

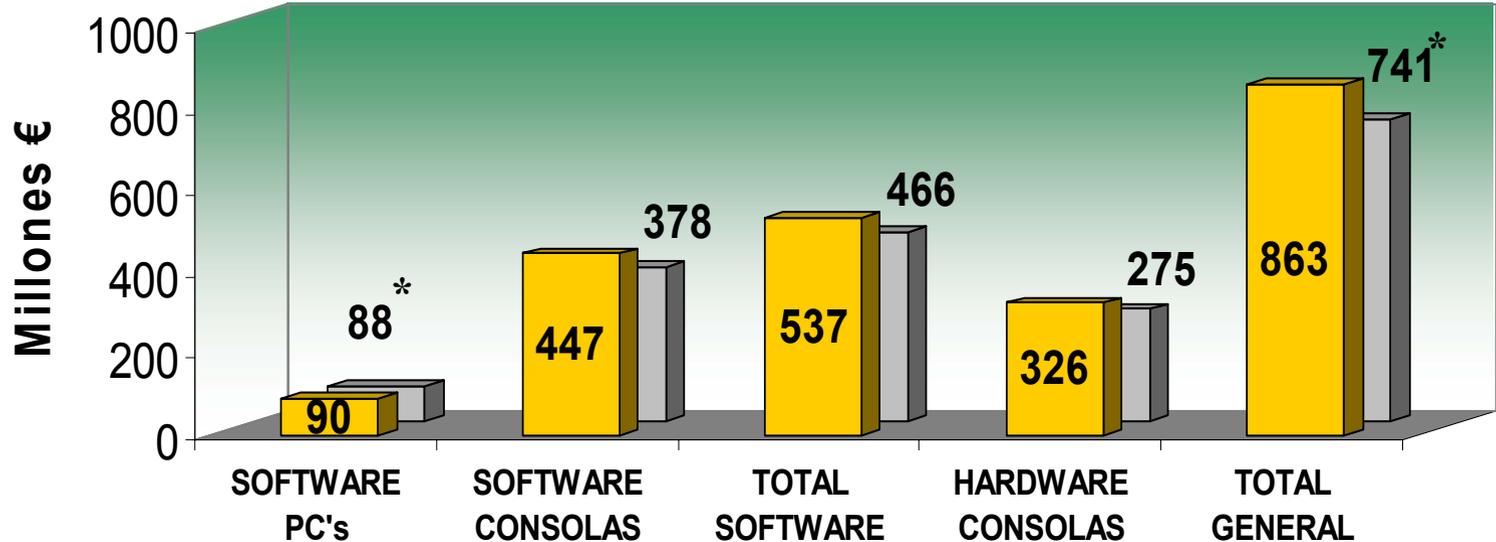
aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento

Videojuegos

Resultados 2005

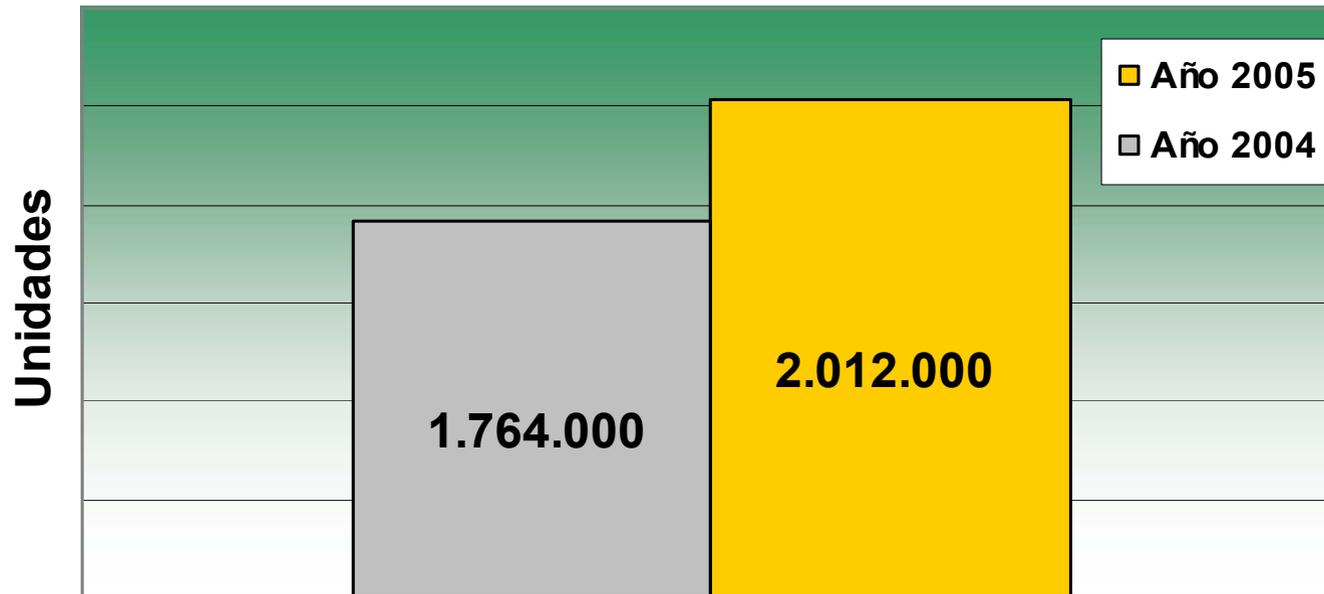
CONSUMO DE SOFTWARE Y HARDWARE EN VALOR DE LOS VIDEOJUEGOS EN ESPAÑA



