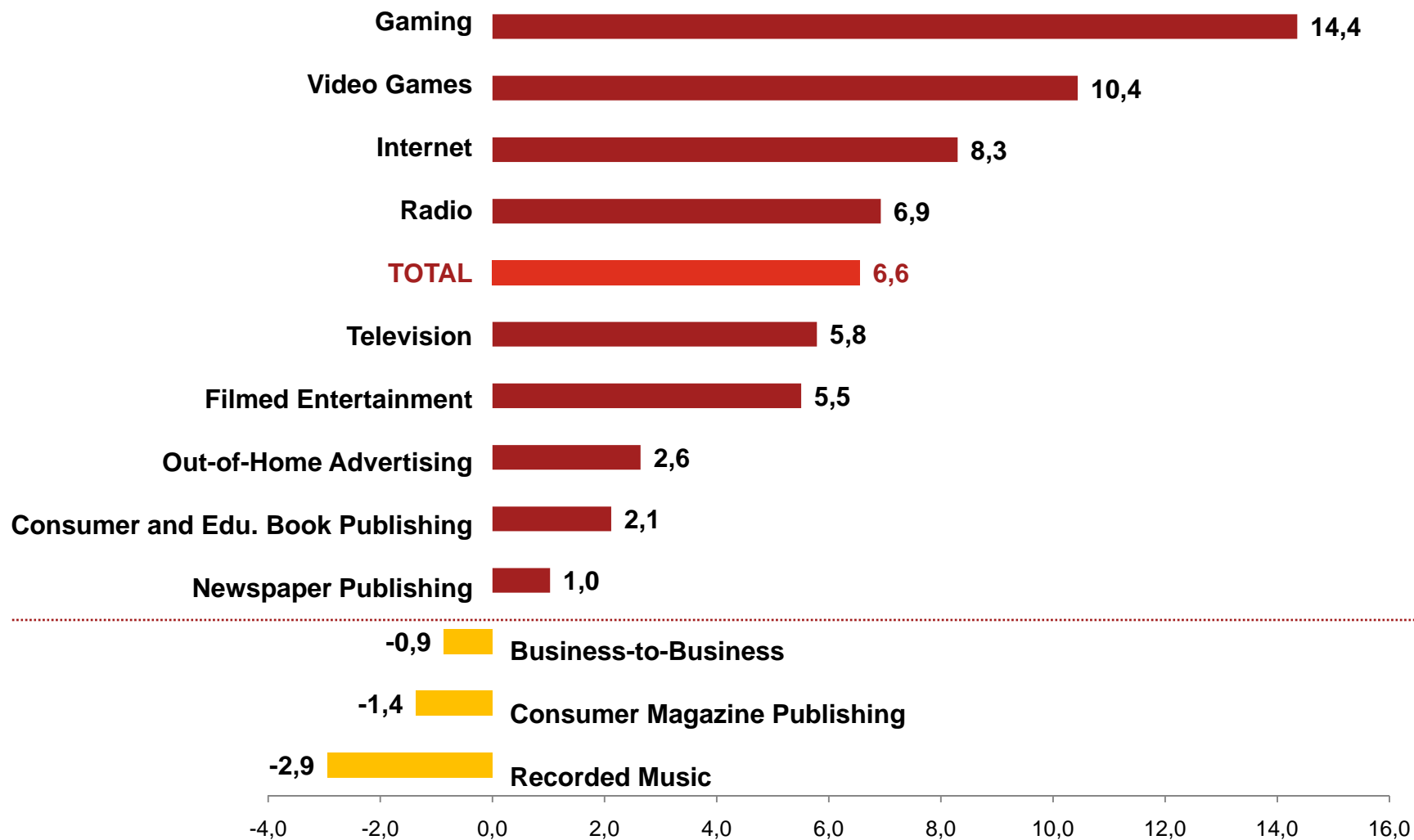
TOTAL SPENDING 2014: 49,5 miliardi di €

C.A.G.R. 2010-2014:

<i>Advertising:</i>	3,3%
<i>End User Spending:</i>	7,4%
<i>TOTALE:</i>	6,6%

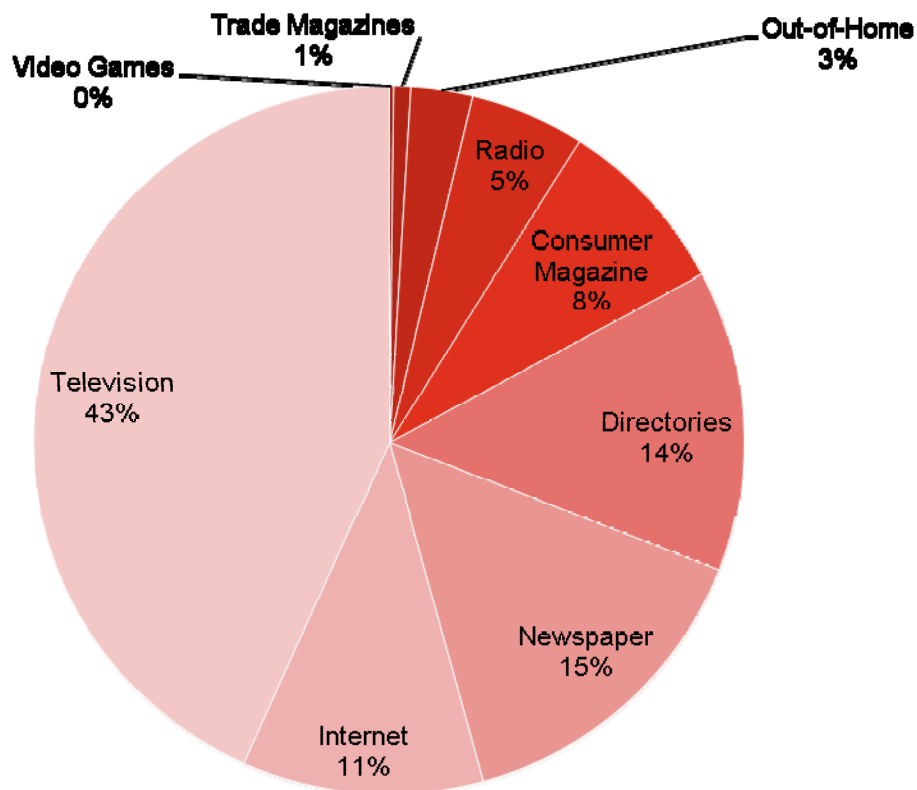
L'evoluzione del mercato nei diversi segmenti

C.A.G.R. 2010-14, %



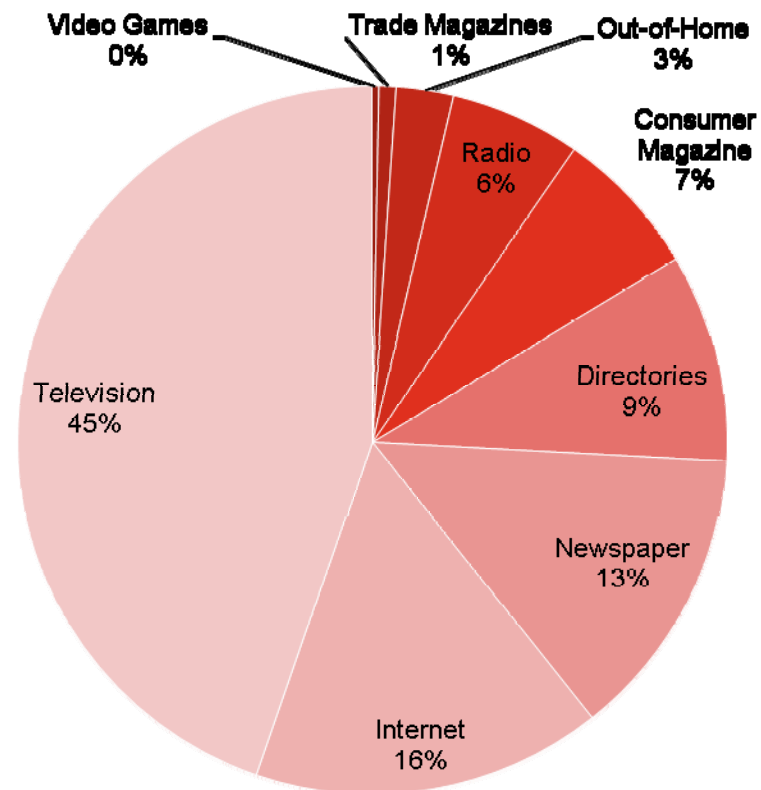
La composizione della spesa in Advertising per segmento

