

DOSSIER DE PRENSA 2016



A E V I
ASOCIACIÓN
ESPAÑOLA DE
VIDEOJUEGOS

1 AEVI

El nacimiento de AEVI (Asociación Española de Videojuegos) se produce en 2014 tras la refundación de aDeSe y supone un paso adelante para el refuerzo del sector del videojuego en nuestro país. La Asociación se posiciona ante la sociedad y las instituciones públicas como un verdadero referente industrial en nuestro país.

De esta forma, AEVI aglutina a todos los agentes implicados en la cadena de valor del videojuego –editores, desarrolladores, comercializadores, etc. - en una asociación común con el propósito de fortalecer y defender los intereses de una de las industrias tecnológicas con mayor proyección en nuestro país. Esto supone el impulso decisivo del sector del videojuego para reivindicar su fortaleza y relevancia como una de las principales industrias tecnológicas en términos de innovación y consumo.

AEVI trabaja en la consolidación de este sector en nuestro país para aprovechar todas las oportunidades de generación de riqueza y empleo que la industria del videojuego ya está ofreciendo en otros países de nuestro entorno.

2 Los asociados

Las compañías asociadas a AEVI representan actualmente más del 90% del mercado de distribuidores en España. Además, desde 2014 AEVI ha incorporado a asociados del mundo de desarrollo local, como BadLand Games y Novarama.

Así, las compañías asociadas son:

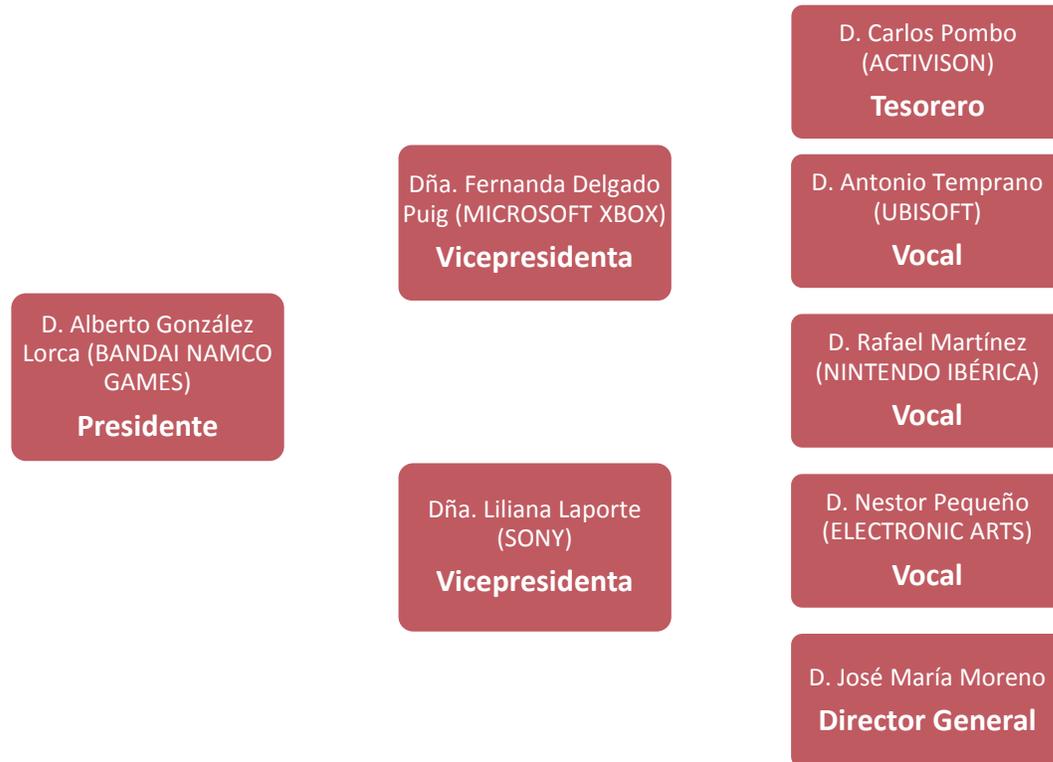
- ACTIVISION-BLIZZARD
- BADLAND GAMES
- BANDAI NAMCO GAMES
- DISNEY
- ELECTRONIC ARTS
- GAME
- KOCH MEDIA
- MICROSOFT IBÉRICA
- NINTENDO
- NOVARAMA
- SONY COMPUTER ENTERTAINMENT
- TAKE TWO INTERACTIVE
- UBISOFT
- WARNER INTERACTIVE