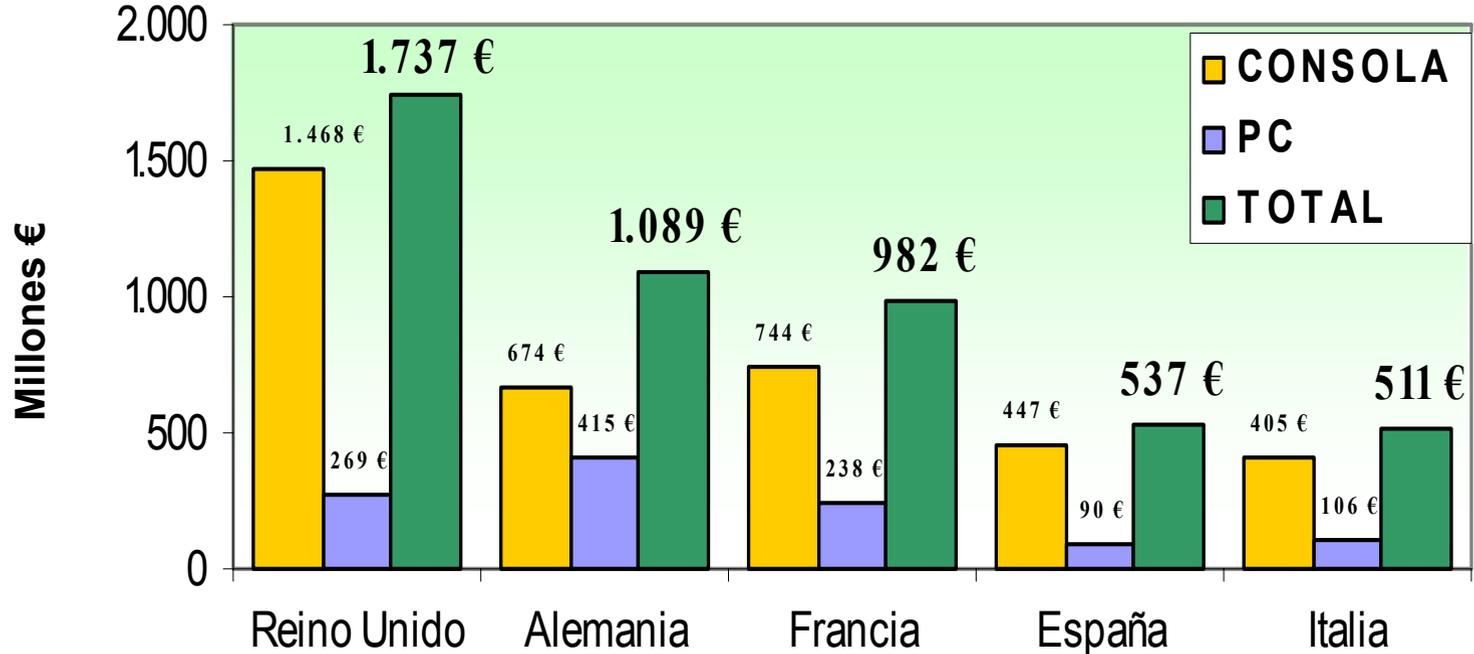
* Ajuste en 49 Mill.€ por corresponder a productos ajenos al softw.de entretenimiento totalizado en plataforma PC en 2004 y compuesto por 88 Mill.€ de videojuegos + 49 Mill.€ de programas de utilidades = 137 Mill.€ que junto con los 378 Mill.€ en softw.de consola totalizaron los 790 Mill.€ de consumo total en 2004.

■ Año 2005
■ Año 2004

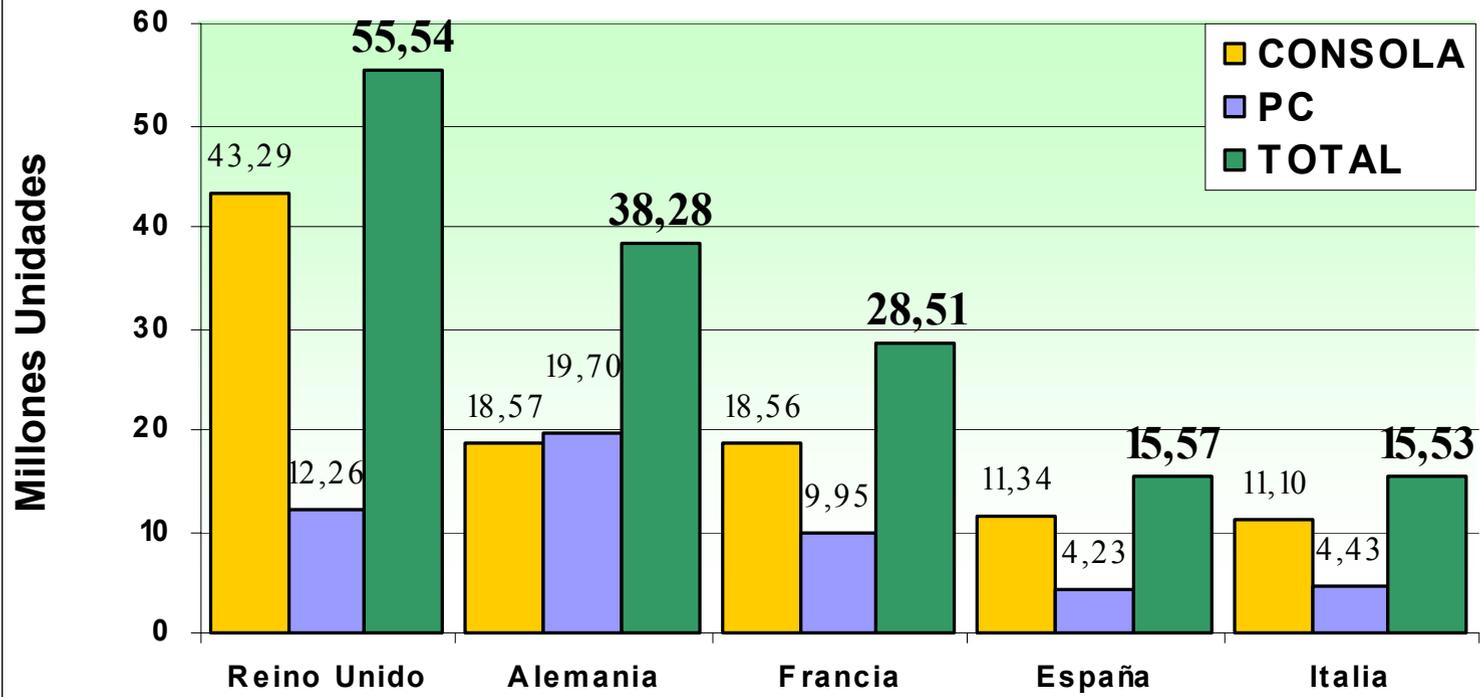
CONSOLAS DE VIDEOJUEGOS EN UNIDADES



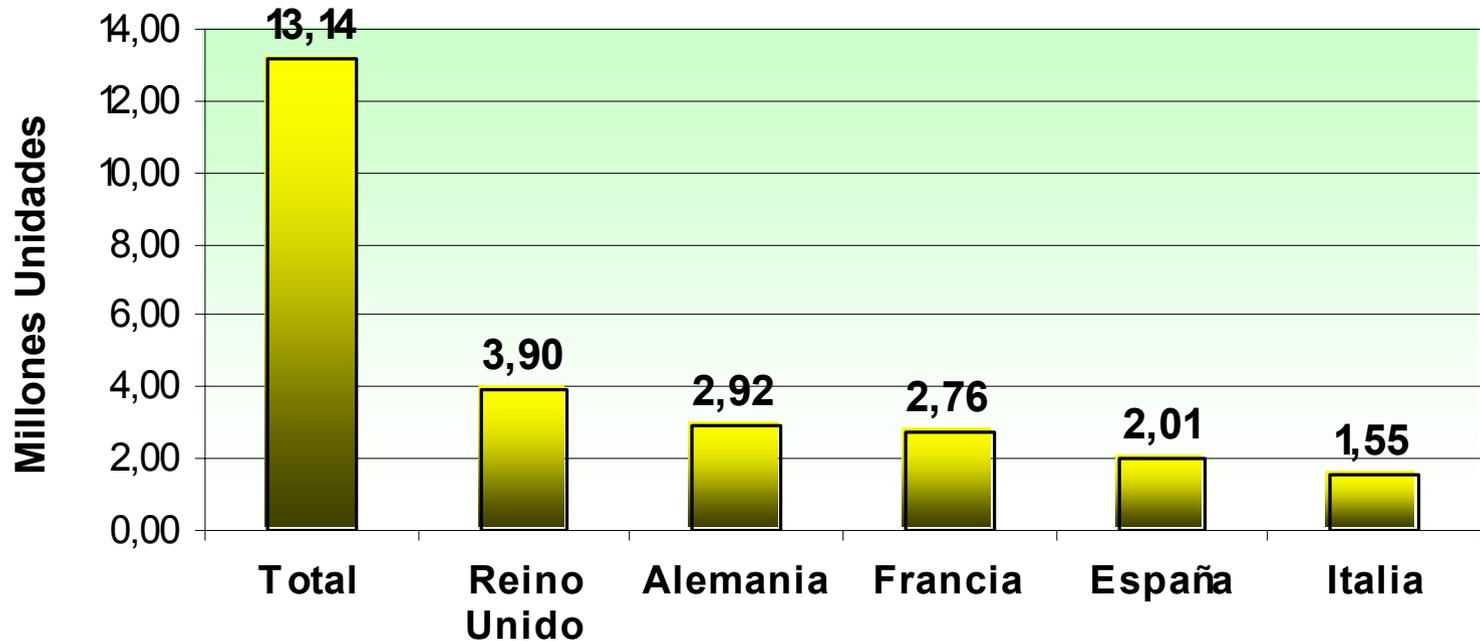
Top 5 Europeo del Software en Valor en PC y Consolas en 2005