2009



TOTAL SPENDING 2009: 8 miliardi di €

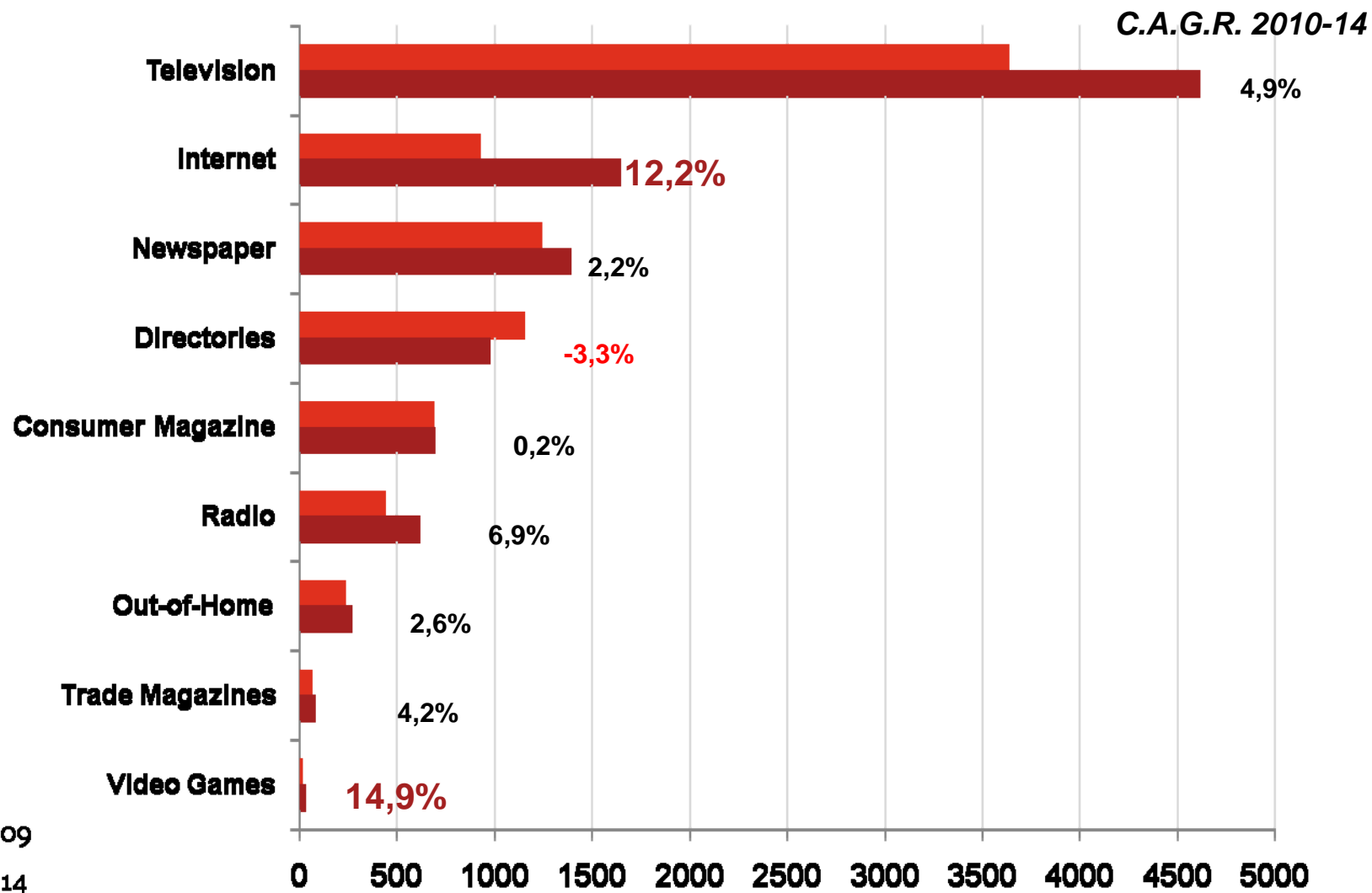
2014 F



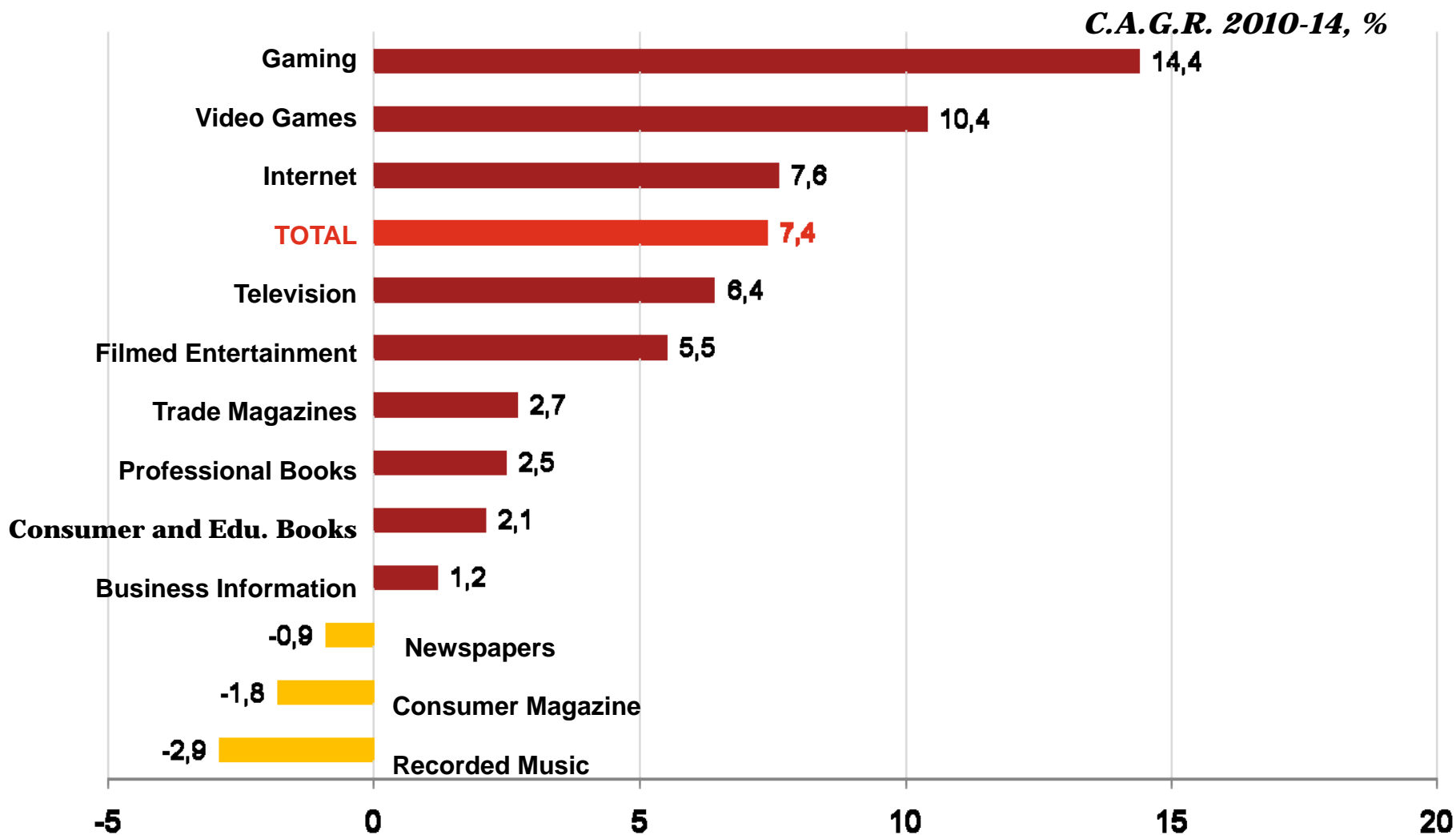
TOTAL SPENDING 2014: 9,5 miliardi di €

C.A.G.R. 2010-2014: +5,5%

L'evoluzione della composizione della spesa in Advertising



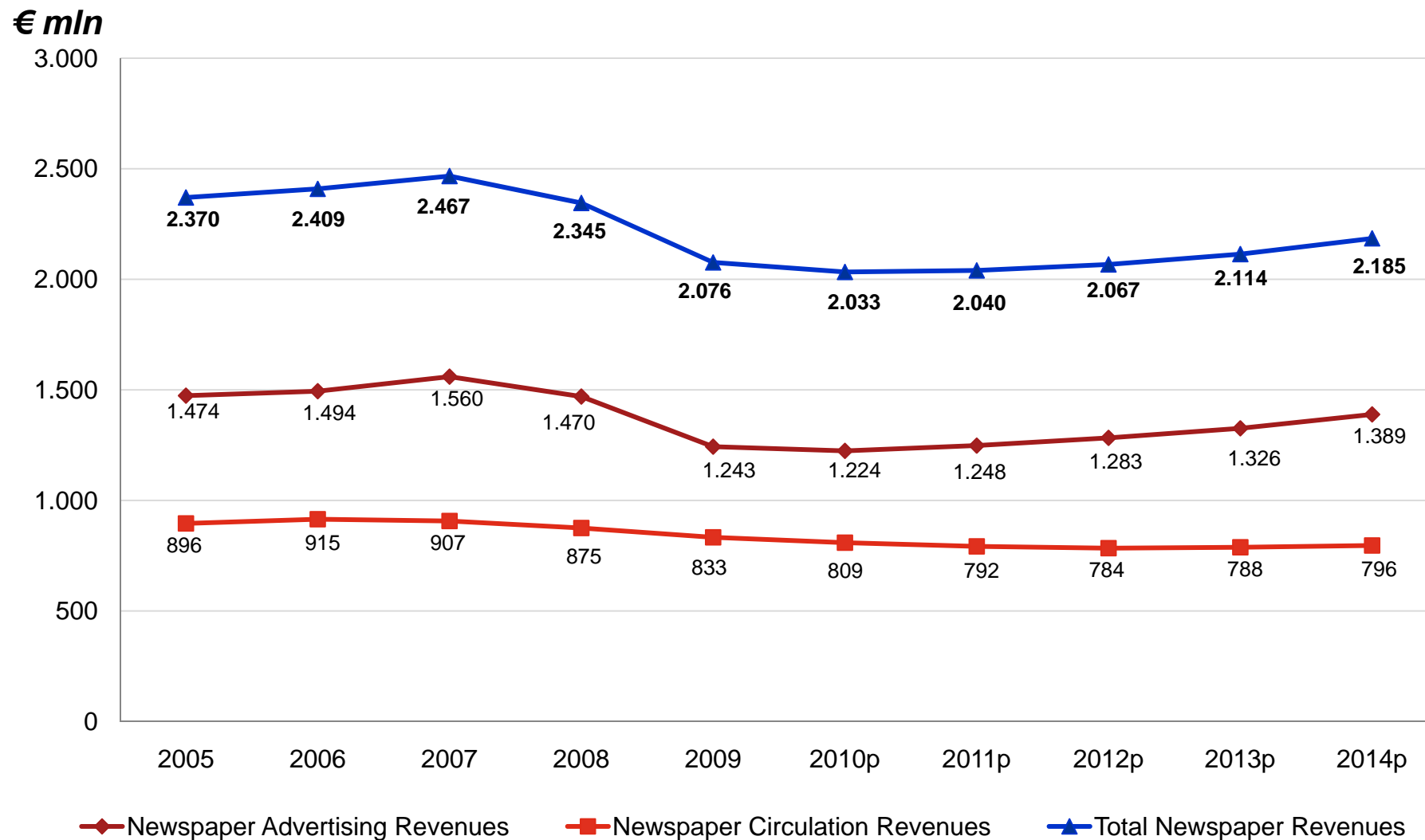
La spesa degli utenti finali evidenzia un C.A.G.R. di +7,4%