3 Objetivos institucionales de AEVI

AEVI trabaja para la consecución de unos objetivos que guían toda su actividad. Estos son:

- Promover el **desarrollo de la industria local** en nuestro país, favoreciendo el atractivo de inversión de España y contribuyendo con ello a la generación de riqueza y empleo en el sector del videojuego.
- **Colaborar con las Administraciones Públicas e instituciones decisoras** en el desarrollo de programas e iniciativas para el impulso de una industria local del videojuego en nuestro país.
- **Defender los intereses de todos los agentes implicados** en la cadena de producción de la industria.
- Velar por un **modelo sostenible y de futuro** para el sector, que pasa por la defensa de la propiedad intelectual y la innovación en las fórmulas de oferta y comercialización de productos en un entorno de convivencia entre el mercado físico y el online.
- Generar una **proyección positiva** en torno al carácter cultural e innovador del sector, promoviendo un consumo plural, pero también una actitud responsable por parte del consumidor en relación al respecto de la calificación PEGI.

4 Estructura organizativa



5 El sector del videojuego en España

Durante 2014 el mercado de los videojuegos en nuestro país ha consolidado la mejoría iniciada en 2013 y se posiciona como **la primera industria de ocio audiovisual e interactivo de nuestro país**. Y es que durante el pasado año el consumo en el sector del videojuego en España alcanzó la cifra de **996 millones de euros, un 6,8% más** que en el ejercicio anterior. Esta La venta física representó 755 millones (fuente Gfk) y la online un valor estimado de 241 millones (fuente Gametrack –ISFE-).

Por segmentos, el software generó 364 millones de euros, el hardware 301 millones y los accesorios y periféricos 90 millones de euros, según los datos publicados por AEVI y facilitados por Gfk.

En cuanto a la tipología de software para consola, los juegos tradicionales siguen siendo los líderes del mercado y suponen el 87,1% de todas las unidades vendidas. En concreto, los juegos de acción y aventura gráfica, seguidos de los de deporte y race/rally (videojuegos de conducción), son los preferidos por los españoles.

Con respecto a los usuarios y según datos de ISFE (La Federación Europea de Software Interactivo), **en España ya hay 13 millones de usuarios de videojuegos, un 36% del total de la población.** Esta cifra posiciona a nuestro país entre las cuatro plazas europeas con mayor número de usuarios, sólo por detrás de Francia, Alemania y Reino Unido. Los gamers españoles de entre 11 y 64 años dedican de **media 5,9 horas semanales a jugar videojuegos.**

Asimismo los videojuegos llegan cada vez a más públicos. Según un reciente estudio de AEVI sobre Videojuegos y Adultos, casi el 40% de los adultos españoles juega a videojuegos, de los que el 26,2% son jugadores habituales. Además, de los hombres juega el 45,3% y de las mujeres el 32,8%. Cabe destacar que sólo el 16,8% considera que los videojuegos son algo exclusivamente para jóvenes o niños y que para el 64,9% de los jugadores con hijos, los videojuegos les ayudan de alguna forma a estrechar lazos con ellos.

Con respecto al tipo de juego, los videojugadores españoles se decantan por los juegos físicos (7,9 millones), seguidos de los online (5 millones). Las aplicaciones móviles son la opción preferida de 4,9 millones de jugadores.

6

Consumo responsable

AEVI promueve un consumo responsable de los videojuegos y para ello lleva a cabo campañas de concienciación con el fin de que los adultos que regalan videojuegos a los menores conozcan y tengan en cuenta el Sistema PEGI (Pan European Game Information). Se trata del mecanismo de autorregulación diseñado por la industria para dotar a sus productos de información orientativa sobre la edad adecuada para su consumo.

De esta manera, no caben errores de interpretación sobre lo que es apto para cada consumidor, ya que este podrá comprender de antemano el tipo de contenidos que encontrará y realizar una elección libre e informada.

El Sistema PEGI integra también una etiqueta PEGI Online en los juegos que ofrecen la funcionalidad de jugar en línea. De esta manera, sólo los operadores de contenidos online que cumplan los requisitos establecidos en el Código de Seguridad Online, POSC (Pegi Online Safety Code) podrán mostrar la etiqueta. Cabe destacar que los contenidos de las plataformas digitales de Google Play, Microsoft o Nintendo están calificadas con el Sistema PEGI.

