



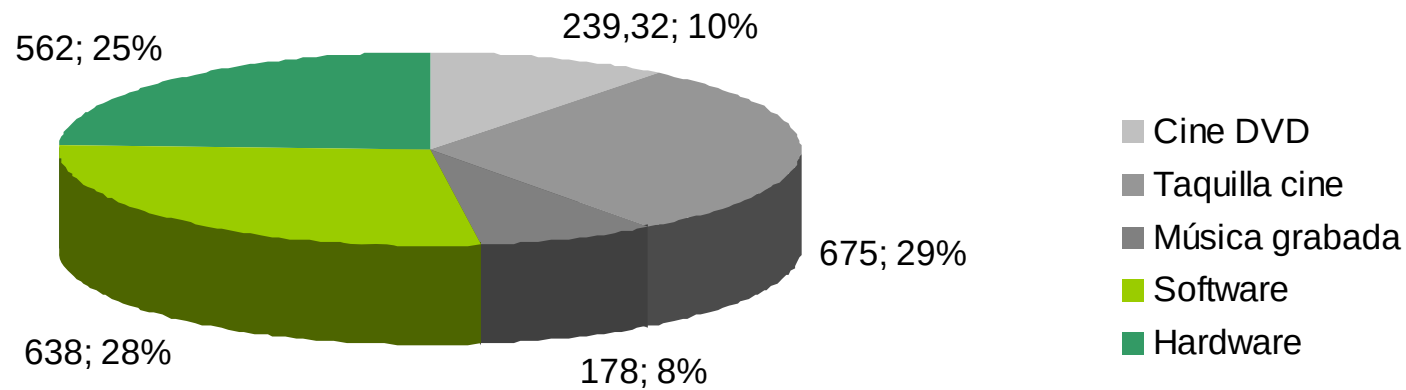
aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

*Balance económico de la industria del
videojuego 2009*

CUOTA DE MERCADO DE LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL E INTERACTIVA EN ESPAÑA

- El consumo de videojuegos en España ha alcanzando el **53% del mercado de entretenimiento audiovisual e interactivo** (taquilla de cine-DVD-música-videojuegos)
- Supera la suma de lo registrado por la taquilla de cine, el DVD y la música grabada.



MERCADO ESPAÑOL. VENTAS EN VALOR ABSOLUTO

- En términos absolutos, de la cifra total del consumo de videojuegos y consolas (1.200m€), el **software ha registrado 638 millones (53%)**, mientras que el **hardware ha alcanzado 562 (47%)**
- Esto supone un **16% menos que en 2008**

VENTAS EN VALOR ABSOLUTO, ESPAÑA	2008	2009	09 VS '08
TOTAL (HW+SW)	1.431.950.000	1.200.430.000	-16,2%
TOTAL HARDWARE	688.110.000	562.190.000	-18,3%
CONSOLA SOBREMESA	418.370.000	349.770.000	-16,4%
CONSOLA PORTÁTIL	269.740.000	212.420.000	-21,3%
TOTAL SOFTWARE	743.840.000	638.240.000	-14,2%
TOTAL SOFTWARE PARA CONSOLA	673.400.000	580.990.000	-13,7%
SOFTWARE PARA CONSOLA SOBREMESA	482.640.000	455.860.000	-5,5%
SOFTWARE PARA CONSOLA PORTÁTIL	190.760.000	125.130.000	-34,4%
SOFTWARE PARA PC	70.440.000	57.250.000	-18,7%