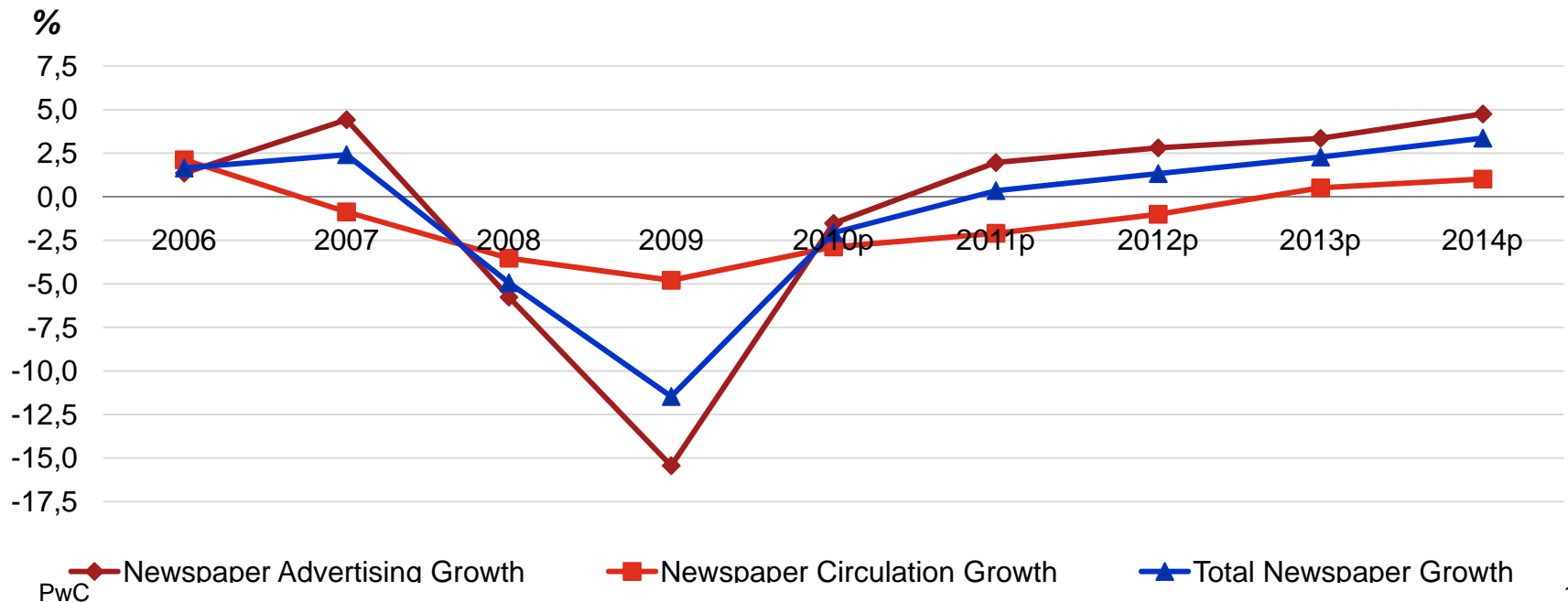
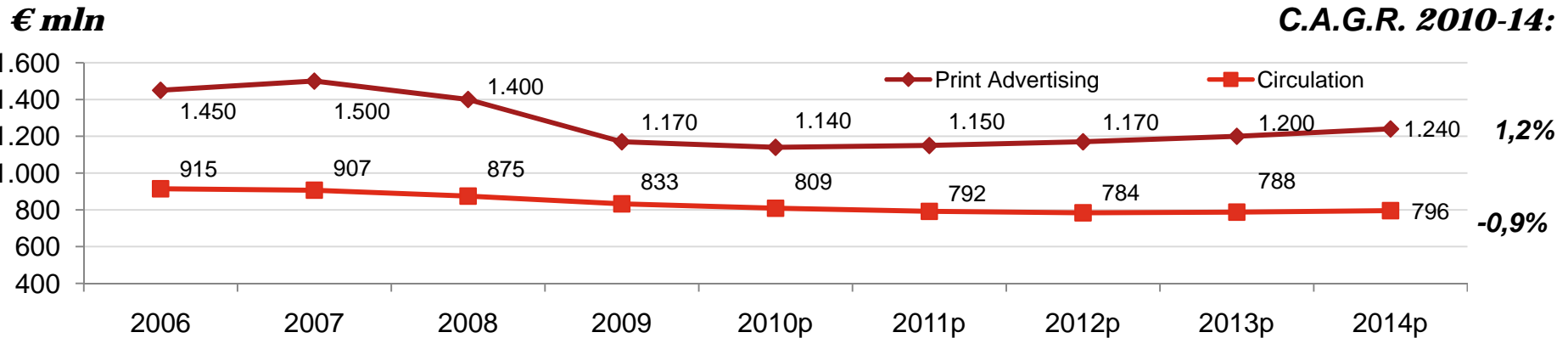
3 *La rivoluzione digitale e il mercato dei quotidiani*

Un'opportunità obbligatoria

Editoria: segnali di ripresa a partire dal 2011

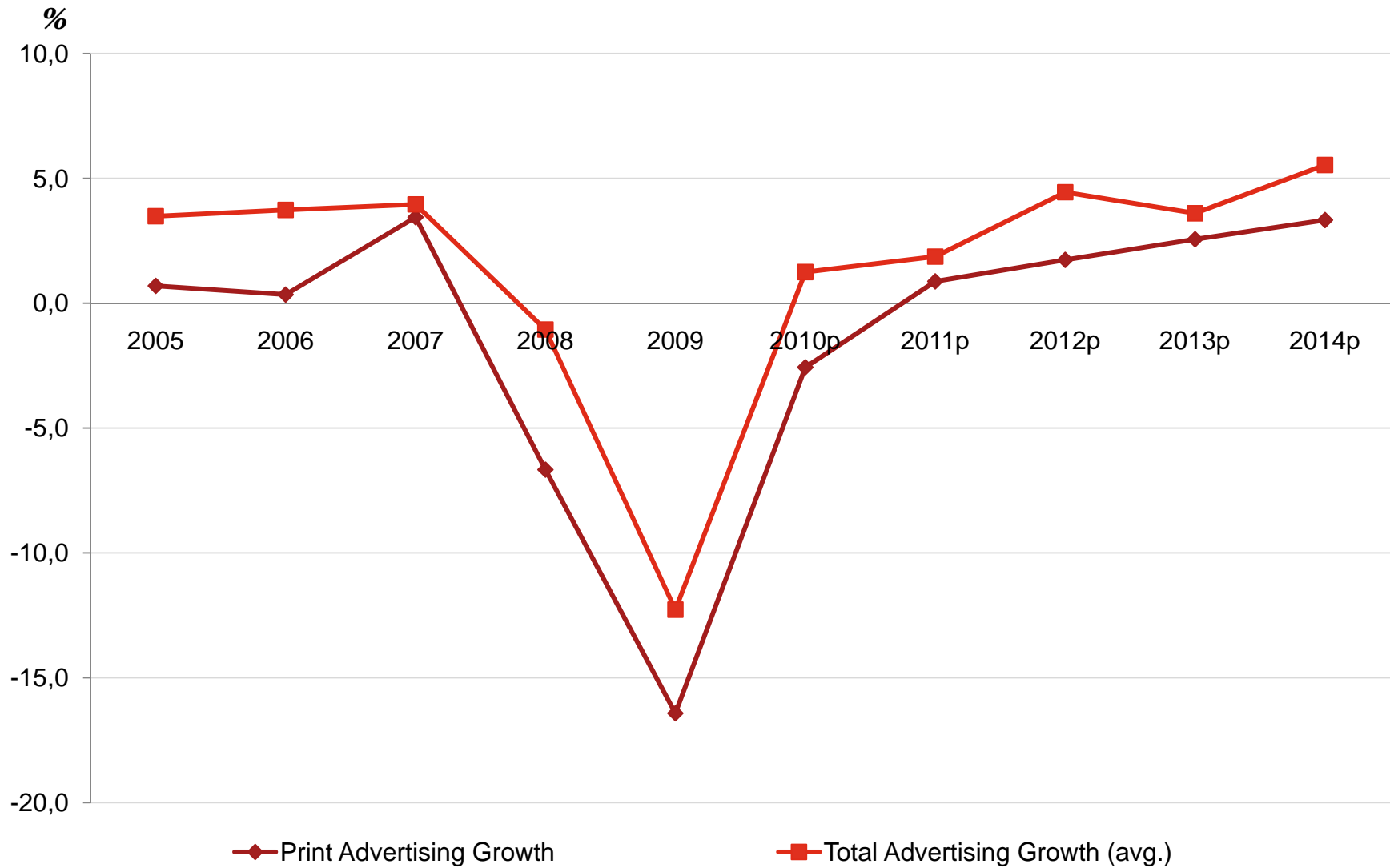


La ripresa dell'editoria è fortemente influenzata dall'andamento del comparto della pubblicità