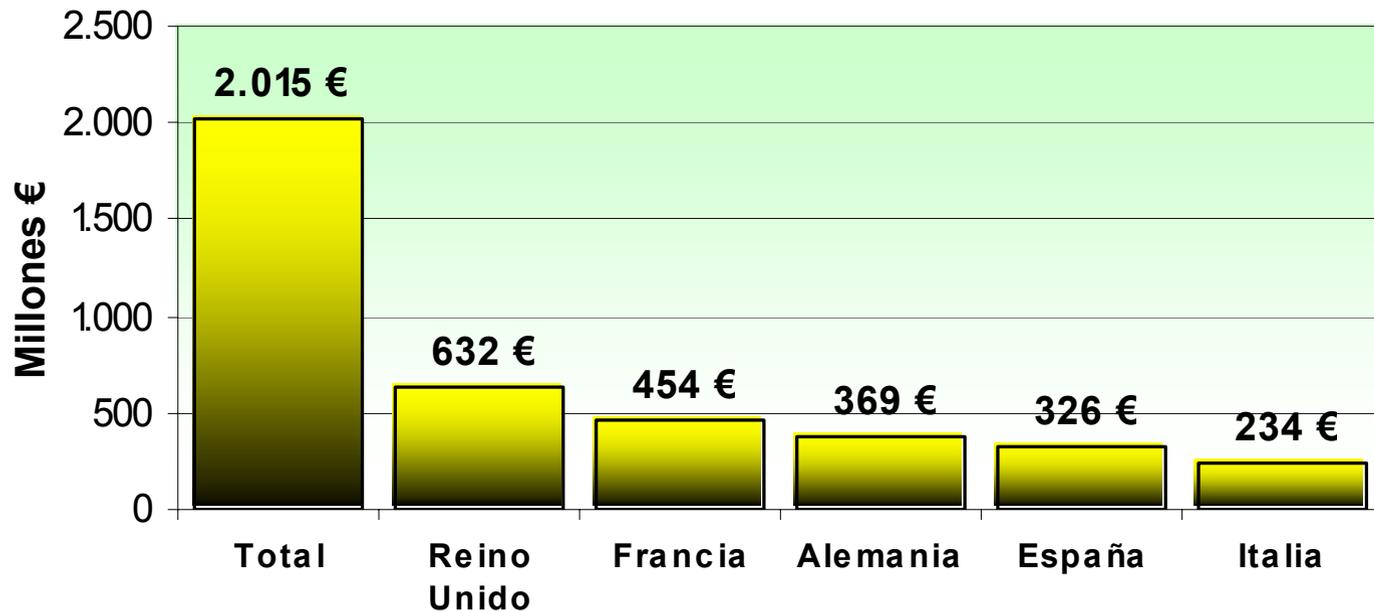
Top 5 Europeo del Software en Unidades de PC y Consolas en 2005



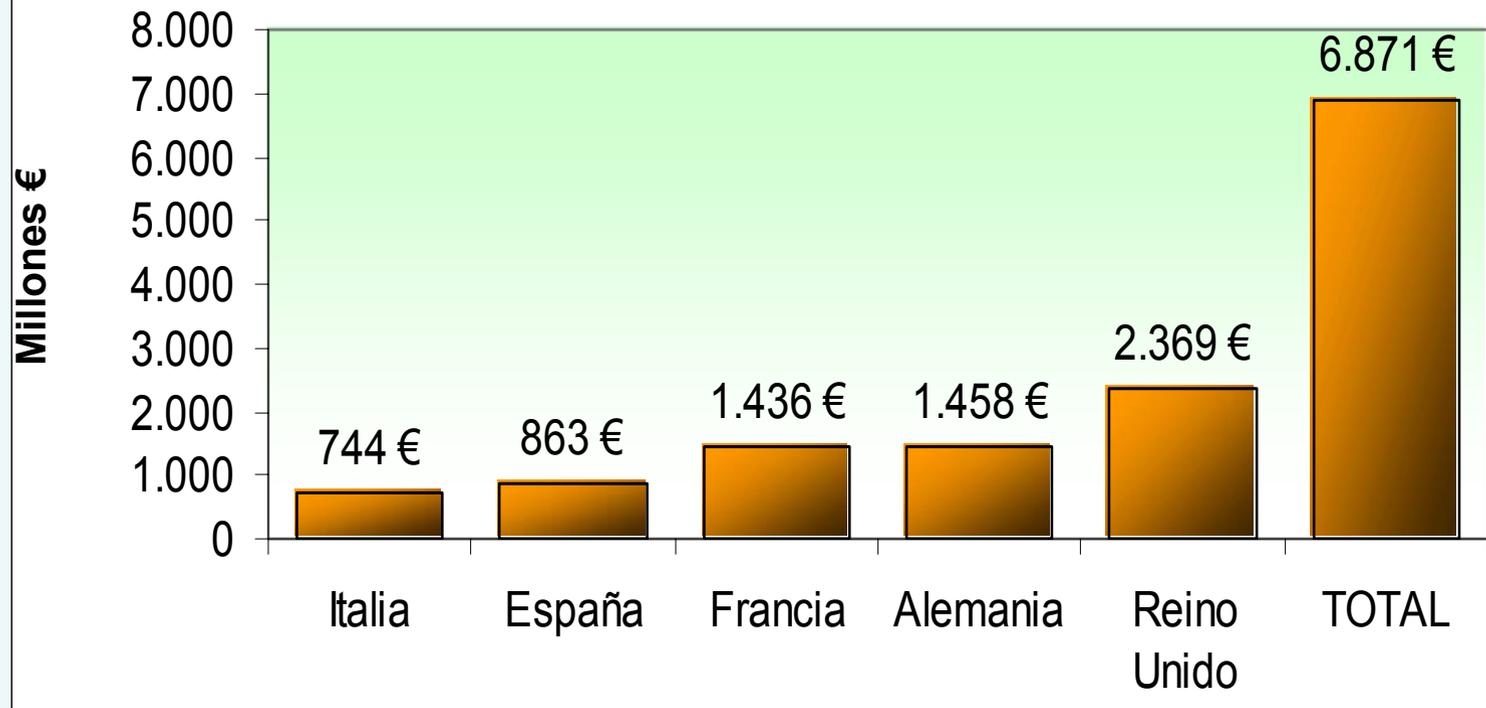
TOP 5 EUROPEO DEL HARDWARE DE CONSOLAS EN UNIDADES EN 2005



