

Persbericht

Contact: Isabel Box

Pers en communicatie

Tel: + 32 2 302 25 51

Mobiel: + 32 485 31 79 63

E-mail: ibox@deloitte.com

De TMT-voorspellingen van Deloitte Global: de revolutie is begonnen

Artificiële intelligentie wordt zeer reëel door automatisch leren en augmented reality

- Gebruik van automatisch leren van systemen in bedrijven zal dit jaar verdubbelen dankzij nieuwe chips en betere softwaretools
- In 2018 zal de helft van de volwassenen minstens twee betalende digitale abonnementen hebben; tegen 2020 worden dat er vier
- De afname van het traditionele tv-kijken bij jongeren vertraagt wegens verzadiging van de alternatieve tijdsbestedingen, zoals smartphones, sociale media en videopiraterij
- Meer dan een miljard smartphonegebruikers zullen in 2018 minstens één keer augmented reality-inhoud (AR) aanmaken

Brussel – 19 april 2018

2018 wordt een historisch jaar voor technologie, media en telecommunicatie, zo stelt het rapport "Technology, Media & Telecommunications (TMT) Predictions" [Voorspellingen over technologie, media en telecommunicatie (TMT)] van Deloitte. Het voorspelt dat het komende jaar heel wat nieuwe mijlpalen zullen worden bereikt. Sommige ontwikkelingen zullen exponentieel zijn, andere veranderingen zullen haast onopgemerkt plaatsvinden.

In deze 17e editie van zijn rapport voorziet Deloitte grote stappen op het vlak van automatisch leren bij bedrijven, een wereldwijde honger naar digitale abonnementen bij consumenten, geen kantelpunt wat het tv-kijkgedrag bij jongeren betreft, en blijvend smartphonegebruik.

Vincent Fosty, Deloitte Belgium Technology, Media & Telecommunications Leader: "Elk jaar voorspelt Deloitte de grootste trends in technologie, media en telecommunicatie. Dit jaar voorspelden – en zien – we een aantal revolutionaire veranderingen op het vlak van reële toepassingen van artificiële intelligentie via automatisch leren van systemen, en de creatie van totaalervaringen voor consumenten via augmented reality of AR."

Automatisch leren in bedrijven klaar voor de volgende versnelling

Een van de meest exponentiële trends die van invloed zullen zijn op het bedrijfsleven wordt het automatisch leren (ook machinaal leren genoemd), een vorm van artificiële intelligentie die systemen in staat stelt automatisch te leren en beter te worden op basis van hun ervaring, zonder dat ze daarvoor expliciet worden geprogrammeerd. Volgens het rapport van dit jaar zullen bedrijven tegen het einde van 2018 allicht dubbel zoveel gebruikmaken van automatisch leren, en verder wordt verwacht dat dit gebruik nog eens zal verdubbelen tegen 2020. In het TMT Predictions-rapport worden vijf belangrijke elementen belicht die volgens Deloitte tot een intensiever gebruik van automatisch leren in bedrijven zullen leiden, omdat ze dit gemakkelijker, goedkoper en sneller maken: automatisering, gegevensreductie, trainingsversnelling, modelinterpreteerbaarheid en lokaal automatisch leren.

“Veel Belgische organisaties hebben de voorbije twee decennia geïnvesteerd in belangrijke initiatieven op het vlak van datawetenschap. Toch zien we de jongste tijd nog een duidelijke toename van de urgentie en de intensiteit”, zegt Andrew Pease, senior director voor technologie bij Deloitte. Die investering, zo zegt hij, is nodig om traditionele bedrijven relevant en concurrentieel te houden in het tijdperk van de start-ups. “De voorbije twee jaar zien we meer grote organisaties die een chief data officer of een chief analytics officer opnemen in de raad van bestuur, om de mogelijkheden op het gebied van artificiële intelligentie optimaal te benutten, processen te automatiseren en te bepalen welke innovatiegebieden nog niet aangeboord zijn.”

Consumenten bereid te betalen voor digitale media

Deloitte verwijst naar de toenemende bereidheid bij consumenten om te betalen voor digitale inhoud, en voorspelt dat tegen het einde van 2018 zowat de helft van de volwassenen in ontwikkelde landen, zoals België, Duitsland en Nederland minstens twee abonnementen op uitsluitend onlinemedi (betalende nieuwsabonnementen of diensten als Netflix of Spotify) zal hebben. Tegen eind 2020 zijn dit er waarschijnlijk gemiddeld vier.

Die 'online-only' abonnementen worden almaar levensvatbaarder en gebruiksvriendelijker – en dit dankzij apparaten die de toegang tot abonnementdiensten voor onlinemedia vergemakkelijken, de gestaag stijgende breedbandsnelheden en het gemak waarmee abonnees zich kunnen aanmelden. In het rapport van Deloitte wordt geschat dat de meeste digitale abonnementen minder dan 10 euro per maand zullen kosten.