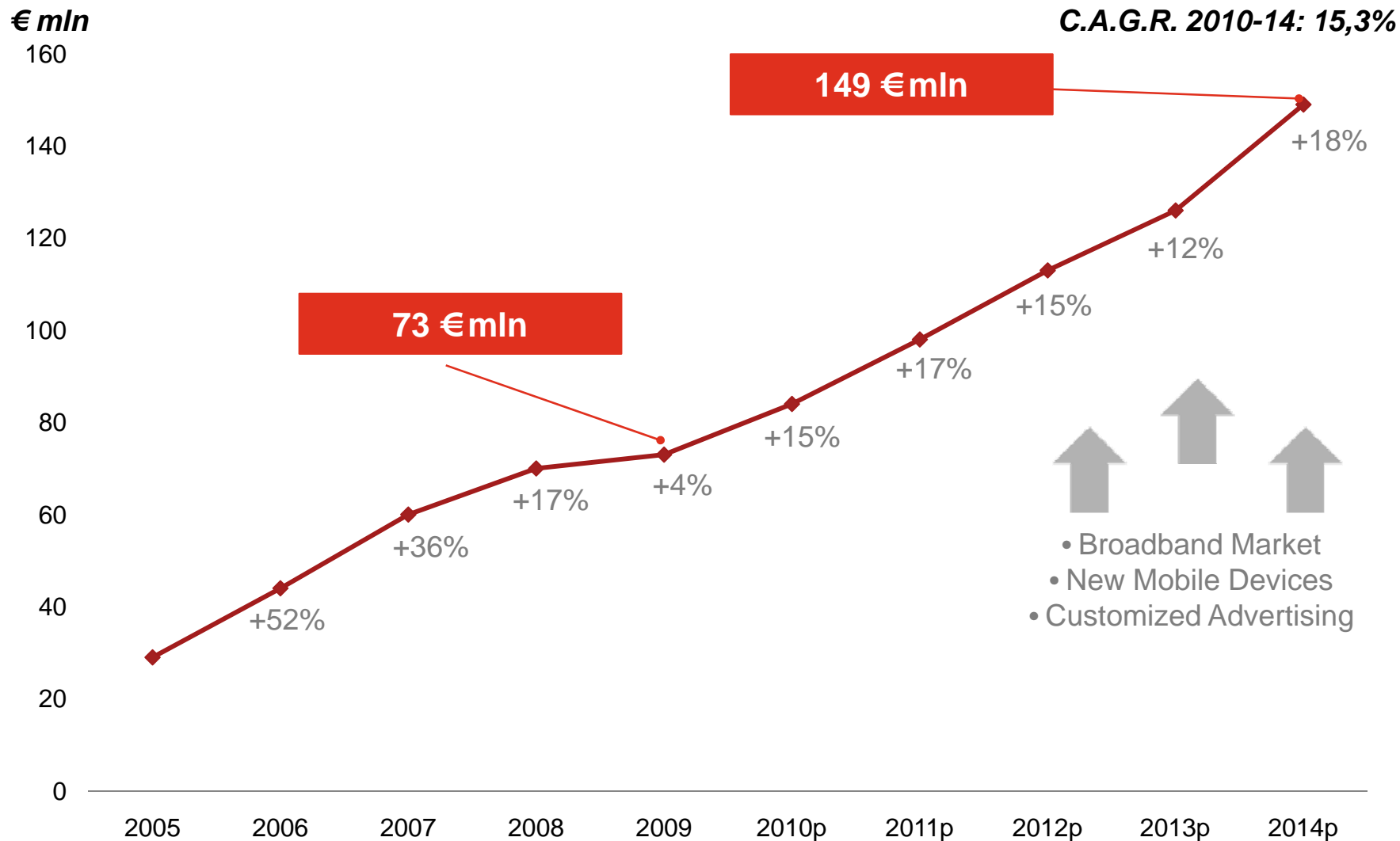




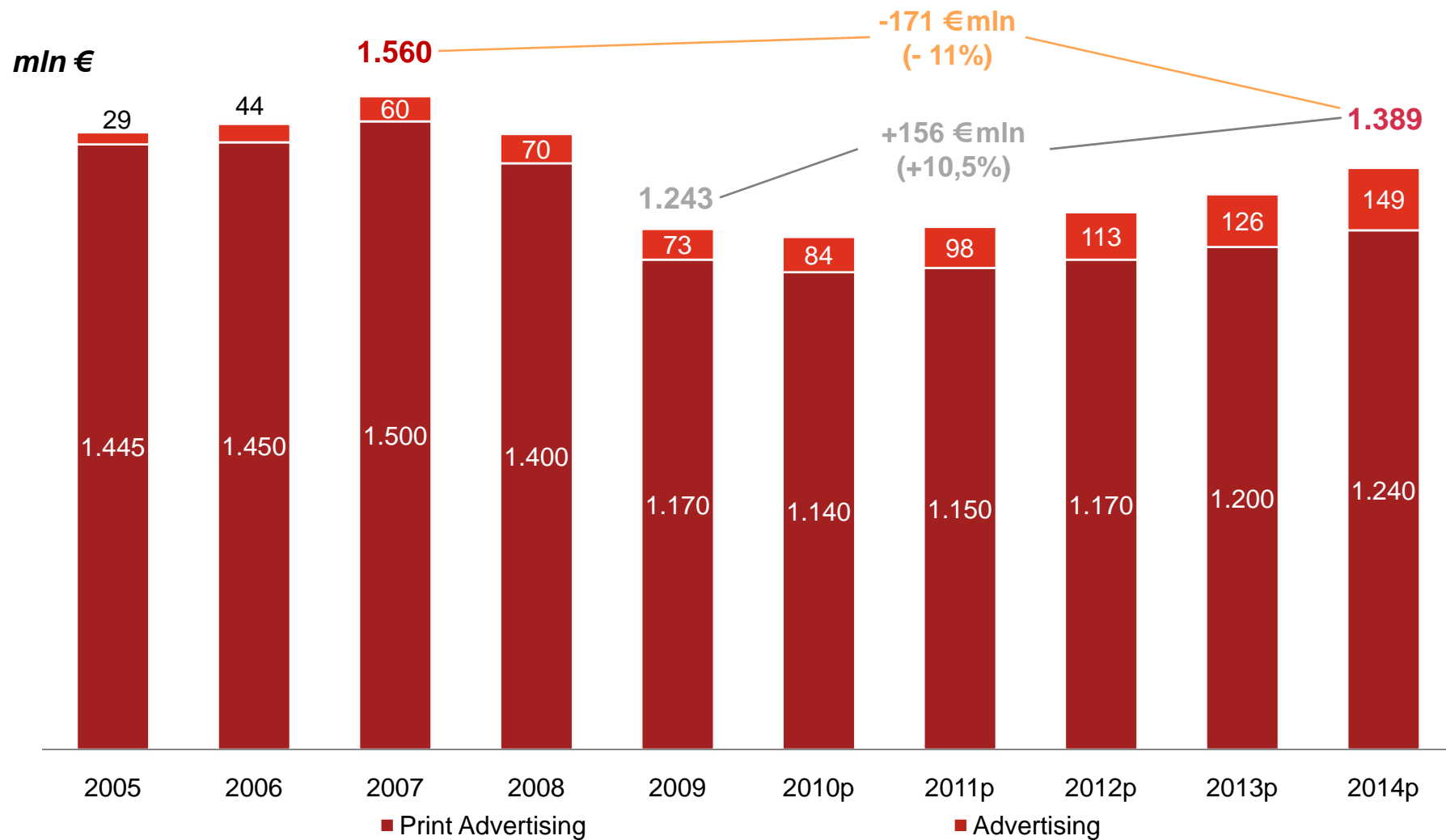
La carta stampata non è il veicolo preferito dagli investitori



Il mercato della pubblicità digitale per i quotidiani



La pubblicità digitale compensa solo parzialmente il calo degli investimenti su carta stampata