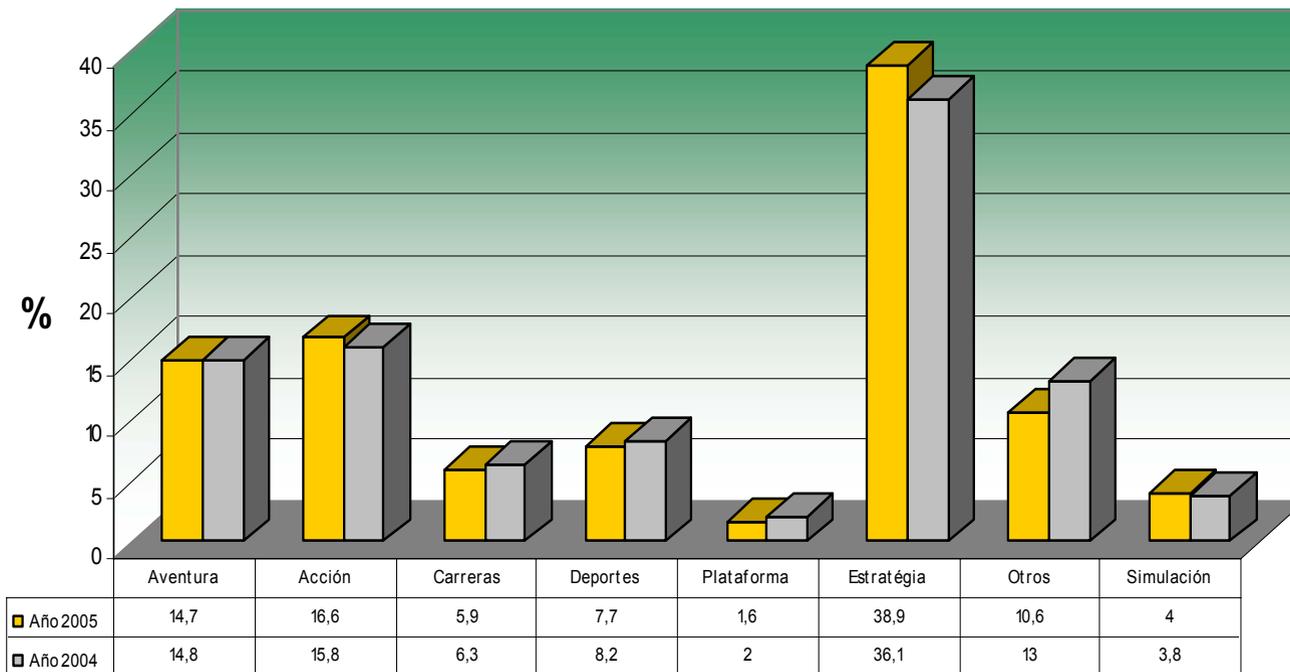
TOP 5 EUROPEO DEL HARDWARE DE CONSOLAS EN VALOR EN 2005



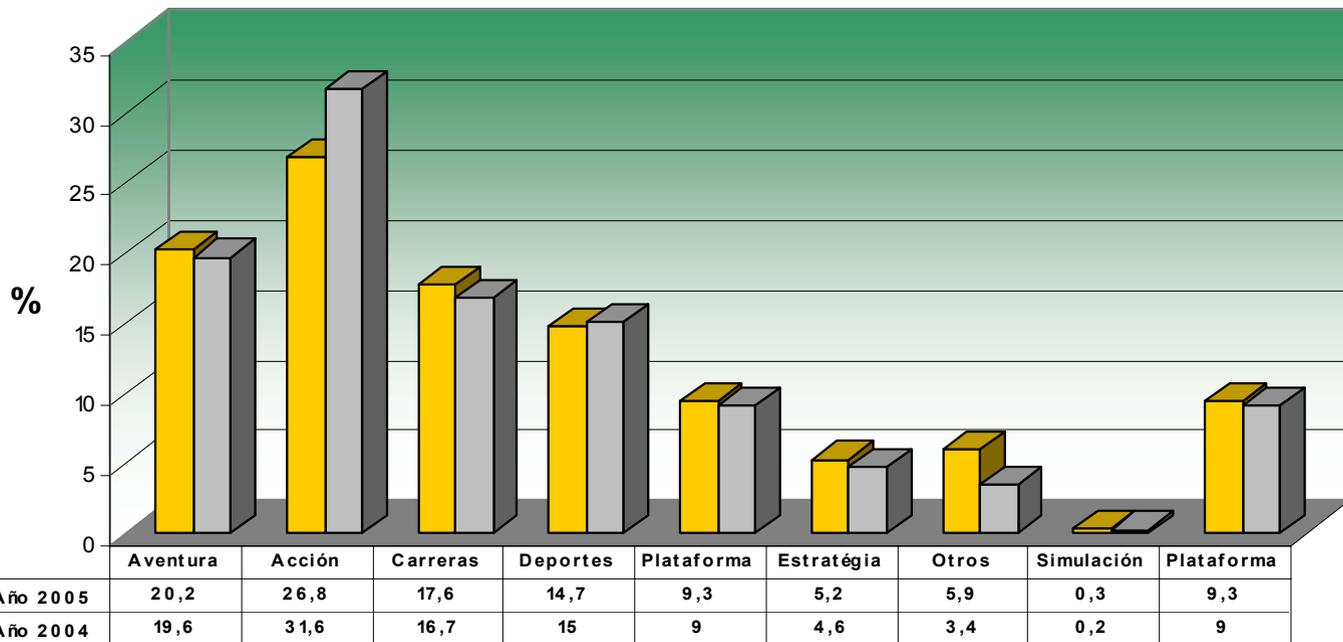
TOP 5 EUROPEO EN VALOR DE SOFTWARE Y HARDWARE EN 2005



