

### NOTA DE PRENSA

## **El consumo de videojuegos en España se sitúa en los 1.245 millones de euros y mantiene a nuestro país como cuarto mercado europeo en 2010**

- **La venta de videojuegos alcanzó los 631M€, el hardware 489M€ y los periféricos y accesorios 125M€**
- **En total, en España se vendieron 26.130.000 unidades, lo que supone un descenso del 2,94% respecto a 2009**

**Madrid, 23 de marzo de 2011-** El consumo de videojuegos en el mercado español alcanzó en 2010 un valor de 1.245M€; una cifra un 5,2% menor a la registrada en 2009, pero con la que España mantiene su posición como cuarto mercado europeo en consumo.

En concreto, según los datos recogidos por aDeSe a través de la auditora Gkf, el consumo de software en el mercado español supuso 631M€, el hardware 489M€ y los periféricos y accesorios 125M€.

En relación al número de unidades vendidas, el mercado español alcanzó la cifra de 17.894.000 unidades de software, 5.884.000 en periféricos y accesorios y 2.352.000 consolas. En total, 26.130.000 unidades, lo que supone un -2,94% respecto a 2009.

Este leve retroceso también se ha reflejado en los datos de inversión publicitaria 2010. Durante el pasado ejercicio la inversión de la industria del videojuego en soportes publicitarios fue de 172.893.832 euros (-4,3% respecto a 2009).

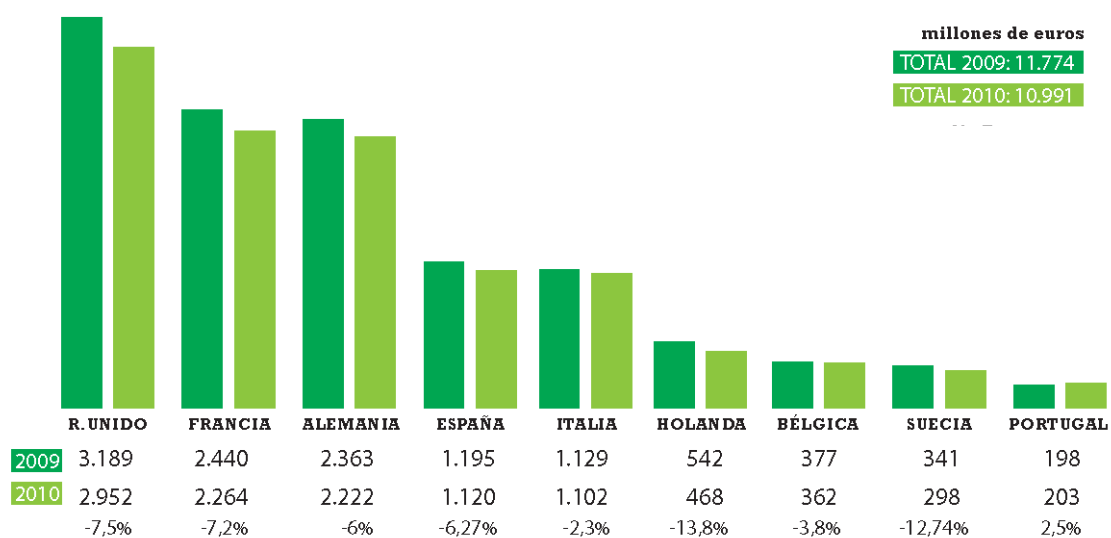
A pesar de este descenso, España se sitúa por debajo de la caída media registrada en Europa, (-6,65% en los segmentos de software y hardware), lo que le da un mayor valor si se tiene en cuenta que la economía española es una de las más afectadas por la crisis y que nuestro país el principal foco de descargas ilegales a nivel mundial.