Il calo della diffusione dei quotidiani

K-unit

5.510

4.750

4.842

3.350

4.300

3.350

%

950

900

850

800

750

700

2005

2006

2007

2008

2009

2010p

2011p

2012p

2013p

2014p

915

833

796

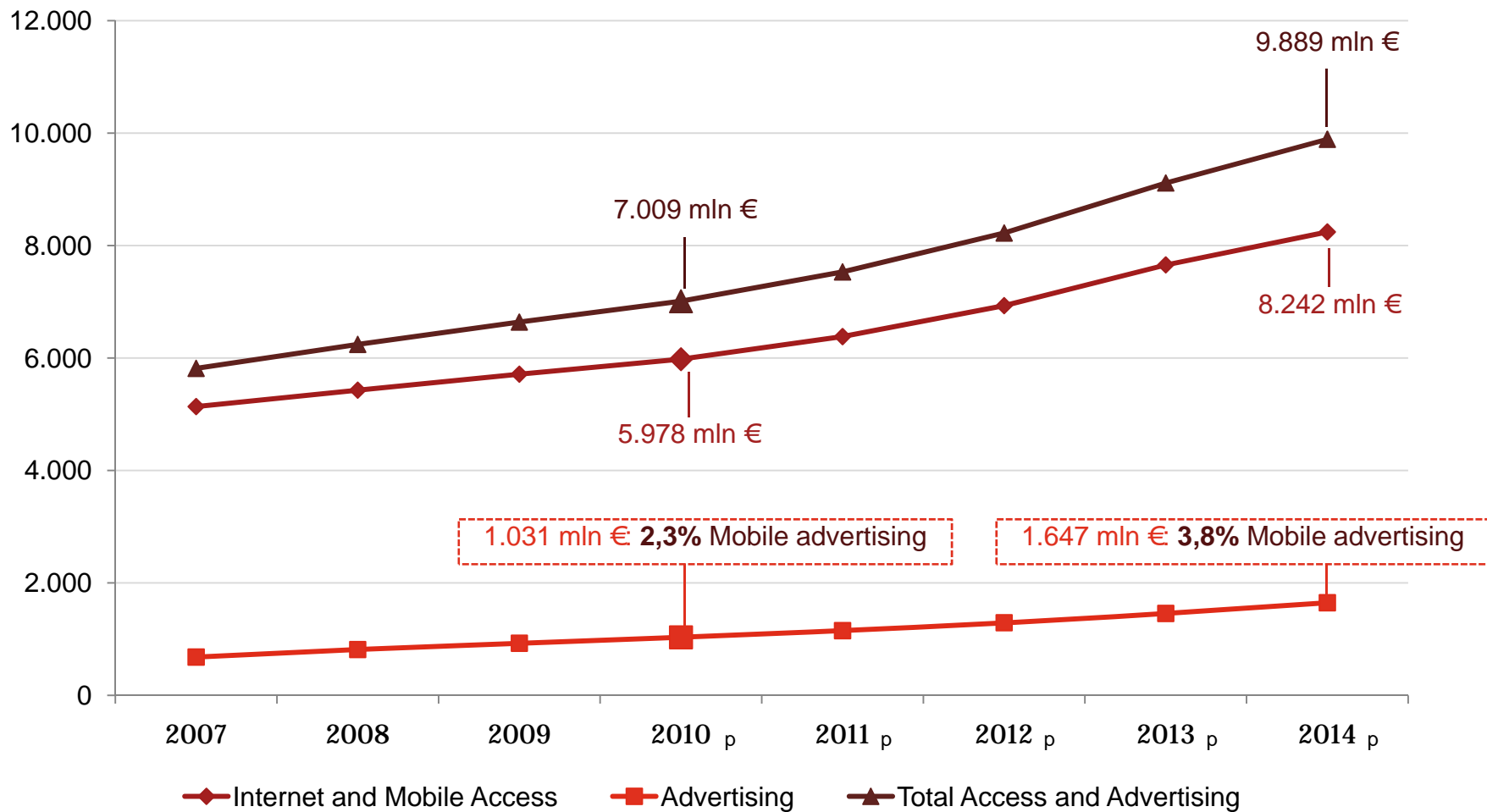
◆ Circulation Spending (€ Millions)

4.1 *I settori che trainano la crescita*

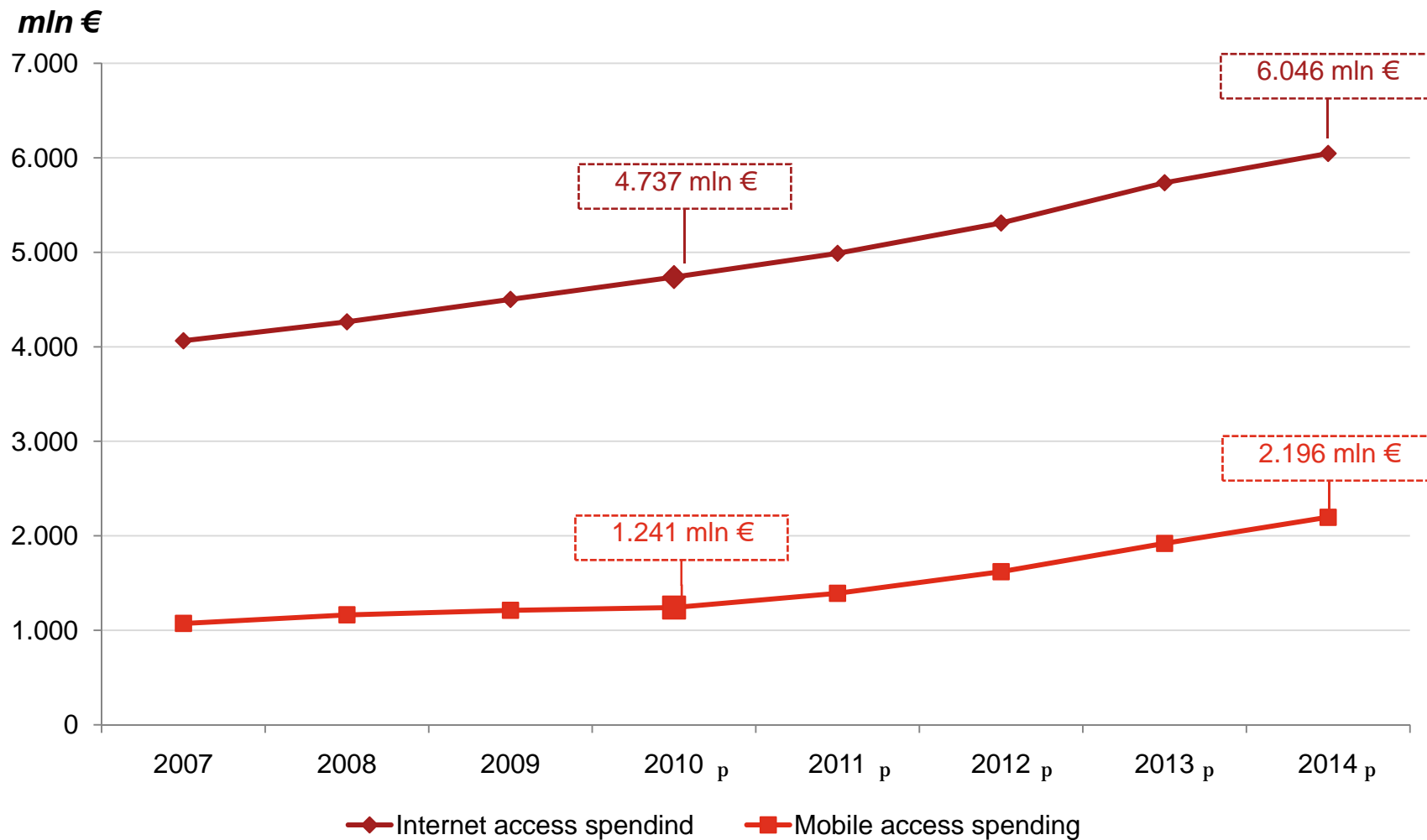
Internet

Internet: spesa per l'accesso alla rete e per l'advertising

mln €

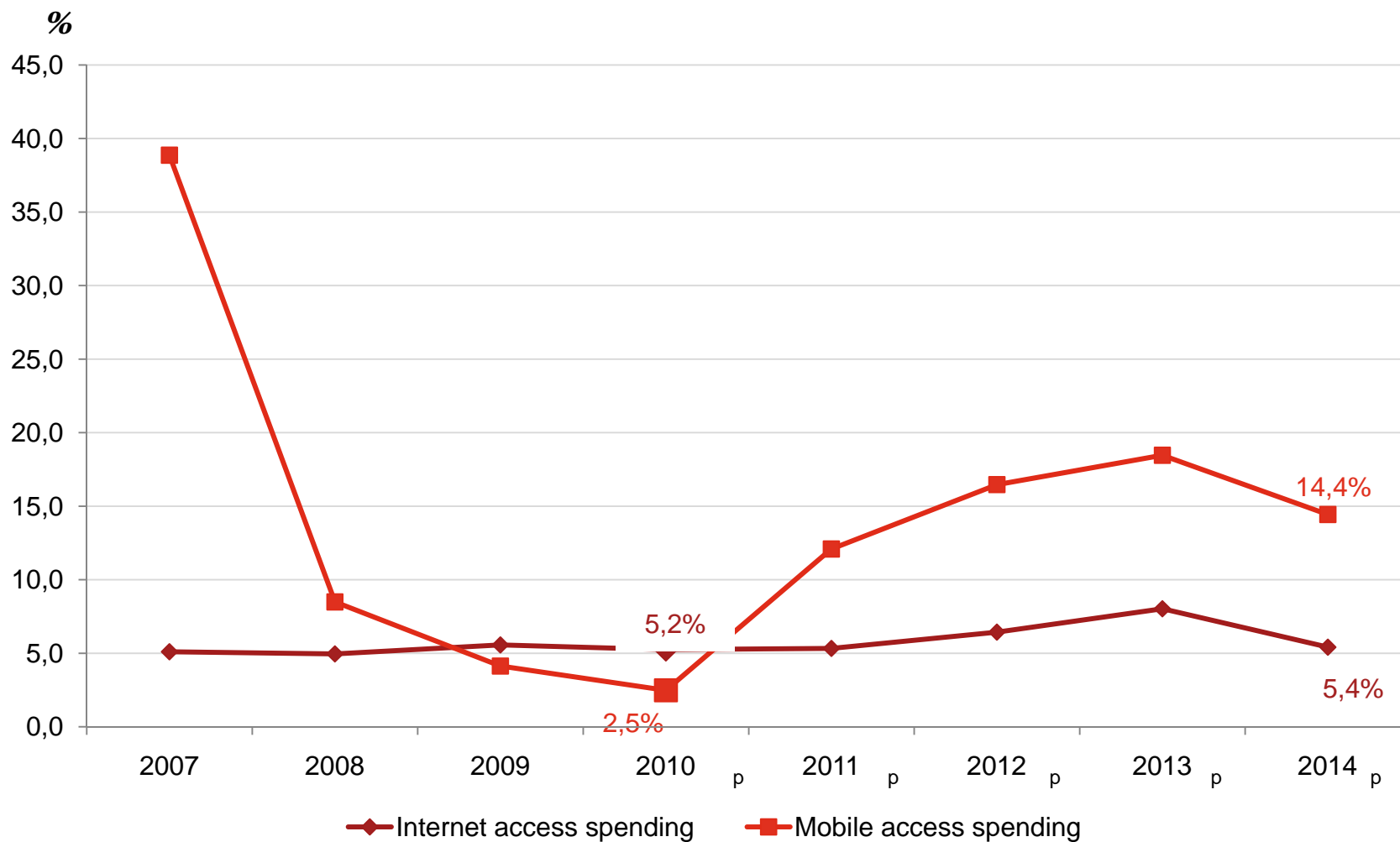


Accesso a internet “via cavo” e “via mobile” (1/2)