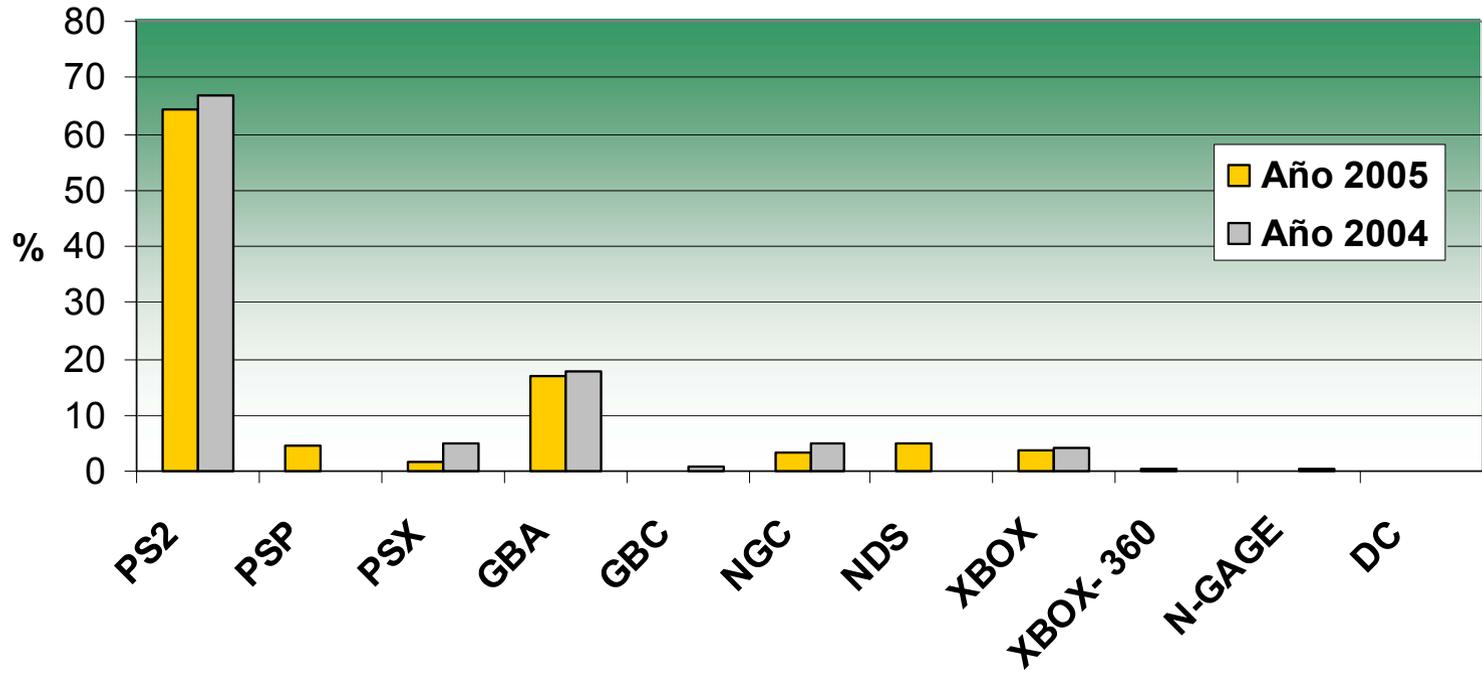
VIDEOJUEGOS DE ORDENADOR: SEGMENTACIÓN POR GENEROS EN UNIDADES



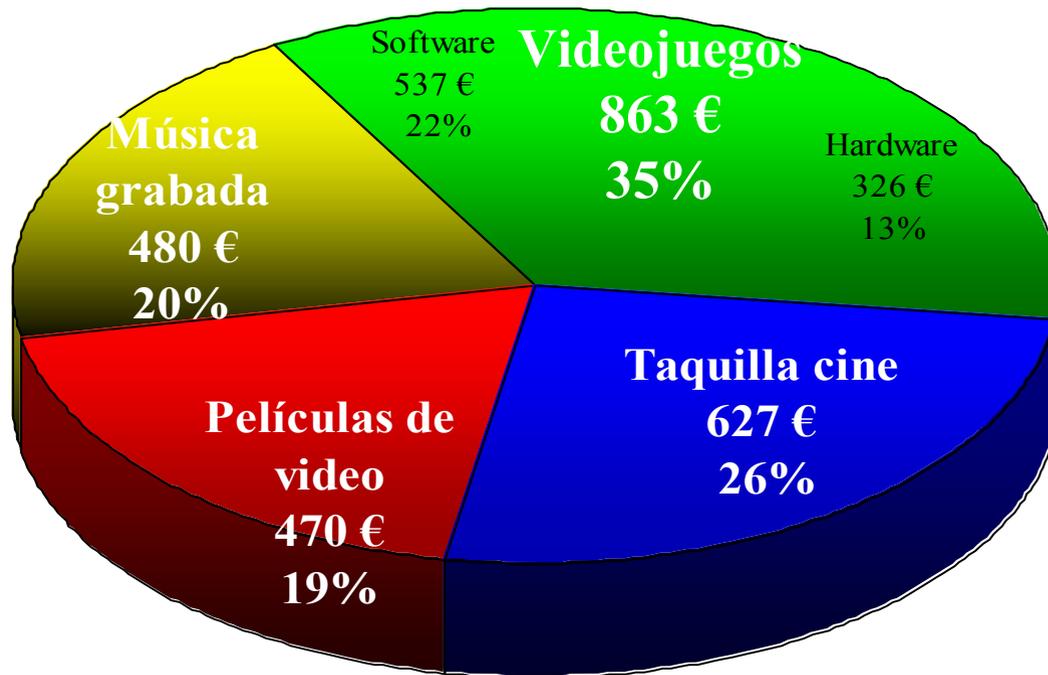
VIDEOJUEGOS DE CONSOLAS: SEGMENTACIÓN POR GENEROS EN UNIDADES



