**Jesienią rozrywka wróciła do gry**

* **Dane faktura.pl pokazują, że w październiku 2021 r. firmy zajmujące się rozrywką wystawiły o 45% więcej faktur niż rok temu.**
* **Polskie mikrobiznesy rozwijają usługi rozrywkowe, na których da się zarabiać online (aplikacje, gry).**
* **Ciągle chcemy chodzić też na koncerty i na mecze. Problemem są opóźnienia w płatnościach rat sponsorskich.**

Firmy z szeroko rozumianej branży rozrywkowej to istotna część polskiego mikrobiznesu. To bardzo różne poodmioty - od twórców aplikacji i oprogramowania przez organizatorów koncertów i wystaw po firmy z kategorii obsługi eventów. Przedsiębiorcy, którzy bazują na zdalnych, onlinowych formach działania przez całą pandemię mieli się dobrze, a nawet rozwijali działalność wielokrotnie dołączając do światowej czołówki. Wg raportu SuperData/ Nielsen w 2020 roku światowe zarobki z gier wykorzystujących technologię VR wzrosły aż o 25%, a udział gier mobilnych w globalnym rynku w 2020 wyniósł 73,8 mld dolarów.

Druga grupa to firmy obsługujące koncerty, eventy, mecze itp.

*- Takie firmy przez wiele miesięcy miały ogromne kłopoty z płynnością finansową. Ich zleceniodawcy, czyli duże instytucje kulturalne, organizatorzy imprez czy kluby sportowe, albo zawieszali działalność, albo opóźniali płatności. W tym roku w stosunku do ubiegłej jesieni widać jednak znaczącą poprawę, brak lockdownów pozwolił im działać. Ma to odzwierciedlenie w liczbie wystawianych faktur za pośrednictwem faktura.pl. W tym roku branża rozrywkowa wystawiła w październiku o 45% faktur więcej niż w ubiegłym –* mówiGrzegorz Grodek, prezes faktura.pl – platformy do wystawiania faktur.

**Wśród konkretnych branż, wg kodów PKD**, które wystawiają w tym roku za pośrednictwem faktura.pl więcej faktur są m.in. 9321Z (Działalność wesołych miasteczek i parków rozrywki), 9004Z (Działalność twórcza związana z kulturą i rozrywką), 5911Z (Działalność związana z produkcją filmów, nagrań wideo i programów telewizyjnych), 9329Z (Pozostała działalność rozrywkowa i rekreacyjna), 9001Z (Działalność związana z wystawianiem przedstawień artystycznych), 9002Z (Działalność wspomagająca wystawianie przedstawień artystycznych), 9200Z (działalność związana z grami losowymi i zakładami wzajemnymi).

Spektakularnym przykładem tegorocznego jesiennego powrotu do rozrywki jest 25. części serii filmów o Jamesie Bondzie, czyli "Nie czas umierać". W pierwszy weekend wyświetlania film zebrał rekordową widownię – przeszło 440 tys. osób, co było najlepszym wynikiem w kinach w Polsce od początku pandemii. Niecałe 2 tygodnie po premierze obejrzało go ponad milion osób. Warto zdać sobie sprawę, że chodząc do kina nie tylko powiększaliśmy zyski właścicieli multipleksów, ale także dawaliśmy pracę obsłudze technicznej, dostawcom cateringu, sprzątającym czy sprzedającym bilety. Wiele takich osób pracuje na jednoosobowej działalności gospodarczej.

**Kluby piłkarskie idą po pieniądze**

Rozrywka to także kluby sportowe - piłkarskie, koszykarskie, siatkarskie i inne. Poza czołowymi zespołami, które mają duże i dosyć stabilne przychody, większość z trudem zdobywa sponsorów i środki na bieżące funkcjonowanie. W pandemii spotkały się z dodatkowym kłopotem, bo zamknięte w zeszłym roku trybuny to brak przychodów z tak zwanego „dnia meczowego”. To oprócz biletów także catering, opłaty parkingowe, sprzedaż koszulek czy pamiątek i innych sportowych gadżetów. W tym roku nawet jeśli nie ma pełnych trybun część przychodów z dnia meczowego wpływa na konta.

Kłopoty często są za to ze sponsorami: ci, sami mając problemy, nagminnie opóźniają przelewy wynegocjowanych rat sponsorskich.

*- To nowe zjawisko w polskim świecie finansowania sportu. Kluby piłkarskie zaczęły szukać sposobów, żeby skrócić czas oczekiwania na przelewy od sponsorów. Te zazwyczaj wykonywane są na podstawie kolejnych faktur. W pandemii sponsorzy nalegali, żeby płacić je jak najpóźniej, np. kilka miesięcy po wystawieniu kolejnej faktury. Klubom sportowym trudno było odmówić takim oczekiwaniom. Jednak to oznaczało dla nich kłopot z płynnością i możliwością realizowania zobowiązać wobec zawodników, sztabów szkoleniowych, za korzystanie z obiektów sportowych. Dlatego z takim długoterminowymi fakturami kluby sportowe zaczęły się pojawiać u faktorów. W zamian za prowizję pieniądze otrzymywały od nich od razu, a faktorzy odzyskiwali je po kilku miesiącach. My też mieliśmy kilka takich przypadków*. *W ten sposób finansujemy kontrakty telewizyjne klubu, ale i inne spółki prezesa zarządu klubu* – mówi Mateusz Skowronek, eFaktor – jeden z liderów faktoringu pozabankowego dla MŚP.

Perspektywy długoterminowe firm obsługujących szeroko rozumiane eventy są jednak dobre. Wg Raportu Digital Event 2020/2021 80 proc. pytanych, skłania się do wykorzystywania w przyszłości obu formuł wydarzeń – online i offline, a zaledwie 9 proc. badanych chciałoby organizować jedynie eventy offline. W Polsce badanie „Perspektywy rozwoju branży rozrywki i mediów 2020/2024” PWC wskazuje, że na usługi medialne i rozrywkę w przyszłym roku Polacy wydadzą równowartość 10,5 mld dol., o 9,1 proc. więcej niż w 2021 r.