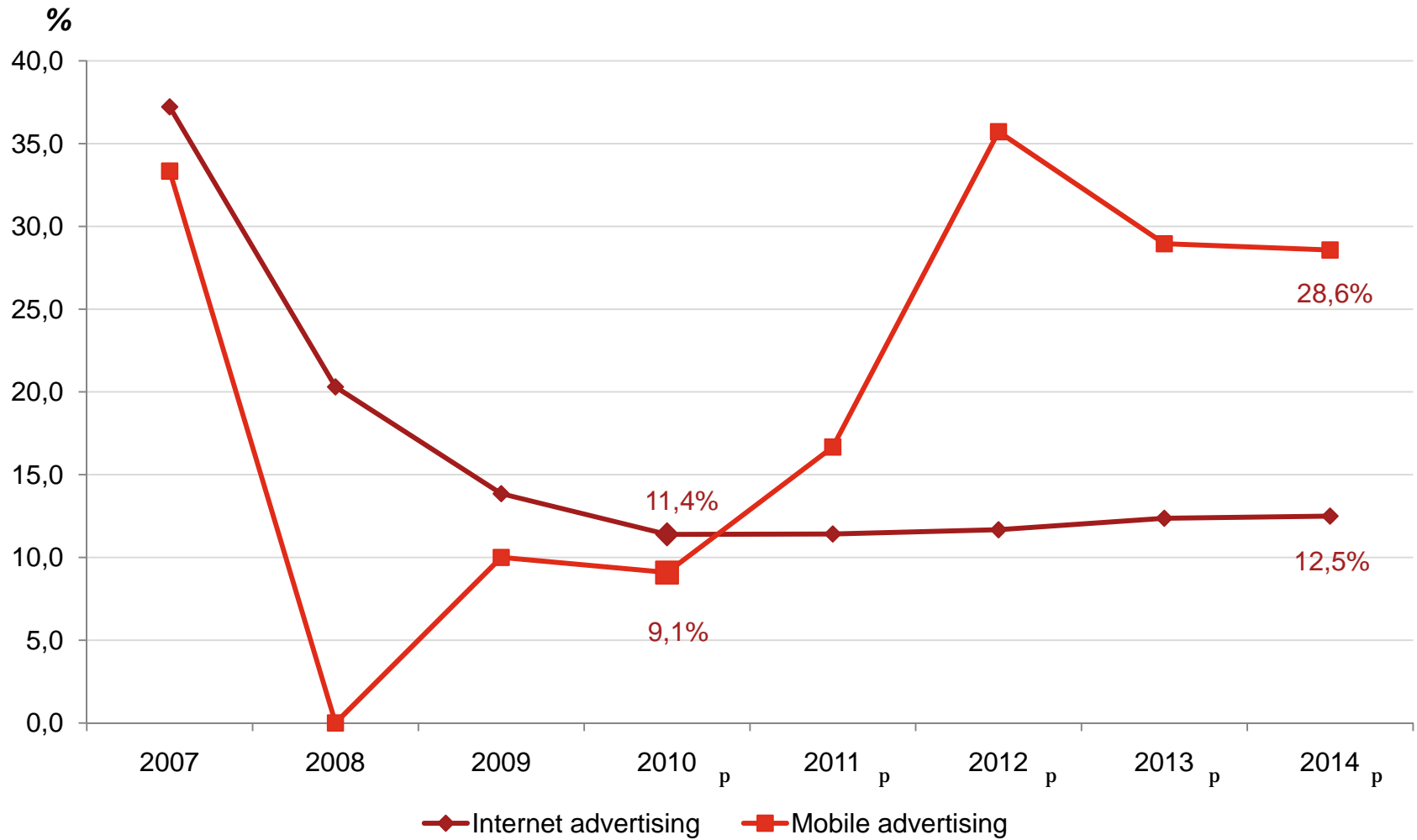


Accesso a internet “via cavo” e “via mobile” (2/2)





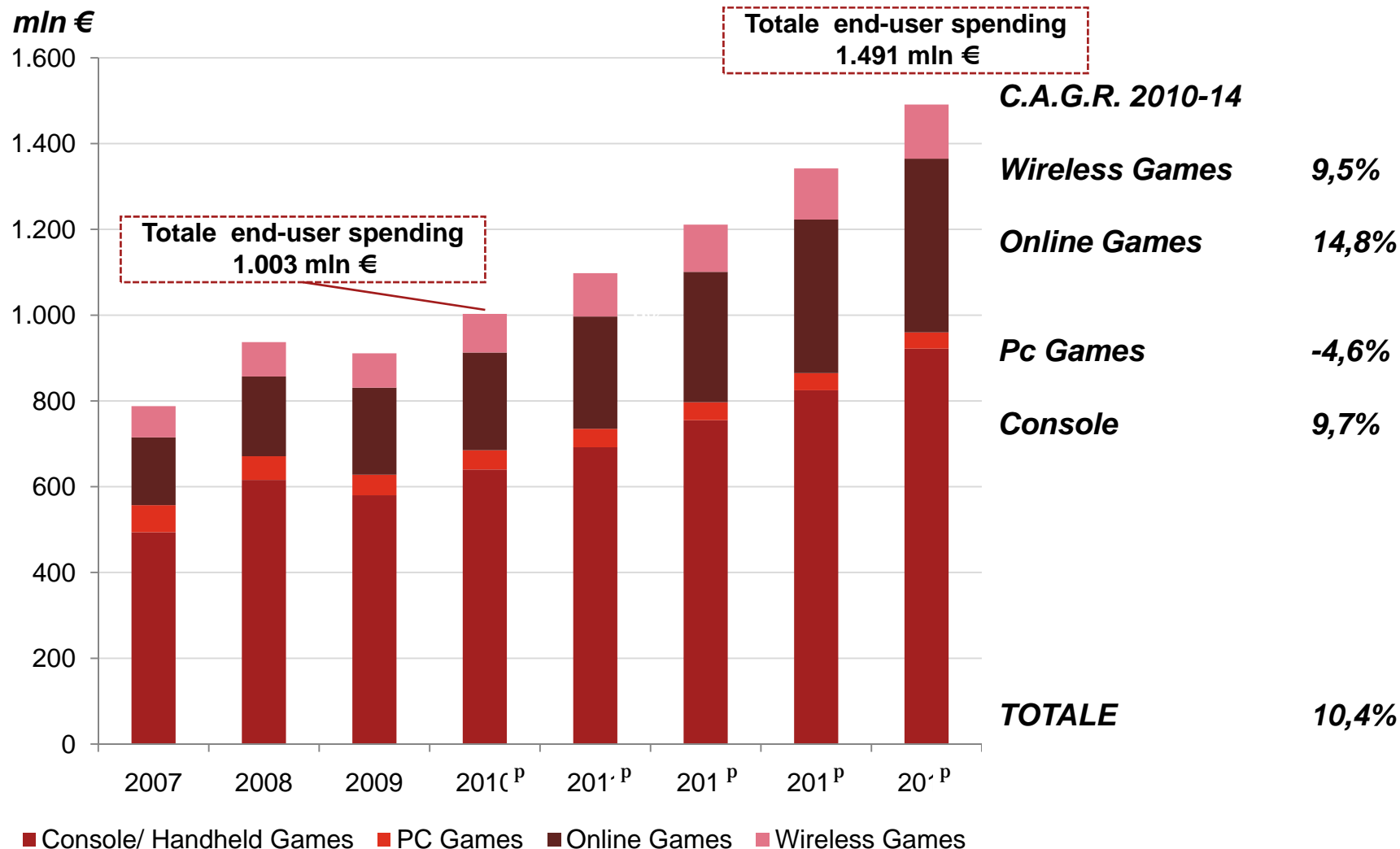
Advertising “via cavo” e “via mobile”



