

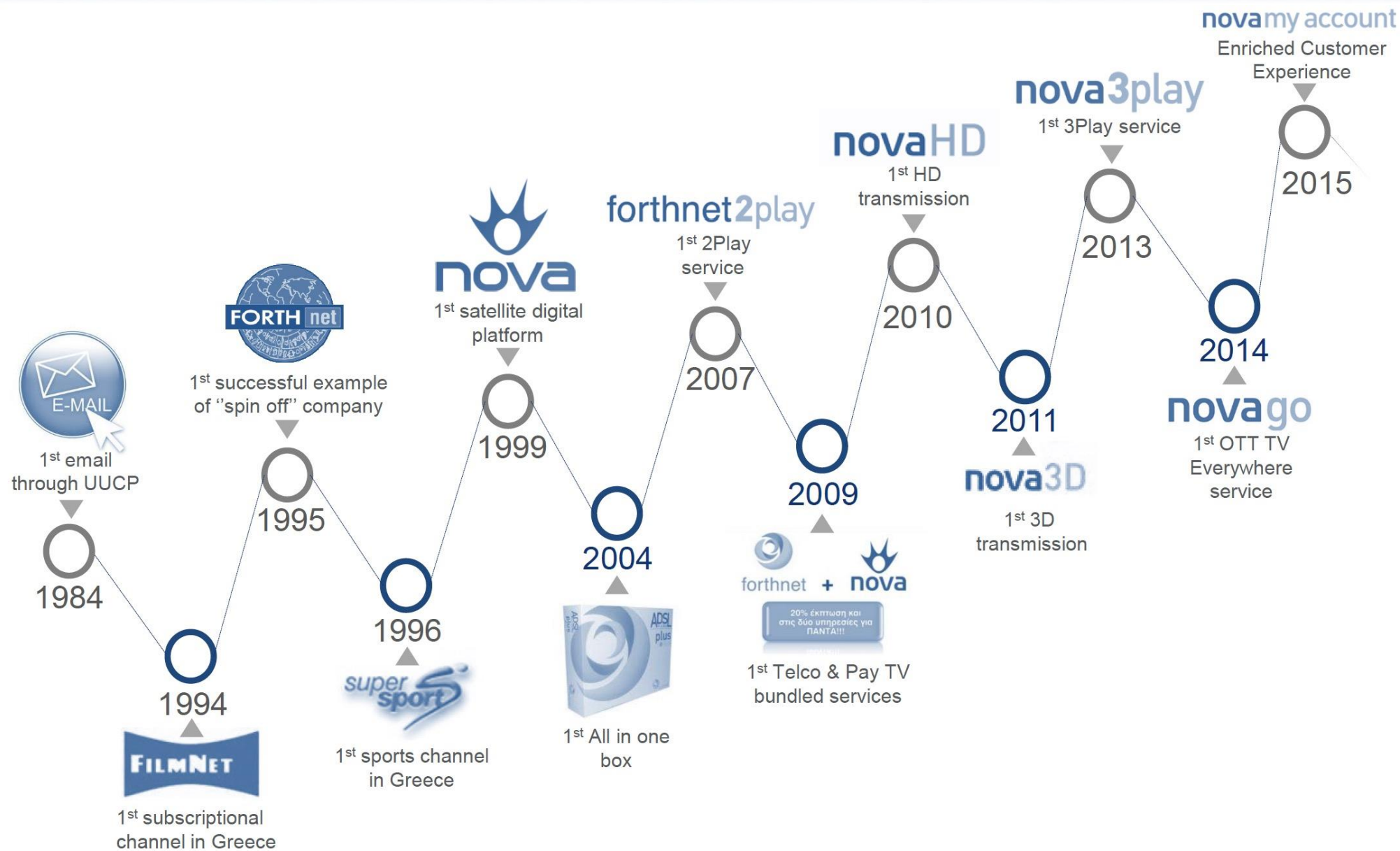


Ψηφιακές Ευκαιρίες και.. 'Αναλογικές' Προκλήσεις

Δορυφορικές υπηρεσίες έναντι εναλλακτικών τρόπων
διανομής περιεχομένου

Ψηφιακές ευκαιρίες και.. 'Αναλογικές' προκλήσεις

To know us better..



