

Raport PwC: Industria de media și divertisment din România va ajunge la 5,22 miliarde euro în acest an, susținută de segmentele digitale

Publicitatea pe internet și serviciile digitale de streaming de filme și muzica sunt segmentele care vor avea cea mai mare creștere din industria de media și divertisment din România, estimată la 5,22 miliarde euro în acest an, în creștere cu aproximativ 2% față de 2025. Pe termen mediu, piața își va menține ritmul, cu un avans mediu de circa 2% pe an, urmând să atingă 5,66 miliarde euro până în 2030, potrivit celei mai recente ediții a raportului PwC Global Telecommunications, Entertainment & Media Outlook 2026-2030.

“Piața de media și divertisment din România urmează aceleași direcții ca la nivel global, respectiv un consum tot mai digital, publicitate online în creștere și inteligența artificială care redefinesc crearea, distribuția și monetizarea conținutului. Publicitatea rămâne un motor esențial de venituri, susținut de hiper-personalizare, iar consumul digital este alimentat de extinderea rețelelor 5G și de fibra optică. Într-un mediu tot mai competitiv, avantajul îl vor avea companiile care își regândesc ofertele, prin pachete accesibile pentru consumatorii atenți la preț și experiențe premium, personalizate”, a declarat Doina Bîrsan, Partener și Liderul echipei de servicii dedicate sectorului de Tehnologie, Media și Telecomunicații, PwC România.

Evoluția pe segmente ale pieței

În ediția din acest an a raportului au fost analizate zece segmente ale industriei media și de divertisment din România, cele mai mari creșteri procentuale în perioada 2025-2030 fiind estimate pentru muzica, radio și podcast, serviciile de streaming (Over-the-top - OTT) precum Netflix sau Disney+, și publicitatea pe internet.

Segmentul muzica, radio și podcast va înregistra cea mai rapidă creștere, de aproape 12% pe an, veniturile urcând de la 154 milioane euro în 2025 la 269 milioane euro în 2030. Principalul motor este streamingul muzical, care crește cu peste 15% pe an, susținut în special de cheltuielile consumatorilor, în timp ce radioul își menține o creștere modestă, bazată pe publicitate.

Piața serviciilor de streaming (OTT) va continua să se extindă cu o medie de circa 7% pe an, crescând de la 276 milioane euro în 2025 la 389 milioane euro în 2030. Platformele bazate pe abonament (SVOD), precum Netflix, Disney+ și Prime Video, rămân dominante, în timp ce segmentul de video la cerere susținut de publicitate (AVOD) crește constant, dar are o pondere redusă. Numarul abonamentelor OTT a depășit 3,3 milioane în 2025.

Publicitatea pe internet va avea una dintre cele mai rapide evoluții, cu venituri care urcă de la 287 milioane euro în 2025 la 393 milioane euro în 2030, o creștere medie anuală de circa 6,5%. Cea mai dinamică este publicitatea video online, cu o creștere de aproximativ 10% pe an, susținută de consumul de conținut pe televizoarele conectate (connected TV), urmată de cauterile platite. Google, prin AdSense și Google Ads, domină piața, care este influențată tot mai mult de reglementări, precum restricțiile privind promovarea jocurilor de noroc de către persoane publice și cadrele legislative europene.

Jocurile video și esports vor avea o creștere susținută, de circa 3% pe an, veniturile urmând să crească de la 459 milioane euro în 2025 la 532 milioane euro în 2030. Cea mai mare parte a veniturilor este generată de jocurile sociale și ocazionale și de publicitatea din aplicații, jocurile pe PC rămânând în centrul pieței, în timp ce segmentul de console este în scădere.

Industria cinematografică va avea o evoluție pozitivă, cu o creștere medie de circa 3% pe an și venituri estimate să crească de la 64 milioane euro în 2025 la 74 milioane euro în 2030. Piața beneficiază de producții autohtone

puternice – printre cele mai vizionate filme din 2025 numărându-se The Yellow Tie și Vecina – și de schema de sprijin pentru producția de film (cash rebate), reintrodusa din 2024, cu un plafon de 10 milioane euro pe ciclu.

Publicitatea outdoor va continua să crească, cu o medie de circa 4% pe an, atingând 63 milioane euro în 2030, de la 51 milioane euro în 2025, cu un accent tot mai mare pe formatele digitale (DOOH), care cresc cu peste 10% pe an și câștiga o pondere importantă în totalul pieței.

Segmentul media Business-to-Business (B2B) va înregistra o creștere moderată, de circa 2,6% pe an, ajungând la 216 milioane euro în 2030, de la 190 milioane euro în 2025, susținut de cererea pentru informații economice și de târgurile comerciale specializate.

Industria tradițională de televiziune se va menține relativ stabilă, cu o creștere de circa 2% pe an, ajungând la 1,09 miliarde euro în 2030, de la 0,99 miliarde euro în 2025, datorită stabilității veniturilor din abonamente TV și din publicitatea multicanal. Televiziunea prin cablu rămâne dominantă, în timp ce IPTV și televiziunea prin satelit sunt în declin.

Segmentul serviciilor de telefonie mobilă și fixă va rămâne aproape la același nivel, cu o creștere de circa 0,2% pe an, veniturile atingând 2,59 miliarde euro în 2030, de la 2,57 miliarde euro în 2025. Penetrarea serviciilor 5G va crește semnificativ, cu peste 20% pe an, ajungând să reprezinte majoritatea conexiunilor mobile, iar rețelele de fibră optică continuă să se extindă. Piața este dominată de Orange, Vodafone și Digi.

Piața publicațiilor tipărite și digitale va rămâne relativ stabilă, cu o ușoară scădere de circa 0,3% pe an, menținându-se în jurul valorii de 95-96 milioane euro anual până în 2030, creșterea din zona digitală compensând parțial scăderile din presa tipărită.

Tendențe globale

Potrivit PwC Global Entertainment & Media Outlook 2026-2030, piața globală va crește cu o medie anuală de 3,4% în următorii cinci ani, ajungând la 4,2 trilioane de dolari în 2030, cu 600 de miliarde de dolari venituri noi, generate în principal de segmentele digitale.

Publicitatea, susținută de inteligența artificială, va crește rapid și va depăși 1,4 trilioane de dolari până în 2030, după ce a trecut pentru prima dată de pragul de 1 trilion de dolari în 2025, pe măsura ce advertiserii urmăresc consumatorii acolo unde accesează conținut și iau decizii de cumpărare.