Asimismo, el Sistema PEGI integra la etiqueta PEGI OK, en respuesta a las nuevas necesidades sociales. Una de las tendencias más reseñables de la industria del videojuego es el consumo de los “casual games”, aquellos juegos de bajo coste que se pueden descargar desde Internet para teléfonos, ordenadores y dispositivos similares.

7 Defensa de la propiedad

La lucha contra la piratería es uno de los principales objetivos de AEVI. Así, la Asociación lleva a cabo una labor continuada para conseguir una legislación más estricta en esta materia que ayude a acabar con las prácticas ilegales a la hora de adquirir videojuegos.

Ese esfuerzo se ha visto recompensado en los últimos meses con reformas significativas. Por un lado, la reforma de la Ley de Propiedad Intelectual y la Ley de Enjuiciamiento Civil que ha dado una cobertura reforzada a las actuaciones de la Sección Segunda respecto al bloqueo de las webs de enlaces ilegales y posibilitaba las acciones civiles contra la defraudación de propiedad intelectual.

Además, la reforma del Código Penal, aprobada finalmente por el Congreso a finales de marzo de 2015, aclara los tipos delictivos en materia de Propiedad Intelectual, al tiempo que facilita aún más la persecución de las actividades aparejadas al *hackeo* de videoconsolas y aclara que es ilegal la fabricación, importación, comercialización o posesión con fines comerciales de estos mecanismos, fijando penas de cárcel de hasta tres años.

No obstante, AEVI sigue sumando esfuerzos para continuar avanzando en esa dirección y acabar con los millones de descargas ilegales que se producen cada año. Según el

Observatorio de la Piratería 2014, de la Coalición de Creadores e Industrias de Contenidos, en 2014 se produjeron 240 millones de descargas ilegales y 2 millones de pirateos en formato físico. Todo esto supuso un lucro cesante de 226 millones de euros.

Por último, cabe destacar la continua colaboración que mantiene AEVI en esta materia con otras instituciones como la FAP (Federación para la Protección de la Propiedad Intelectual) o la Coalición de Creadores e Industrias de Contenidos.

8 Fact Sheet

- La industria del videojuego es la principal de ocio audiovisual e interactivo de nuestro país, con una facturación anual de casi **1.000 millones de euros** (AEVI-GFK), superando a otras como la del cine.
- La **presencia femenina** entre los videojugadores es cada vez mayor y ya representan el **45%** por delante de países como Reino Unido. (ISFE)
- El **36% de la población española** juega a videojuegos y dedica una media semanal de 5,9 horas. (ISFE)
- Los que más juegan a videojuegos son los de edades comprendidas **entre los 6 y 14 años**. (ISFE)
- **Casi el 40% de los adultos españoles** juega a videojuegos y el 26,2% de ellos lo hace de forma habitual. (AEVI-SIGMADOS)
- Cerca del **65% de los progenitores** considera que jugar a videojuegos con sus hijos les ayuda a estrechar lazos con ellos. (AEVI-SIGMADOS)
- **Sólo el 16,8%** considera que los videojuegos son algo exclusivamente para jóvenes o niños.

- Actualmente hay casi **400 compañías** de desarrollo de videojuegos, 70 empresas más que en 2013, lo que supone un incremento del 21%.
- La Comisión de Mercado Interior del Parlamento Europeo ha reconocido en un informe que los **videojuegos pueden ser beneficiosos** porque promueven la creatividad y la cooperación.
- El videojuego está reconocido por el Parlamento español como **Industria Cultural** desde el año 2009.
- Se estima que el sector de los videojuegos doblará sus cifras de empleo y en 2019 podría generar **7.217 empleados** de alta cualificación (Libro Blanco DEV).
- Los videojuegos tienen un **gran potencial didáctico** y mejoran las habilidades cognitivas de los alumnos, les motivan para que superen retos, aumentan su orientación espacial y ayudan a resolver problemas.
- Una reciente investigación publicada en la revista *Nature* muestra que los videojuegos de acción **activan redes neuronales** y se emplean para la neurorehabilitación de pacientes.

9 Dirección y contacto de Prensa

AEVI

C/ O´donnell, 34 3º D,
28009 Madrid
info@aevi.es

Gabinete de Prensa

Elena Fernández elena.fernandez@evercom.es
Verónica Muñoz veronica.munoz@evercom.es
Evercom T: 91 577 92 72



AEVI
ASOCIACIÓN
ESPAÑOLA DE
VIDEOJUEGOS