Ψηφιακές ευκαιρίες και.. 'Αναλογικές' προκλήσεις

Ένα σύγχρονο τοπίο που αλλάζει συνεχώς



THE DRESSMAKER
Η ΜΟΔΙΣΤΡΑ

«Πριν από το τέλος αυτής της δεκαετίας, το ψηφιακό video θα έχει ξεπεράσει την παραδοσιακή τηλεόραση σαν τον πιο σημαντικό τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι θα περνούν τον ελεύθερο χρόνο τους.»

Robert Kynchl, CBO YouTube

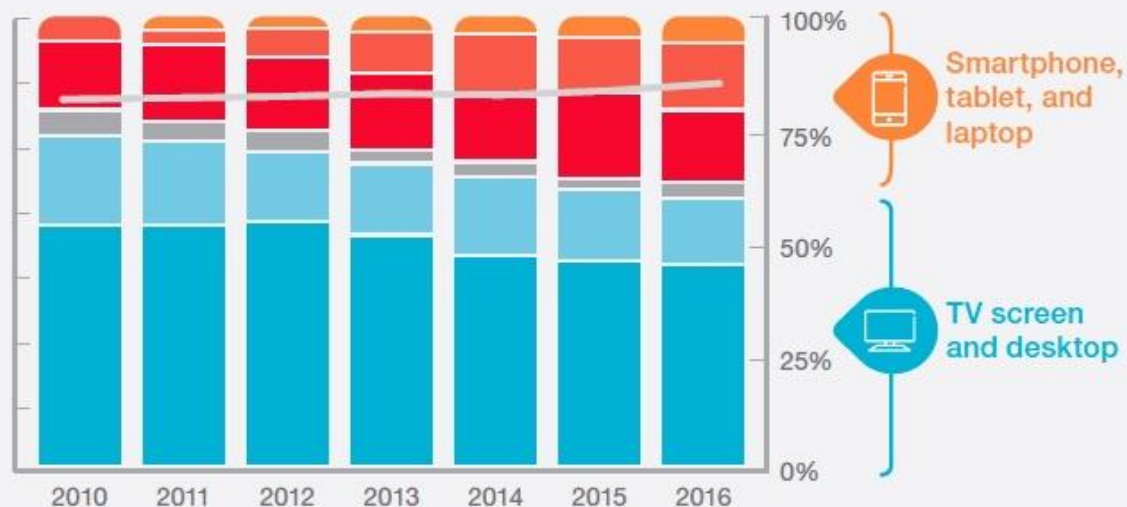
Ψηφιακές ευκαιρίες και.. 'Αναλογικές' προκλήσεις

Ένα σύγχρονο τοπίο που αλλάζει συνεχώς

Μερίδιο συνολικού χρόνου ανά συσκευή & μέσος όρος ωρών/εβδομάδα που δαπανάται βλέποντας τηλεόραση/video

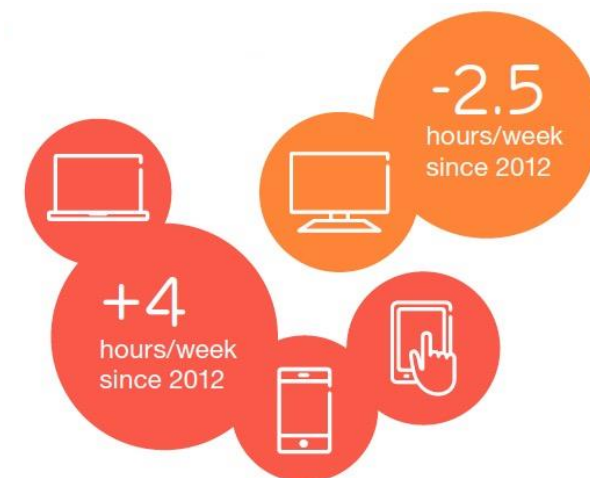
- Tablet
- Smartphone
- Laptop
- Other
- Desktop
- TV
- Total

Source: Ericsson ConsumerLab, TV and Media, 2010-2016
Base: Population aged 16-69**** who watch TV/video at least weekly and have broadband at home in Brazil**, Canada***, China, Germany**, Italy**, Mexico**, Russia**, South Korea**, Spain, Sweden, Taiwan, UK and US
*Trend observed using a three year moving average (quarter, half, quarter). **Includes 2011-2016. ***Includes 2013-2016. ****Age 16-59 covered in 2010-2012



“Περισσότερο από το 52% όλων των θεάσεων video, αυτό το τρίμηνο, πραγματοποιήθηκε από συσκευές mobile...”