Augmented reality, een dagelijkse realiteit

Augmented reality (AR) of 'toegevoegde realiteit', een speciaal effect dat digitale animaties samenvoegt tot echte beelden, bestaat al tientallen jaren, maar Deloitte ziet deze technologie mainstream worden. Meer dan een miljard smartphonegebruikers zullen in 2018 waarschijnlijk minstens één keer AR-inhoud aanmaken: minstens 300 miljoen van hen zullen dit maandelijks doen, en tientallen miljoenen wekelijks, stelt Deloitte.

AR is dus geen nieuwigheid van 2018, maar wat verschilt is de kwaliteit en het vermogen om inkomsten te genereren. Deloitte voorspelt dat AR-toepassingen in 2018 minstens 100 miljoen dollar zullen opbrengen. Dankzij de vooruitgang in AR-technologie kunnen oppervlakken nauwkeuriger geïdentificeerd worden. Uiteindelijk zullen consumenten zeer goed kunnen inschatten hoe een product in hun woning past: nog vóór de aankoop toont een smartphone-app hoe het item eruit zal zien in hun interieur. Als we vooruitblikken, zou AR de gebruikers nóg meer het gevoel kunnen geven de dingen echt te ervaren.

Een adlergie-epidemie? Advertenties blokkeren in allerlei media

Deloitte voorspelt dat 10 procent van de Noord-Amerikanen ouder dan 18 jaar in 2018 op vier of meer manieren tegelijk advertenties zal blokkeren: we noemen die mensen 'adlergisch'. Ze blokkeren niet alleen advertenties op computers en mobiele apparaten, maar vermijden ze ook bij het gebruik van hun smart-tv, digitale videorecorder of streamingdiensten voor video op aanvraag en muziek. Maar er bestaan ook minder technische manieren om advertenties te blokkeren, zoals van tv- of radiozender veranderen.

Toch blijkt bijna niemand alle advertenties te blokkeren. Advertenties die niet gemakkelijk kunnen worden geblokkeerd, zullen de komende jaren allicht een flinke opmars kennen. Voor adverteerders die erop gebrand zijn zogenoemde 'adblockers' te omzeilen, moeten vooral aandacht hebben voor mobiele en sociale omgevingen. Adlergie is niet zonder gevolgen: blokkeren van advertenties wordt het meest gedaan door jonge mensen met hogere inkomens en een hoger opleidingsniveau – uitgerekend die profielen waar adverteerders op mikken.

Stabiele daling van het tv-kijkgedrag bij 18- tot 24-jarigen, maar geen kantelpunt

Er wordt voorspeld dat het traditionele tv-kijken in de VS, Canada en het VK bij de leeftijdsgroep van 18 tot 24 jaar in 2018 en 2019 met 5 tot 15 procent per jaar zal dalen. Die daling is vergelijkbaar met de cijfers van de voorbije zeven jaar en stabiliseert. Het rapport schat dat 18- tot 24-jarigen wereldwijd in 2018 minstens 80 tot 120 minuten per dag tv zullen kijken, afhankelijk van het seizoen.

De markt met alternatieven voor de traditionele tv (zoals smartphones, sociale media en videopiraterij) – die jongeren van de beeldbuis hebben weggelokt – raakt in de drie grote Engelstalige gebieden stilaan verzadigd.

###

Over het rapport

Het rapport van Deloitte Global met TMT-voorspellingen verscheen dit jaar voor de 17e keer. Het blikk vooruit op de belangrijkste globale trends voor de komende 1 tot 5 jaar in de sectoren technologie, media en telecommunicatie.

Deloitte in België

Deloitte is met meer dan 3.800 medewerkers en 11 kantoren in België de grootste organisatie op het gebied van audit, accounting, juridisch en belastingadvies, consulting en financial advisory services.

Onze dienstverlening richt zich zowel naar de grootste nationale en internationale ondernemingen als naar kmo's, de publieke sector en non-profit organisaties. Deloitte België is een onafhankelijke en zelfstandige organisatie en een member firm van Deloitte Touche Tohmatsu Limited. Voor het boekjaar 2017 werd een omzet gerealiseerd van 480 miljoen euro.

Deloitte Belgium CVBA is de Belgische verbonden onderneming van Deloitte NWE LLP, een lid van Deloitte Touche Tohmatsu Limited die zich richt op de hoogste kwaliteit bij het leveren van professionele dienstverlening en advies. De dienstverlening is gebaseerd op een wereldwijde strategie voor meer dan 150 landen. Daartoe is de expertise beschikbaar van meer dan 263.900 professionals in alle werelddelen. Voor het boekjaar 2017 bedroeg de omzet meer dan 38.8 miljard US dollar.

Deloitte verwijst naar een of meerdere member firms binnen DTT Limited, dat een besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid is in de UK, en het netwerk van haar member firms, die elk een juridisch aparte en zelfstandige eenheid zijn. Bezoek <http://www.deloitte.com/about> voor een meer gedetailleerde beschrijving van de wettelijke structuur van Deloitte Touche Tohmatsu Limited en haar member firms.