### **Mercado europeo**

La industria europea del videojuego experimentó una leve caída en 2010 fruto del retroceso aún vigente en las economías mundiales. En total, el consumo en los principales mercados europeos del software y hardware de entretenimiento –Reino Unido, Francia, Alemania, España, Italia, Holanda Alemania, Bélgica y Portugal- alcanzó un valor de 10.991 millones de euros, una cifra un 6,65% menor a la registrada en 2009 (11.774 millones de euros )

Atendiendo a los principales segmentos de consumo (Hardware y software, excluidos periféricos), la cifra de consumo del mercado español en 2010 fue de 1.120M€.

## Mercado europeo. Valor absoluto (Software y hardware, excluido periféricos)



## Mercado español del software (Total Consola +PC)

En lo que respecta al valor del consumo de software por plataforma, PS3 (34,54%), Wii (25,67%), Nintendo Ds (11,09%) Xbox360 (10,45%) y PSP (6,97%) se repartieron la mayoría del mercado. Por su parte, los juegos para PC acapararon el 6,97%.

El mismo ranking se mantiene en cuanto a unidades vendidas. Así, PS3 (24,41%) y Wii (21,51%) ocuparon los dos primeros puestos, seguidos de Nintendo Ds (15,53%), PC (12,2,2%) y PSP (9,66%) y Xbox 360 (8,46%)..

	2009		2010	
	UNIDADES (miles)	VALOR (M€)	UNIDADES (miles)	VALOR (M€)
<b>TOTAL SOFTWARE</b>	<b>17.900</b>	<b>633,44</b>	<b>17.894</b>	<b>631</b>
PC GAMES	2.550	52,45	2.200	44,00
PS3	3.360	171,06	4.369	218,00
PS2	2.340	57,00	1.450	27,00
PSP	1.540	42,97	1.730	44,00
XBOX360	1.320	60,93	1.515	66,00
Wii	3.630	166,87	3.850	162,00
DS	3.160	82,16	2.780	70,00

## **Mercado español de software para consola**

Analizando la **concentración de las ventas** de software para consola, según los datos extraídos del análisis, se observa que los títulos del Top 10 de ventas representaron el 14,8% del mercado.

En cuanto al **género**, resulta significativo el hecho de que en 2010 se produjo un notable crecimiento en el sector de los juegos tradicionales- la única categoría de juego que registró cifras de crecimiento positivas-. Los juegos tradicionales, teniendo en cuenta el número de unidades vendidas, acapararon en 2010 el 79,3% del mercado, seguidos de los juegos sociales 11,8%, los juegos de simulación 4,1%, salud 2,5% y desarrollo intelectual 2,1%.

Atendiendo a la **clasificación PEGI**, en 2010 el 43,9% de los juegos lanzados al mercado fueron clasificados con el icono prescriptor 3, el 18,1% con 7, el 31,7% con 12, el 9,8% con 16 y sólo el 6% obtuvo la clasificación 18.

## **Mercado español del software para PC**

Para PC, los videojuegos más vendidos en función del género fueron los de aventura con un 19,1% del mercado, estrategia con un 18,9% y acción con el 15,9%

## **Mercado español del hardware**

En lo relativo al consumo hardware, de los 489M€ alcanzados, 322M€ provinieron del consumo de consolas de sobremesa y 167M€ de consolas portátiles. En relación al número de unidades vendidas (2.352.000), 1.342.000 correspondieron a consolas de sobremesa y 1.010.000 a consolas portátiles.

## **Los videojuegos en España**

A pesar del descenso en el consumo, los videojuegos siguen siendo la primera industria de ocio audiovisual e interactivo. De hecho, superan ampliamente en valor las cuotas registradas por el resto de industrias del sector. (Cine DVD y música).

Según datos del Observatorio INTECO, el 40% de los hogares españoles con menores dispone de una videoconsola y el 18% de una videoconsola portátil, lo que da muestra de la penetración de esta industria en los hábitos de consumo sociales.

Analizando el consumo en función de la edad de los gamers se observa que los videojuegos ya no sólo son la opción de ocio preferida por los más jóvenes, sino que empieza a ser un hábito de ocio muy común entre la población adulta.