4.2 *I settori che trainano la crescita*

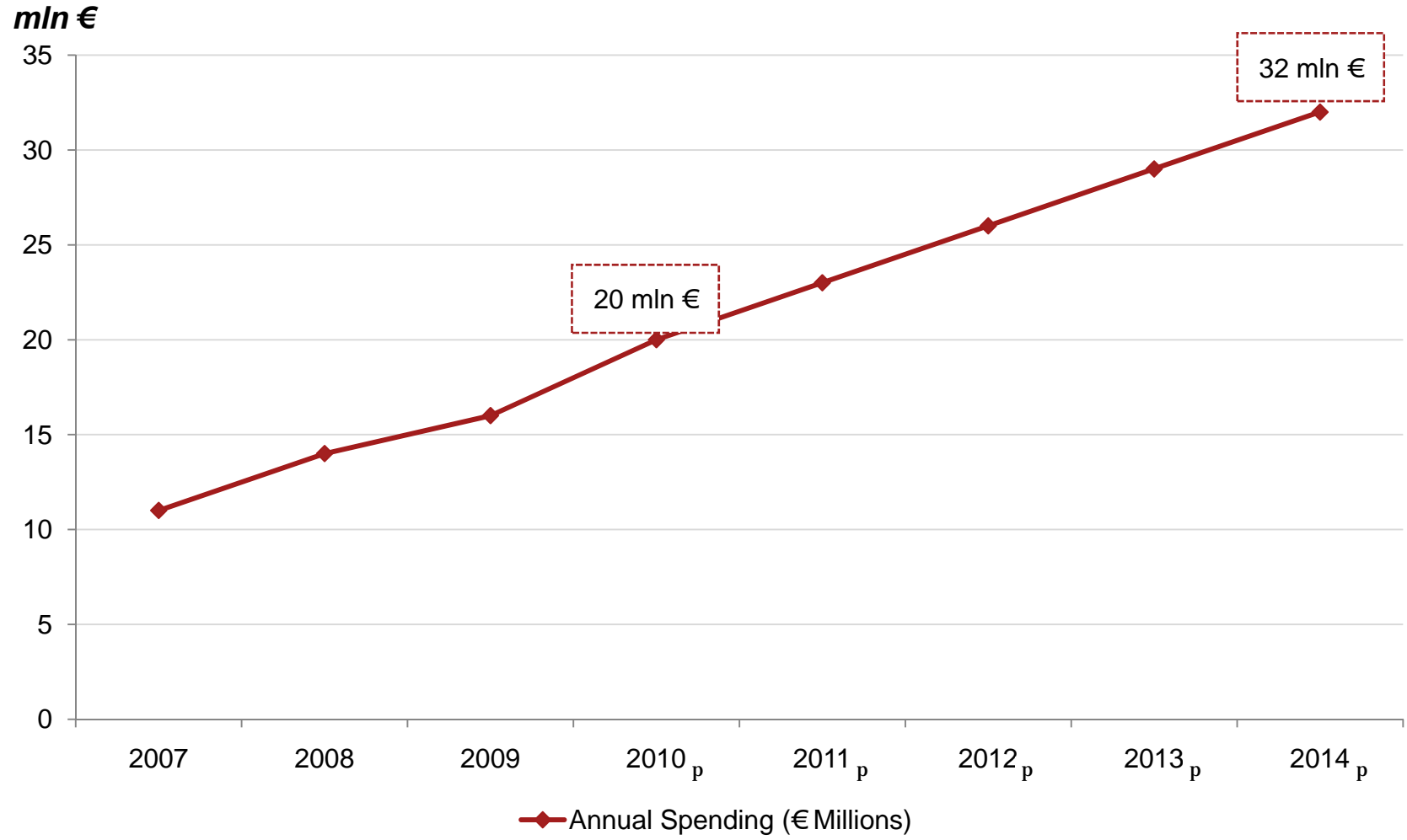
Videogame

Video Game spending: il valore di mercato e sua composizione





Video Game advertising: il valore di mercato

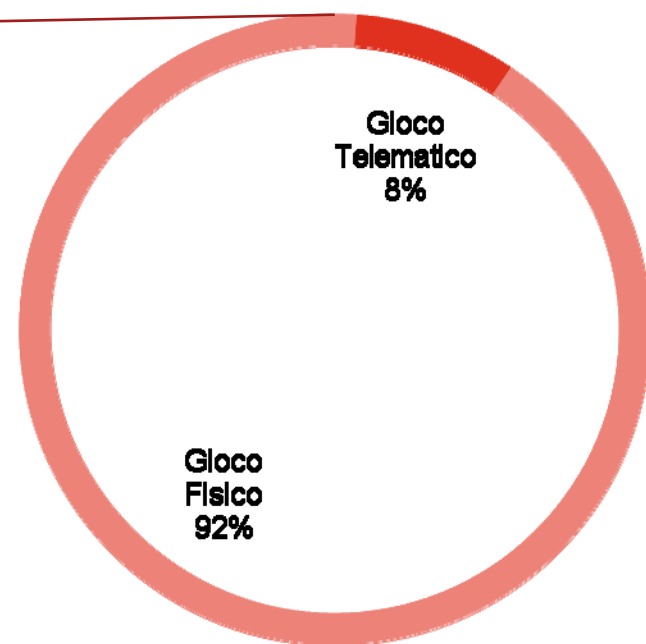
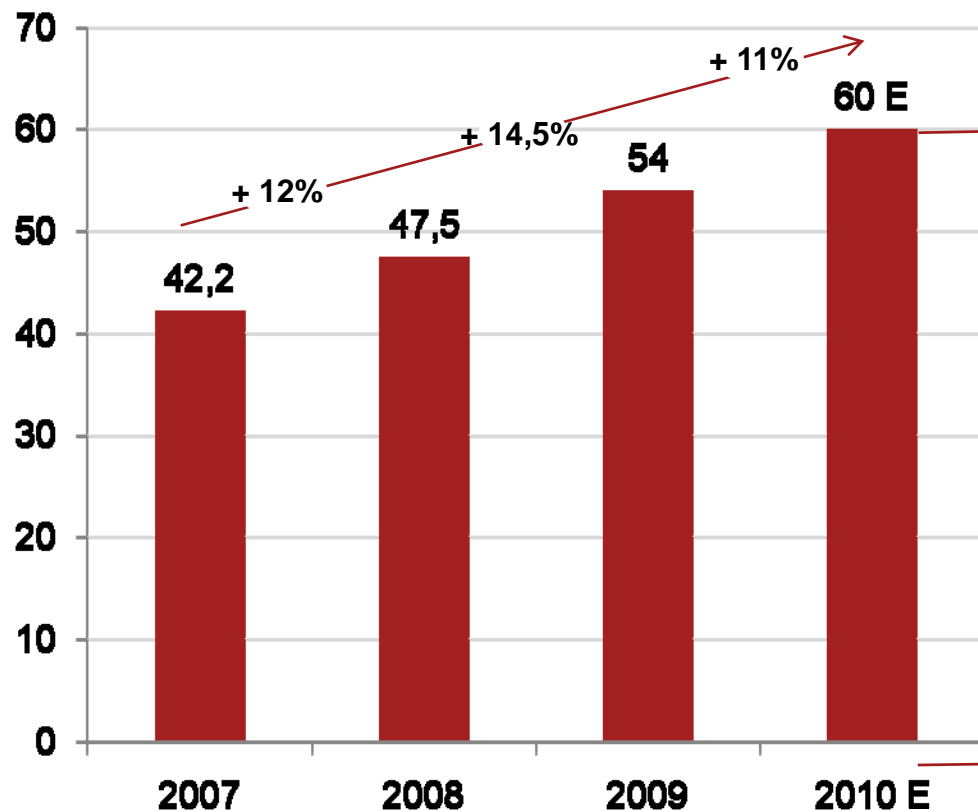


4.3 *I settori che trainano la crescita*

Gaming

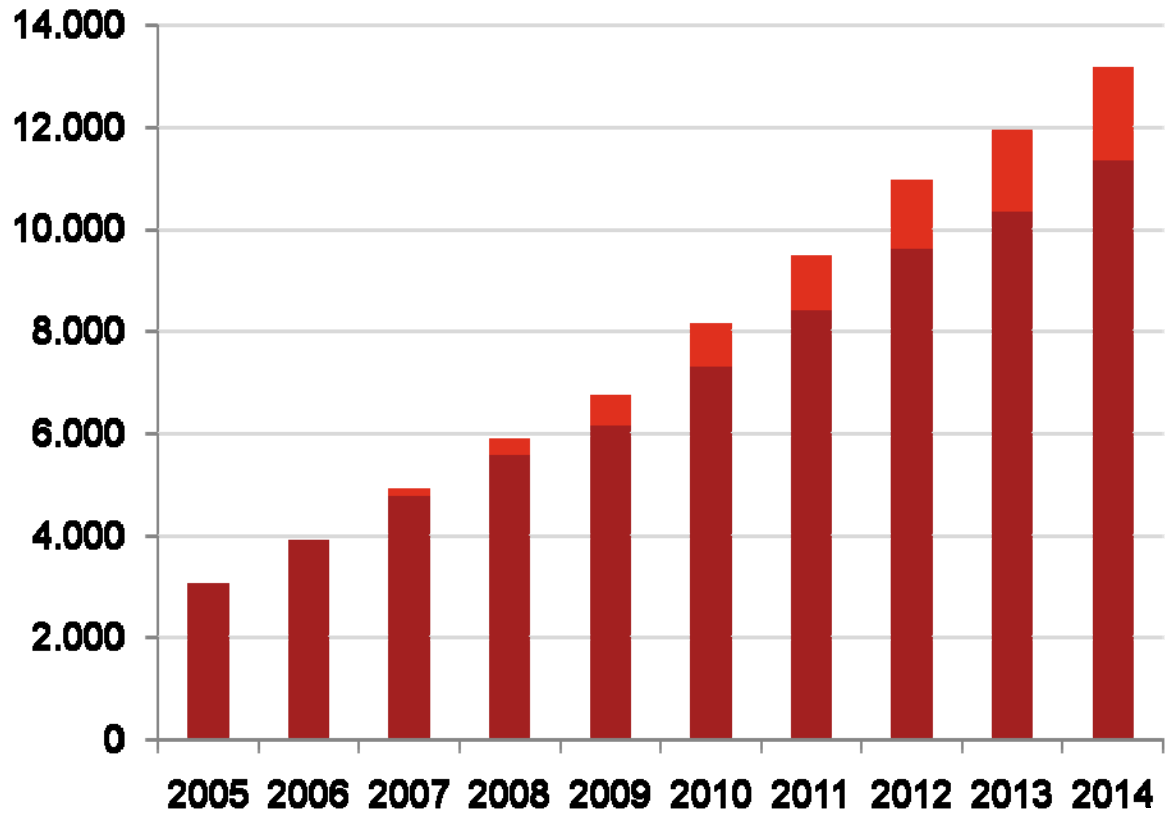
Il comparto italiano del gioco, un mercato anti-crisi, sostenuto dalla componente fisica e digitale