Q3 2016 Global Video Index - Ooyala



Ψηφιακές ευκαιρίες και.. 'Αναλογικές' προκλήσεις

Ένα σύγχρονο τοπίο που αλλάζει συνεχώς



ΚΥΠΕΛΛΟ &
SUPERCUP ΙΤΑΛΙΑΣ

Οι αλλαγή των συνηθειών και των προσδοκιών των καταναλωτών είναι ξεκάθαρη

«Οι ώρες γραμμικής θέασης (linear TV) έχουν μειωθεί κατά **16%** σε σχέση με το 2010, την ίδια ώρα που η κατανάλωση περιεχομένου On Demand έχει αυξηθεί κατά **50%**.

Αυτή τη στιγμή η On Demand κατανάλωση περιεχομένου αποτελεί το **43%** της συνολικής τηλεθέασης!»

Q3 2016, Ericsson ConsumerLab TV & Media Report

Το 70% των Αμερικανών τηλεθεατών βλέπουν σειρές και άλλα τηλεοπτικά προγράμματα παρακολουθώντας το ένα επεισόδιο μετά το άλλο! ('Binge-Viewing')

Μόνο τον τελευταίο χρόνο οι μεγαλύτεροι πάροχοι 'παραδοσιακής' συνδρομητικής τηλεόρασης στην Αμερική έχασαν περίπου 800k συνδρομητές, την ίδια ώρα που το 59% των νοικοκυριών πλέον έχει τουλάχιστον μία υπηρεσία περιεχομένου μέσω Internet

Ψηφιακές ευκαιρίες και.. 'Αναλογικές' προκλήσεις

Ένα σύγχρονο τοπίο που αλλάζει συνεχώς



«Από το 2012, το Netflix έχει διαθέσει πάνω από \$1.75 δισ. σε Ευρωπαϊκές παραγωγές μόνο... Το 2017 υπολογίζουμε να ξοδέψουμε παγκοσμίως πάνω από \$6 δισ. σε πρωτότυπες παραγωγές για τα μέλη μας.»

Ιαν. 2017, Netflix's View & Press Releases

Η διείσδυση του Internet στην Ελλάδα έφτασε το 2016 στο 64.8% μόλις 0.4% αύξηση σε σχέση με το 2015

Region	Unique IPv4 Addresses	Average Connection Speed (Mbps)	Average Peak Connection Speed (Mbps)	% Above 4 Mbps	% Above 10 Mbps	% Above 15 Mbps
Denmark	3,079,819	16.6	59.2	94%	60%	39%
Estonia	546,035	11.2	54.3	86%	39%	19%
Finland	2,642,580	17.6	58.8	92%	60%	37%
France	30,734,190	9.7	42.2	75%	27%	14%
Germany	36,982,426	13.7	55.5	89%	47%	27%
Greece	3,388,858	6.9	31.3	81%	10%	3.0%