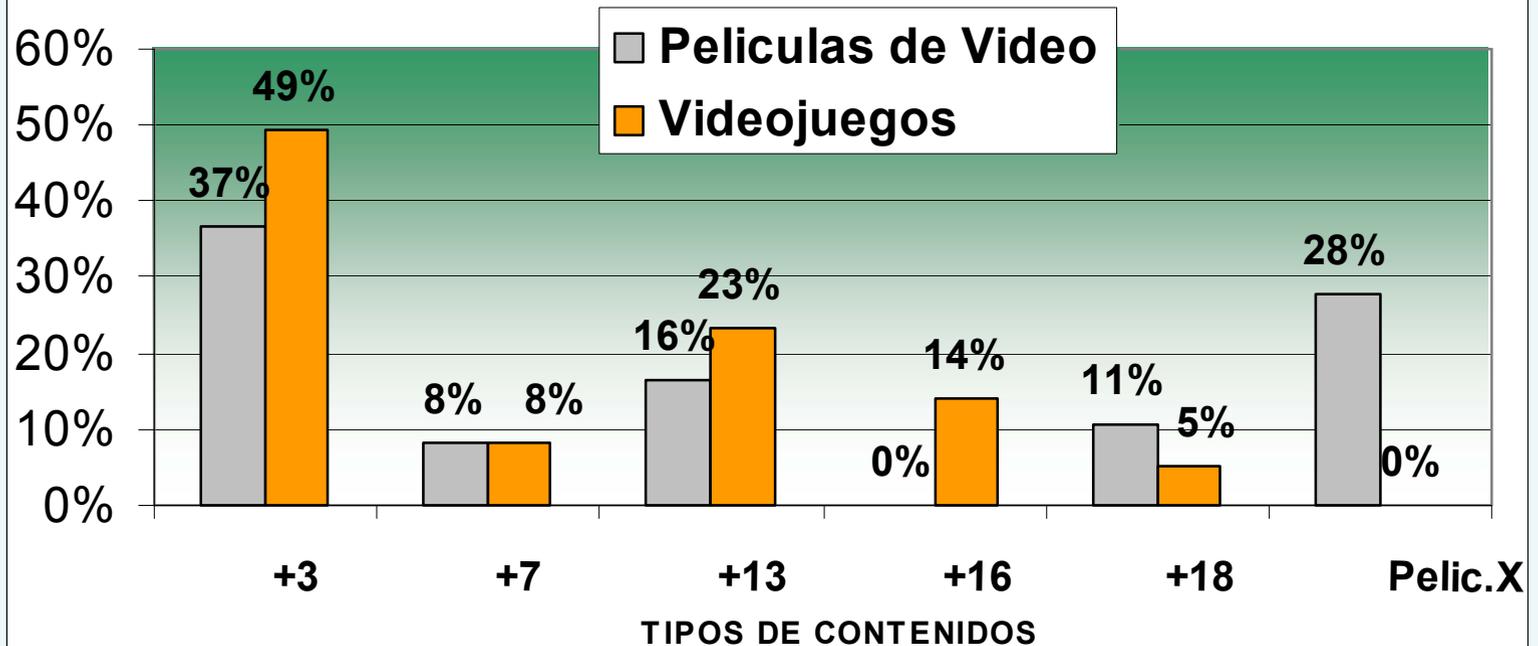
SEGMENTACIÓN DEL SOFTWARE POR PLATAFORMAS EN UNIDADES



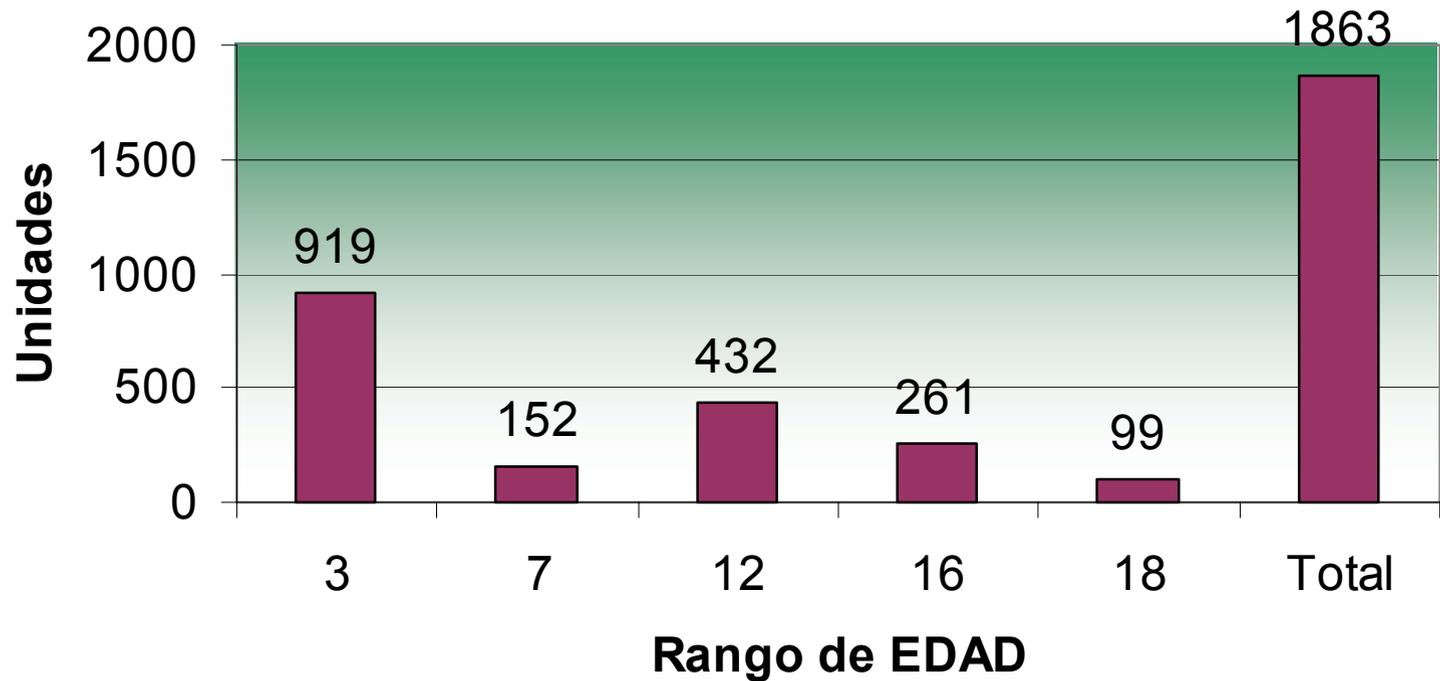
ESTIMACIÓN DEL CONSUMO DE OCIO AUDIOVISUAL E INTERACTIVO EN ESPAÑA EN 2005