miliardi di €



Gross Gaming Revenues in costante crescita, C.A.G.R. 14,4%

Milioni di €



C.A.G.R. 2010-14

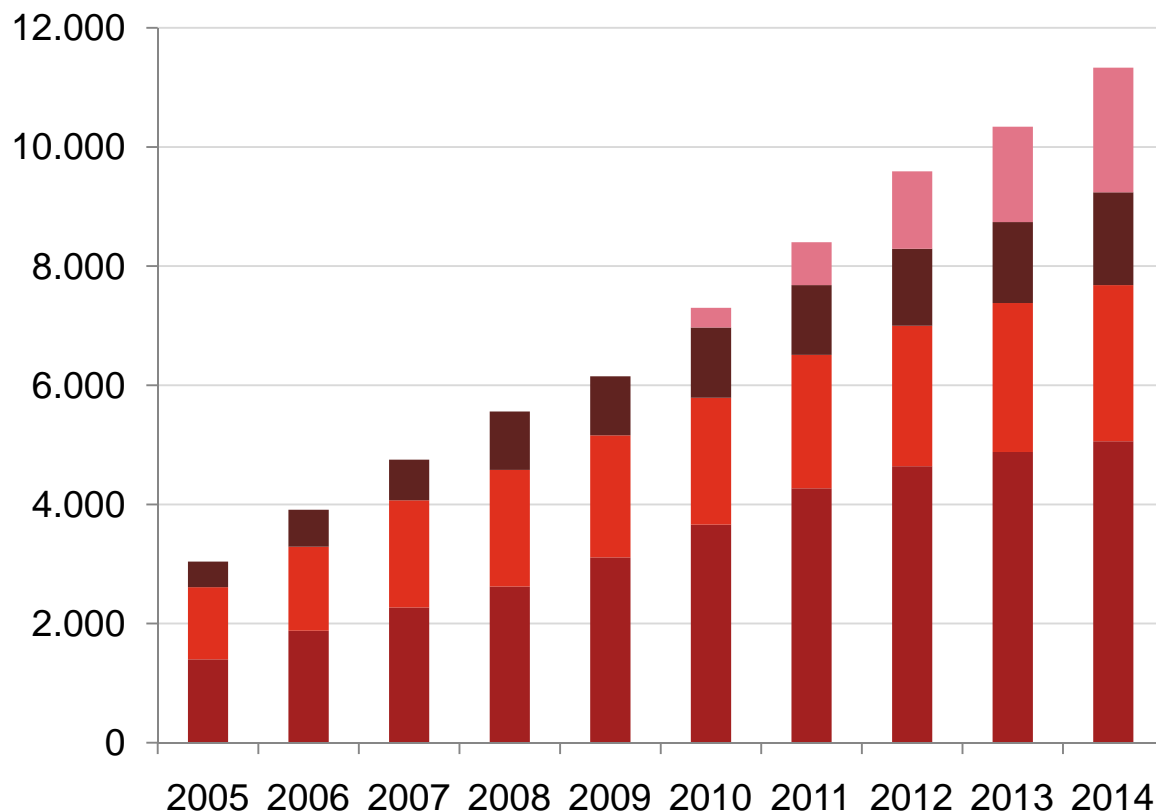
Gioco Telematico 25,8%

Gioco Fisico 13%

TOTALE 14,4%

L'evoluzione del gioco fisico

Milioni di €



C.A.G.R. 2010-14

VLT (2011-2014) 58,6%

Scomm. Sportive 9,5%

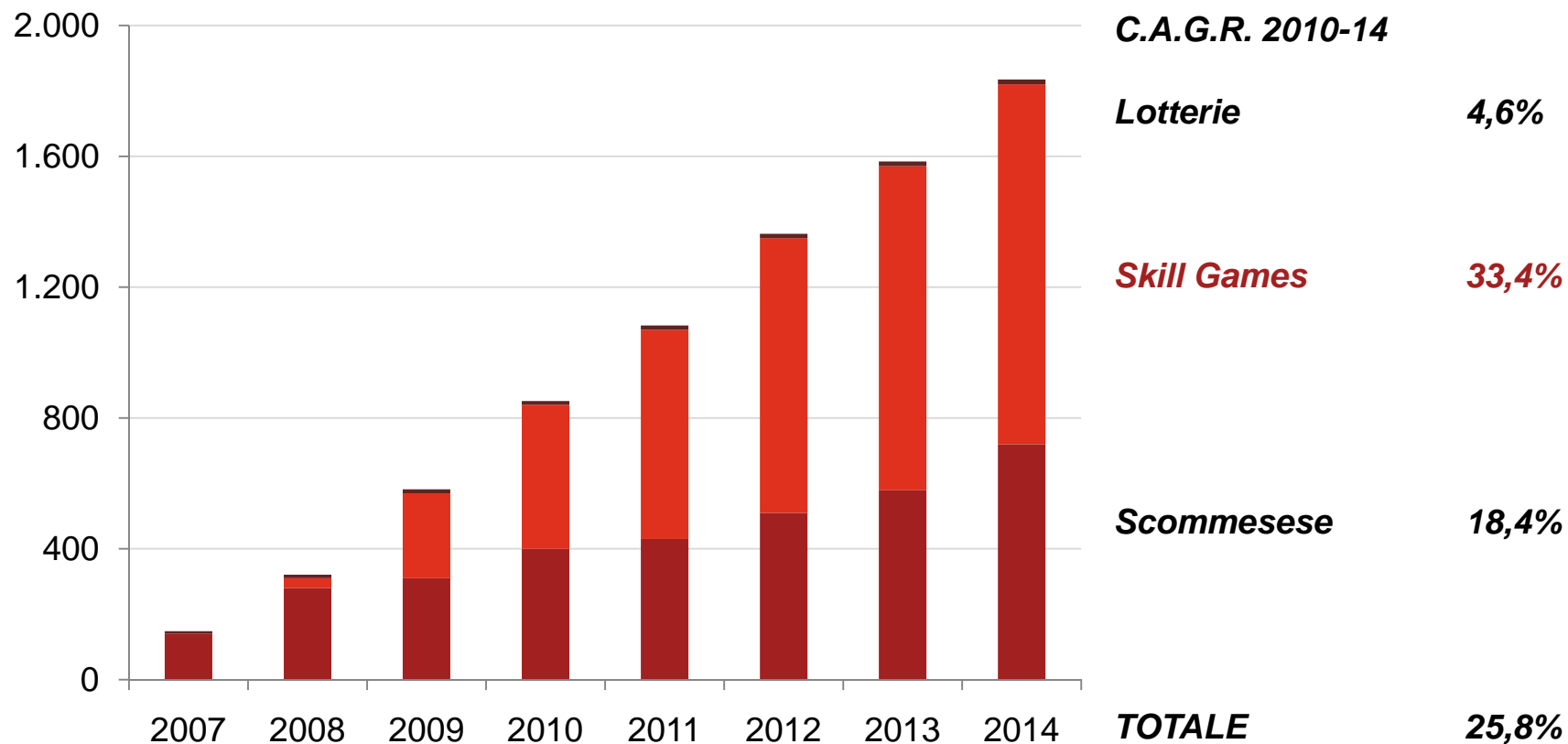
Lotterie/ G&V 5%

Gaming Machines 10,2%

TOTALE 13%

L'evoluzione del gioco telematico

Milioni di €



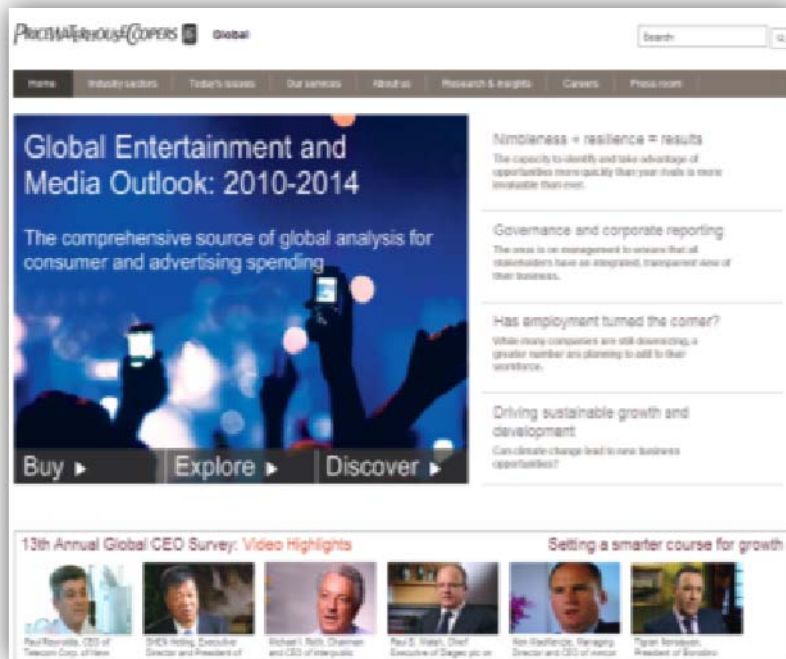
5 *PwC*

Il valore del network internazionale

PwC nel Mondo e in Italia

Nel mondo

- La più grande Società di Servizi di Consulenza alle imprese.
- Più di 162.000 dipendenti in 154 paesi.
- Forte focalizzazione su Innovazione e nuovi modi di comunicare



In Italia



350 mln €

Fatturato 2009

3.000

Collaboratori circa,
in 17 uffici
(di cui 132 partner)

I servizi offerti ed il personale di PwC in Italia

Audit

2.150

collaboratori

PricewaterhouseCoopers SpA

Advisory

650

collaboratori

PricewaterhouseCoopers
Advisory SpA

Tax & Legal

250

collaboratori

TLS – Associazione Professionale di
Avvocati e Commercialisti

Le pubblicazioni sul tema Entertainment and Media



Global Entertainment and media outlook 2010 - 2014



The PwC Publishing Centre of Excellence's inaugural thought leadership, focusing on the outlook for consumer magazines

Entertainment & Media Outlook in Italy.
2009 – 2013
2010 – 2014 (TBA)



Other PwC relevant International publication

Licensing Management
Servizi di licensing management a tutela dei diritti intellettuali

Security for social networking*
Social networking has transformed the way the connected masses communicate. Now businesses must change the way they secure their networks and data.