



OTOCZENIE RYNKOWE

W 2023 roku polski rynek rozrywki i mediów będzie wart ponad 48 mld zł, co plasuje Polskę na pozycji lidera w regionie Europy Środkowo-Wschodniej (CEE) jeżeli chodzi o wartość przychodów z tego sektora.

W latach 2022-2027 średnioroczne tempo wzrostu przychodów z rynku E&M (rozrywki i mediów) w Polsce będzie wyższe od tego na świecie i wyniesie 4,6 proc., podczas gdy globalnie sektor rok do roku będzie wzrastał o 3,6 proc.

Przychody z branży telewizyjnej stanowią ¼ przychodów całego rynku rozrywki i mediów.

Wejście na polski rynek podmiotów takich jak NETFLIX, DISNEY, HBO Max, VIAPLAY, Platform streamingowych VOD, w tym SKYSHOWTIME z produkcjami studia Paramount potwierdzają bardzo wyraźnie tendencje rynkowe i utrwalenie nowego modelu rynku mediów telewizyjnych z pierwszoplanową rolą platform VOD/OTT.

Z kolei utrwalający się trend „odpływu” subskrybentów z tradycyjnych sieci kablowych i jednoczesny wzrost użytkowników platform streamingowych VOD/OTT zmieniają model dystrybucji treści telewizyjno - contentowych.

Kolejnym naturalnym trendem rynkowym dodatkowo wzmacniającym wcześniej wymienione jest zmiana modelu oferowania treści reklamowych odbiorcom w ramach telewizji linearnej i wprowadzanie technologii DAI (reklam targetowanych).

Szacuje się, że wprowadzenie tego rodzaju reklam zwiększy przychody rynkowe o 15-20%. Strategia rynkowa Red Carpet Media Group SA wpisuje się w pełni we wszystkie te trendy rynkowe.

Szacunki związane ze wzrostem rynku VOD/OTT w najbliższych latach - globalna roczna wartość rynkowa produkcji i dystrybucji treści video na poziomie 570 mld USD, wartość polskiego rynku tradycyjnej telewizji to 12 mld zł.

Od 2019 roku polski rynek OTT wzrósł ponad dwukrotnie. W roku 2023 rynek OTT wart był ponad 4,8 mld zł, z czego prawie 98% przychodów wynika z subskrypcji VOD (przychody z subskrypcji VOD wyniosą w Polsce 4,7 mld PLN, z penetracją rynku na poziomie 44%)

Światowy rynek telewizyjnych Platform FAST (2022- 6,9 mld USD , 2023- 28 mld USD)

Postępujące rynkowe procesy migracji widowni telewizji linearnej z sieci kablowych na Platformy FAST, z jednoczesnym dynamicznym rozwojem tych ostatnich również poza obszarem północnoamerykańskim, tworzą rynek w którym telewizja linearna przestaje mieć charakter lokalny ograniczony tylko do konkretnego rynku.

Rozwiązania technologiczne pozwolą już w najbliższych miesiącach wyposażyć oferowane programy telewizyjne w możliwość tłumaczenia dialogów na dowolne języki, co otworzy dalsze możliwości ekspansji rynkowej. Stosowane obecnie rozwiązania insertowania reklam DAI na etapie „ostatniej mili” umożliwi swobodne komercyjne eksploataowanie tego samego programu na wielu różnych rynkach.

Ta rewolucyjna zmiana w zakresie komercjalizowania telewizji linearnej, w połączeniu ze zintegrowaną Platformą streamingową VOD, czyni z nich nowoczesne narzędzia komercyjnej dystrybucji treści video-filmowych, dostosowane do wyzwań współczesnych czasów oraz oczekiwań odbiorców.



Kanały nowej generacji (FAST) dostępne przez internet rewolucjonizują branżę streamingową na całym świecie i trend nie omija lokalnego polskiego rynku. W styczniu 2024 roku Warner właściciel Grupy TVN oraz Platformy Player poinformował o starcie aż 15 kanałów telewizyjnych dedykowanych Platformom FAST. Jest to bez wątpienia potwierdzenie trendu rynkowego który zaczyna pojawiać się również w Polsce.

W styczniu 2024 roku, spółka zależna Emitenta Red Carpet TV Sp. z o.o. otrzymała koncesję na nadawanie filmowo-dokumentalnego kanału „CTV9” w ogólnopolskim multipleksie MUX-8. Kanał ten, oferowany bezpłatnie, nadawany jest przez całą dobę z głównym naciskiem na filmy fabularne, seriale, treści dokumentalne i audycje edukacyjne, adresowane przede wszystkim do widzów od 30 do 80 roku życia.

Otwarta ekspozycja na klienta posiadającego wyłącznie telewizję naziemną pozwala na osiągnięcie 10-krotnie większych wskaźników oglądalności telewizji linearnej oraz minimum 10-krotnie większych wskaźników ratingowych przeliczanych bezpośrednio na przychody ze sprzedaży czasu reklamowego oraz sponsoringu.

Bezpośredni konkurenci nadający na ogólnopolskim multipleksie MUX- 8:

METRO TV

Opiera się na dwóch filarach: ofercie filmowo-serialowej i produkcjach dokumentalnych poświęconych stylowi życia. Propozycje stacji uzupełniają programy rozrywkowe, a także filmy animowane dla dzieci oraz programy publicystyczne.

ZOOM TV

Prezentuje sensacyjne opowieści, dokumenty i skecze znanych polskich kabaretów. W ofercie stacja posiada również programy lifestylowe, filmy fabularne, programy publicystyczne, edukacyjne i poradnikowe.

NOWA TV

Emituje lifestylowe programy, seriale oraz skecze kabaretowe.

WP

Publikuje światowe filmy i seriale nieemitowane wcześniej w polskich kanałach otwartej telewizji, autorskie programy publicystyczne, rozrywkowe oraz szereg programów dokumentalnych i poradniczych, w tym popularnych o remontowaniu i urządzaniu wnętrz.