El 72% de los niños y adolescentes de nuestro país afirma que les gusta jugar a los videojuegos y hasta el 62% de los menores españoles juega de forma habitual, dedicando una media de 5,2 horas a la semana; un porcentaje que asciende al 83% en el caso de los menores que juegan online según el informe Digital Literacy and Safety Skill publicado en marzo de 2011. Pero además, cada vez es mayor el número de aficionados en la edad adulta, principalmente por la multiplicación de los jugadores casual.

Según el estudio sobre el perfil del videojugador europeo elaborado por ISFE (Interactive Software Federation of Europe) en 2010, el 25,4% de los adultos residentes en Europa jugaban a videojuegos -24% en España-. Esto supone que más de 95 millones de adultos europeos juegan regularmente.

## **Piratería y desarrollo de la industria española**

Entre los motivos que pueden explicar el retroceso del consumo, además de la constatada desaceleración económica mundial, podemos encontrar el rápido aumento en el volumen de descargas ilegales que se ha venido experimentando. Basta observar que en último semestre de 2009 la tasa de piratería de la industria del video juego era del 52,3%, mientras que en el primer semestre de 2010 ya alcanzaba el 60,7%.

Por otra parte, resulta relevante la inclusión de nuestro país por cuarto año consecutivo en el "Informe 301"; un documento realizado por la Alianza Internacional para la Propiedad Intelectual (IIPA) en el que se señalan los focos de piratería digital más activos del mundo. Este informe señala a España como uno de los cinco países como mayor volumen de descargas ilegales a nivel mundial y como número dos en el número de intercambios de juegos mediante redes de P2P per capita. Teniendo en cuenta estas magnitudes, es posible deducir la influencia de la piratería los resultados económicos del año, y por ende en el desarrollo de la industria española.

La industria española del videojuego tiene ante sí dos grandes retos: la lucha contra la piratería y el desarrollo de una verdadera industria local que contribuya en la generación de riqueza y empleo.

Nuestro país, pese a ser el cuarto país europeo y el sexto a nivel mundial en consumo de videojuegos, se encuentra a la cola en desarrollo local, con una tasa de producción nacional que no supera el 1% respecto al consumo, frente al 15% estimado de media europea.

Asumida la necesidad de un cambio en el modelo económico-productivo, y de apostar por la innovación como motor para superar la crisis, España hoy desaprovecha las grandes oportunidades que puede ofrecer el sector de ocio audiovisual e interactivo con mayor proyección de crecimiento: el videojuego.

Para aDeSe es prioritario el impulso de la industria de desarrollo en España y para ello es preciso que se realice un esfuerzo por acabar con la piratería, algo necesario para la generación de un entorno de confianza que atraiga la inversión. Asimismo, la actuación gubernamental debe impulsar la transferencia de know tecnológico, la implantación de empresas en nuestro país mediante políticas de incentivos atractivas y fomentar el talento local desarrollador a través de planes específicos.

### **ACERCA DE aDeSe**

La Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (aDeSe), se constituyó en octubre de 1997 con el firme propósito de representar y contribuir al desarrollo de la industria del sector y de sus asociados. aDeSe está integrada actualmente por 15 empresas que representan más del 90% del consumo en el mercado español. Activision-Blizzard, Digital Bros, Disney Interactive, Electronic Arts, GAME, Koch Media, Microsoft, Namco Bandai Partners Ibérica, Nintendo, Sega, Sony Computer Entertainment, Take Two Interactive, THQ, Ubisoft y Warner Interactive Entertainment.

Más información [www.adese.es](http://www.adese.es)

### **Gabinete de prensa de aDeSe:**

Marta Frau / Juan Gabriel Corral

Tel: 91.577.92.72

[marta.frau@evercom.es](mailto:marta.frau@evercom.es); [juangabriel.corral@evercom.es](mailto:juangabriel.corral@evercom.es)