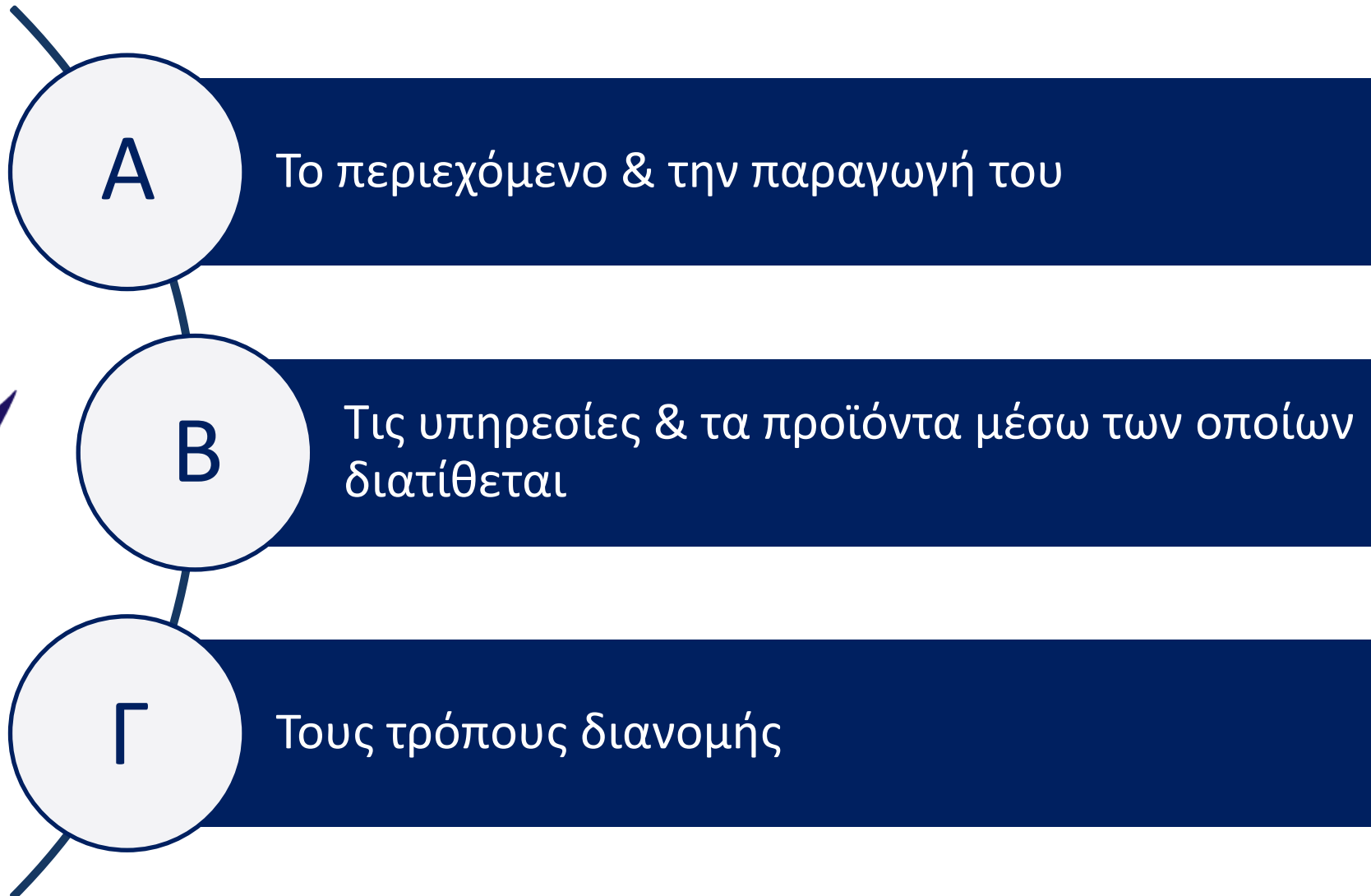
Q3 2016, State of the Internet, AKAMAI

Η διαθεσιμότητα 3G+ δικτύων στην χώρα έφτασε το 2016 στο ±70% με την τιμή/GB όμως να παραμένει υπερδιπλάσια από τον Ευρωπαϊκό μ.ο.