COMPARATIVA DE PELICULAS DE VIDEO Y VIDEOJUEGOS POR GRUPOS DE EDAD

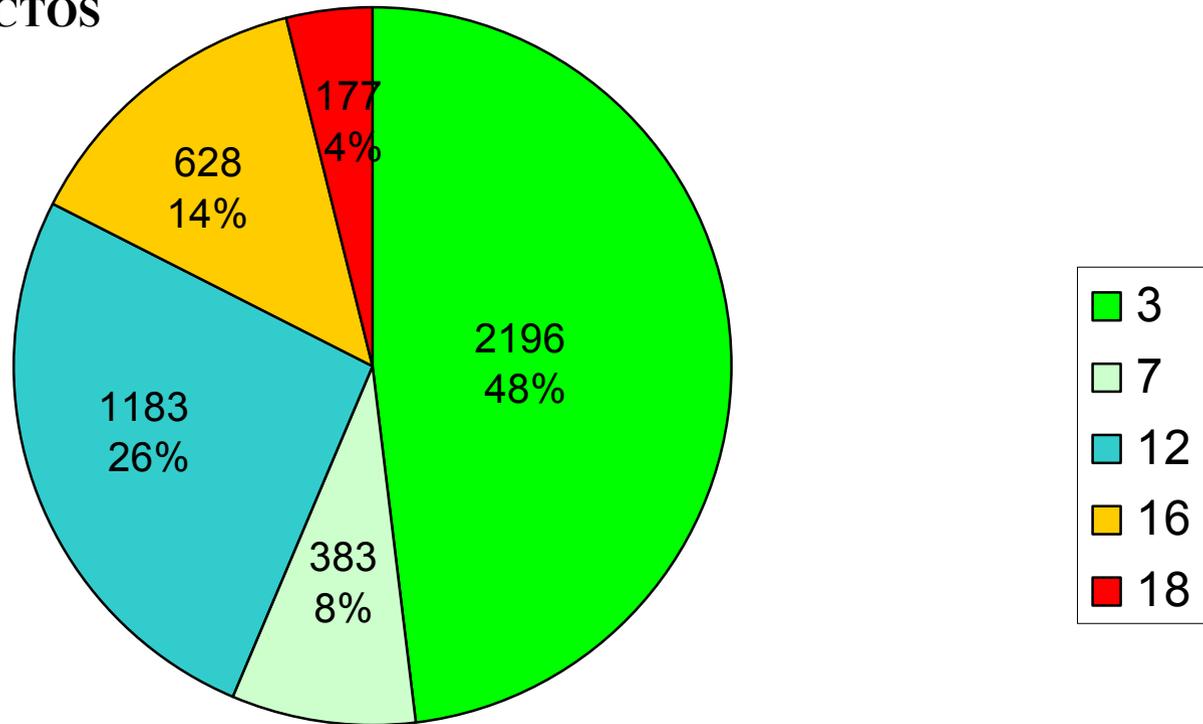


Videojuegos Clasificados por NICAM en 2005



VIDEOJUEGOS CALIFICADOS DESDE LA IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA PEGI AL 31/12/05

4.567 PRODUCTOS



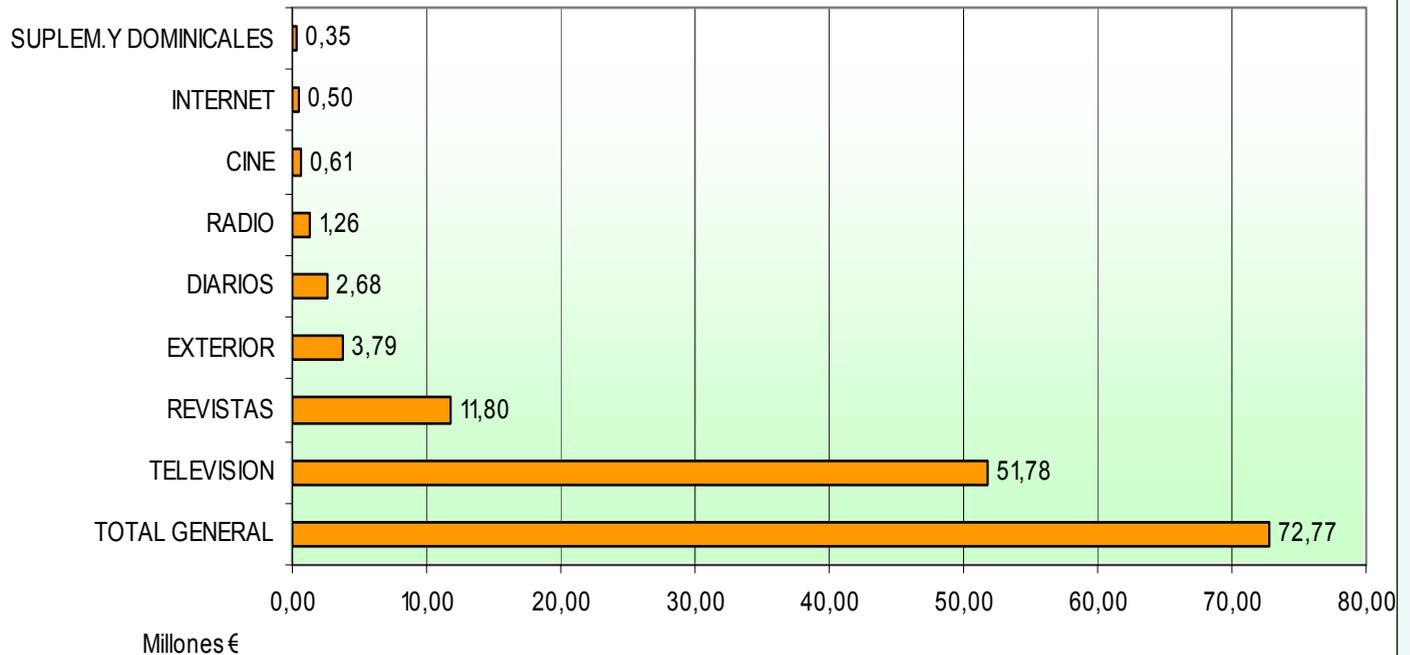
LOS 10 TÍTULOS MÁS VENDIDOS EN 2005

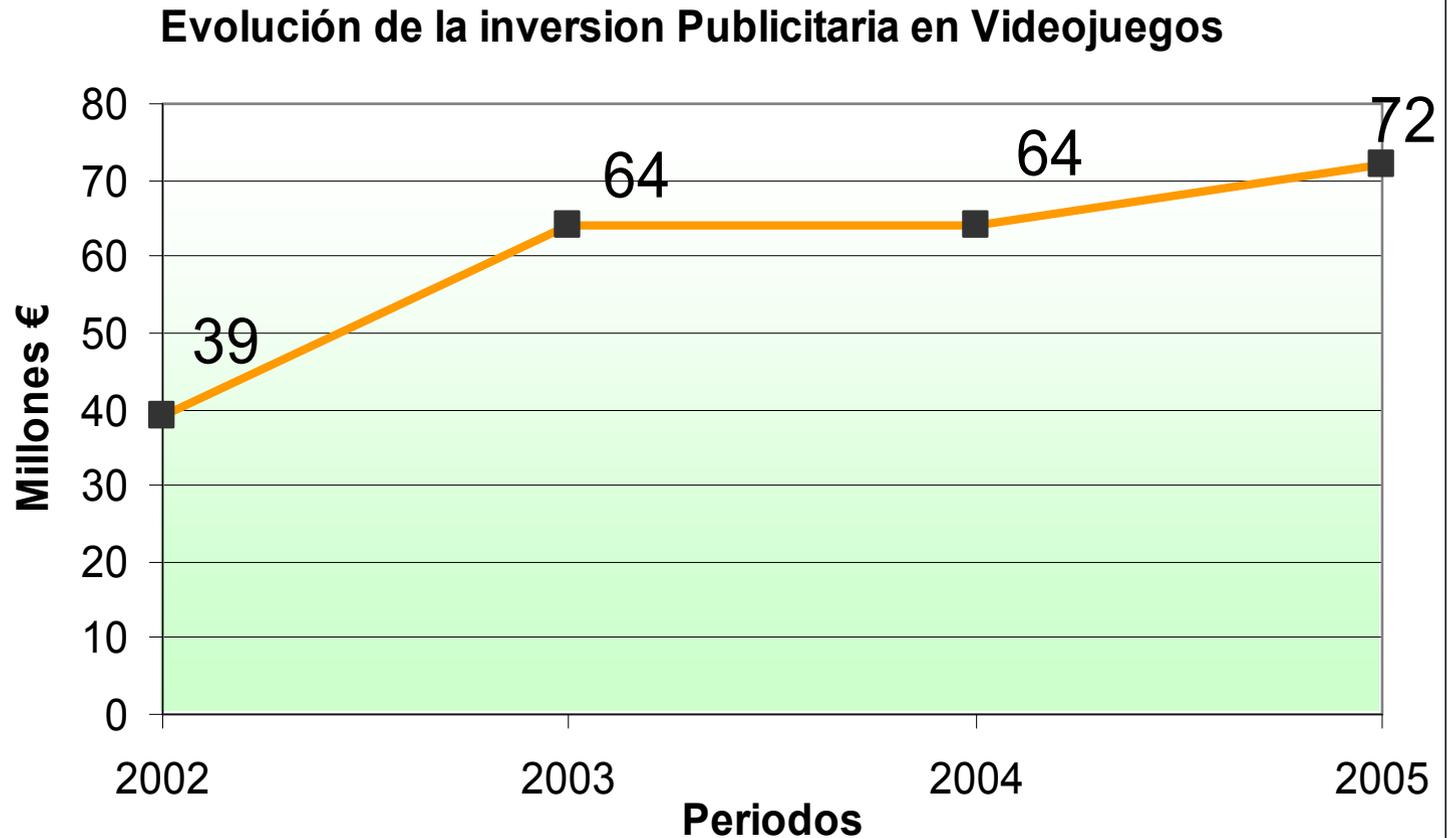
PLAT.	TÍTULO	DISTRIBUIDOR	GENERO	EDAD
PS2	PRO EVOLUTION SOCCER 5	KONAMI	SPORT	3+
GBA	POKEMON ESMERALDA	NINTENDO	GRAPH.ADV./RPG	3+
PS2	GRAN TURISMO 4	SONY	RACE/RALLY	3+
PS2	GRAND THEFT AUTO: SAN ANDREAS	TAKE TWO	ACTION/COMBAT	18+
PS2	PRO EVOLUTION SOCCER 4	KONAMI	SPORT	3+
PS2	FIFA 06	ELECTRONIC ARTS	SPORT	3+
PC	LOS SIMS 2	ELECTRONIC ARTS	STRATEGY	7+
PS2	NEED FOR SPEED: MOST WANTED	ELECTRONIC ARTS	RACE/RALLY	3+
PS2	EYE TOY PLAY 3 (TOTAL GAME + BUNDLE)	SONY	INNOV.TECNOL.	3+
PS2	FORMULA ONE 2005	SONY	RACE/RALLY	3+