Ιούλ. 2016, Digital Fuel Monitor

Ψηφιακές ευκαιρίες και.. 'Αναλογικές' προκλήσεις

Επηρεάζει το σύνολο του κλάδου



Ψηφιακές ευκαιρίες και.. ‘Αναλογικές’ προκλήσεις

Επηρεάζει το σύνολο του κλάδου

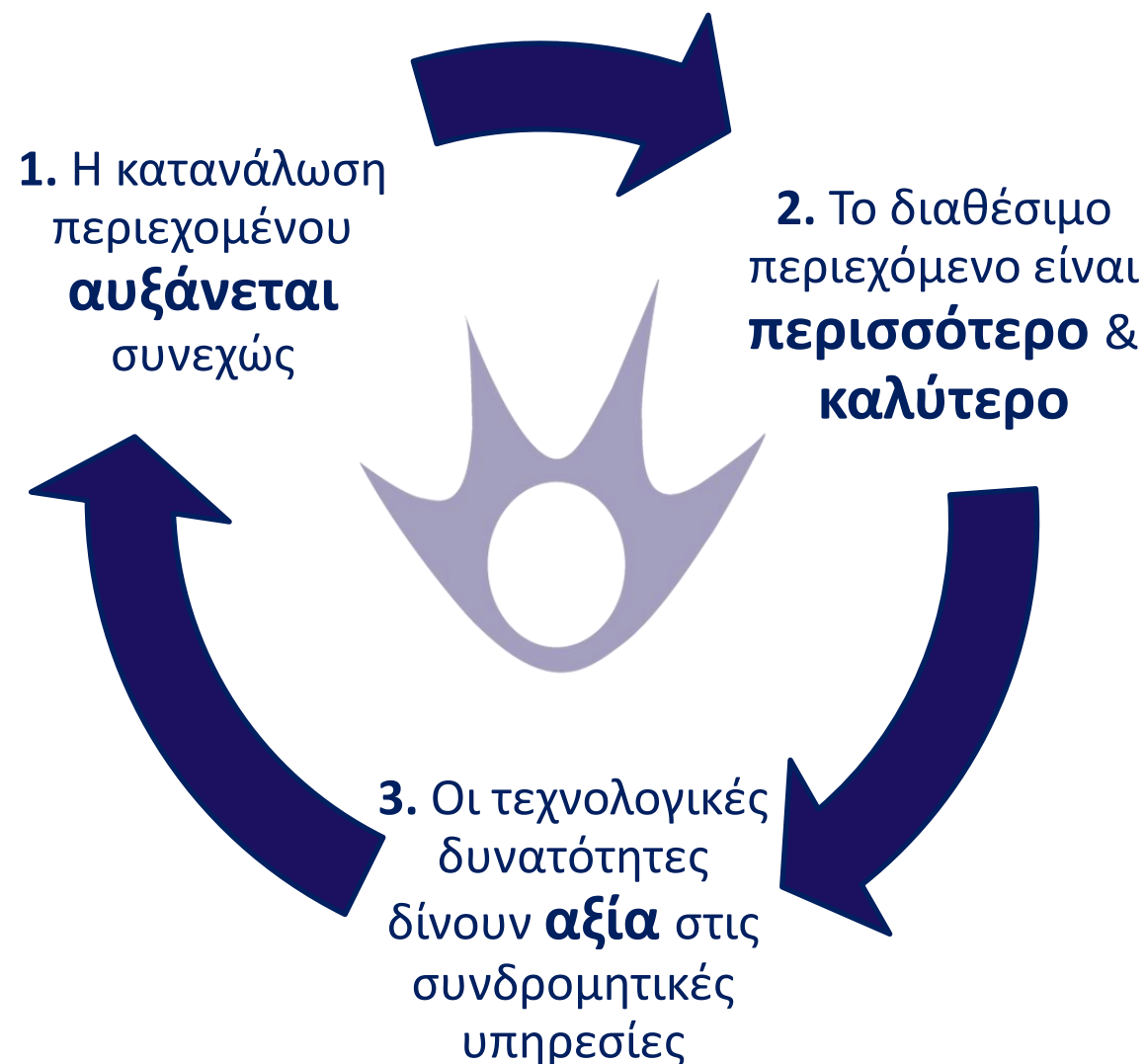


“As with all things in life, the pace of change gets ever quicker, and actually, the challenge is to move at the pace of our consumers.”

Phil Fearnley,
Director, Homepage
& MyBBC, BBC

Ψηφιακές ευκαιρίες και.. 'Αναλογικές' προκλήσεις

Οι ευκαιρίες είναι Ψηφιακές!



1. Η δημιουργία νέας γενιάς υπηρεσιών περνάει μέσα από **συνέργειες**

2. Ο **χρονισμός** της μετάβασης δεν είναι προφανής

3. Η επιλογή των τεχνικών λύσεων εξαρτάται από **πολλούς παράγοντες**

Ψηφιακές ευκαιρίες και.. ‘Αναλογικές’ προκλήσεις

Η επόμενη μέρα..



50 Αποχρώσεις του Γκρι

“The television business is based on managed dissatisfaction... I'd rather make it all about the joy!”

Ted Sarandos, CCO Netflix



Nova. Ζεις καλύτερα