CONCENTRACION DE VENTAS EN SOFTWARE PARA CONSOLAS AÑO 2005



Inversión Publicitaria en Videojuegos en 2005





Autocontrol

Reclamaciones por Infracción de Códigos Deontológicos Sectoriales

CÓDIGO	RECLAMACIONES
Internet y nuevas tecnologías CONFIANZA ONLINE	8
Videojuegos aDeSe (Asociación española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento)	0
Juguetes AEFJ (Asociación Española de Fabricantes de Juguetes)	4
Tabaco AET (Asociación Española del Tabaco)	0
Cerveza (Cerveceros de España)	1
Medicamentos (Farmaindustria)	16
Bebidas espirituosas FEBE (Federación Española de Bebidas Espirituosas)	2
Alimentos/Menores. CÓDIGO PAOS FIAB (Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas)	0

Autocontrol

Reclamaciones por Autorregulación Sectorial

AUTORREGULACIÓN SECTORIAL	RECLAMACIONES
Publicidad Interactiva	13
Publicidad Televisiva	48
Publicidad de Juguetes	3
Publicidad de Videojuegos	0
Publicidad de Bebidas Espirituosas	4
Publicidad de Medicamentos	16
Alimentos y menores	0
Publicidad de cervezas	2

Autocontrol

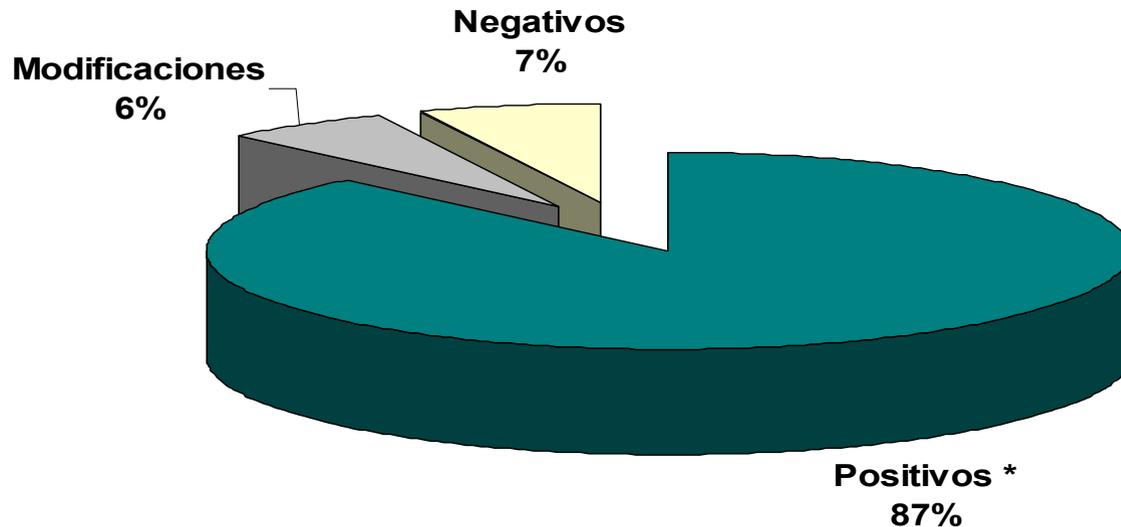
Solicitudes de consulta previa (“Copy advice”) sobre publicidad de videojuegos

PUBLICIDAD DE VIDEOJUEGOS	2005	
	TOTAL	TV
Total Copy Advice solicitados	138	125
Positivos* (No se aprecian inconvenientes al contenido del anuncio)	121	108
Con modificaciones (Se ha recomendado introducir cambios en el anuncio)	8	8
Negativos (Se ha desaconsejado la difusión del anuncio)	9	9

* Se ha recomendado la limitación en el horario de emisión (para la protección de menores) en 41 casos.

Autocontrol

Solicitudes de consulta previa (“Copy advice”) sobre publicidad de videojuegos



Autocontrol

Solicitudes de consulta previa (“Copy advice”) sobre publicidad de videojuegos*

Infracción del Principio de Legalidad (Art. 4 Directrices)	Inducción a conducción temeraria y contraria a la Ley de Seguridad Vial	5
	Inducción a comportamientos imprudentes o negligentes	4
	Utilización ilícita de personajes famosos en anuncios dirigidos a menores	4
Infracción del Principio de Veracidad (Art. 6 Directrices)	No Identificabilidad de la naturaleza publicitaria del anuncio	0
	Inducción a error sobre las características y prestaciones del videojuego	0
	No indicación de la clasificación por edades según PEGI	0
Infracción del Principio de adecuación de la publicidad al público al que se dirige el videojuego (Art. 8 Directrices)		3

* Motivos por los que, antes de su emisión, se han recomendado modificaciones, desaconsejado la emisión, o se aconsejan limitaciones (de horario o de medio) a propuestas de anuncios sobre videojuegos

Piratería de Videojuegos en 2005