aDeSe

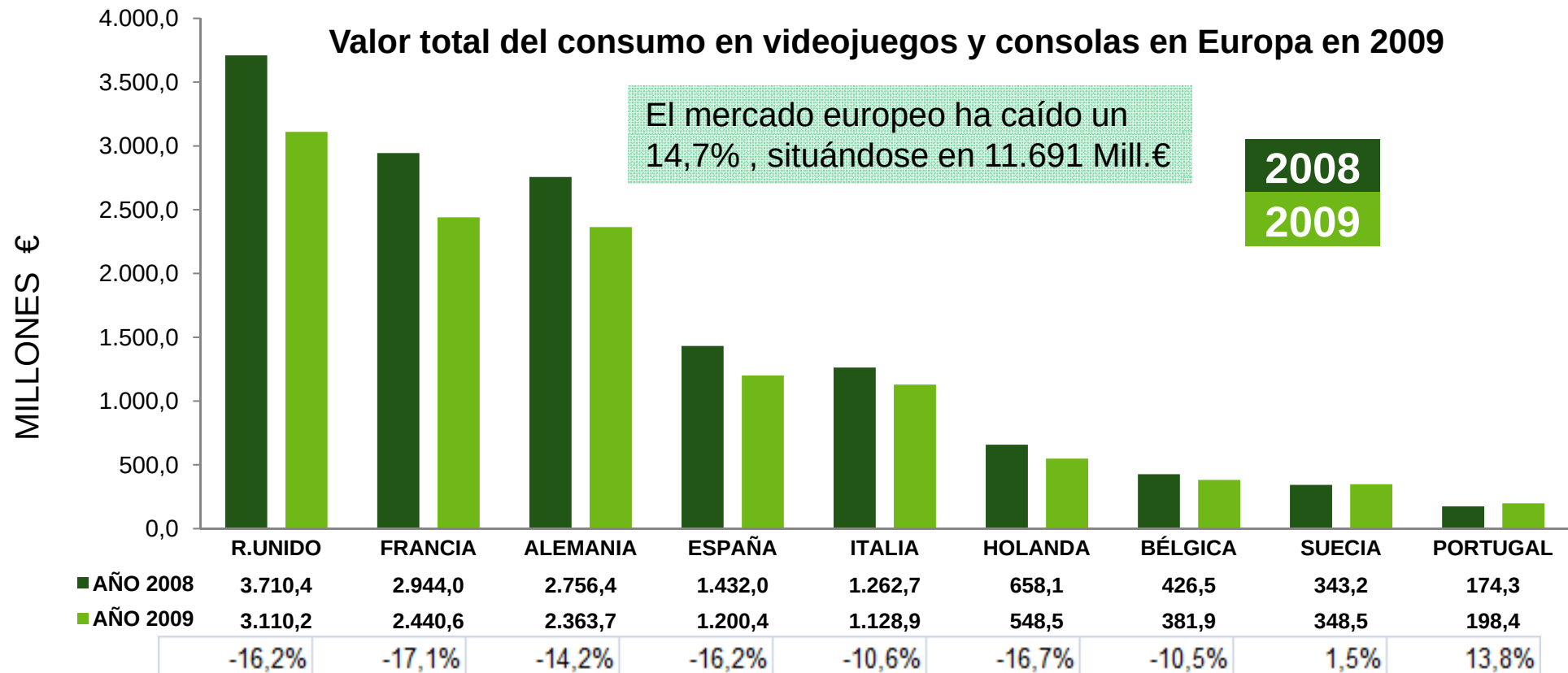
MERCADO ESPAÑOL. VENTAS EN UNIDADES

- En relación al número de unidades vendidas, en España se han alcanzado los **18.140.000 unidades, lo que supone un 11% menos que durante 2008.**
- Esta tendencia se ha observado tanto en el software, como en el hardware

VENTAS EN NUMERO DE UNIDADES, ESPAÑA	2008	2009	09 VS '08
TOTAL HARDWARE	3.178.000	2.724.000	-14,3%
CONSOLA SOBREMESA	1.486.000	1.384.000	-6,9%
CONSOLA PORTÁTIL	1.692.000	1.340.000	-20,8%
TOTAL SOFTWARE	20.406.000	18.140.000	-11,1%
TOTAL SOFTWARE PARA CONSOLAS	16.883.000	15.350.000	-9,1%
SOFTWARE PARA CONSOLA SOBREMESA	10.823.000	10.650.000	-1,6%
SOFTWARE PARA CONSOLA PORTÁTIL	6.060.000	4.700.000	-22,4%
TOTAL SOFTWARE PARA PC	3.523.000	2.790.000	-20,8%

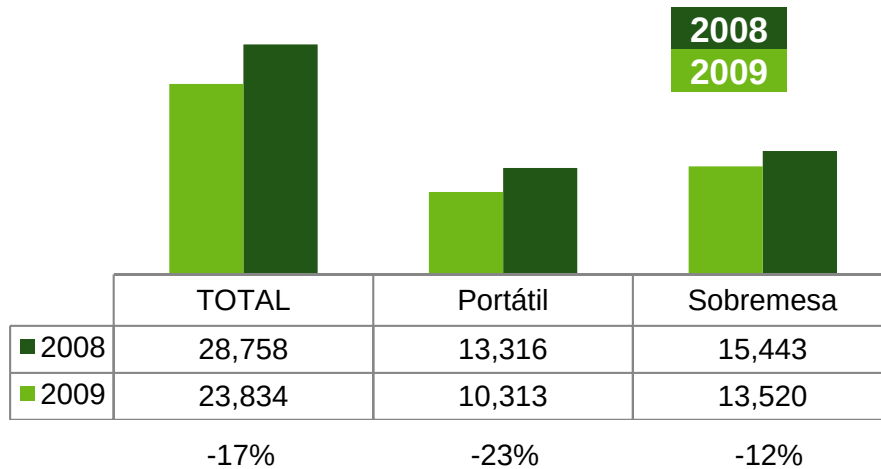
MERCADO EUROPEO. VENTAS EN VALOR

- En relación al 2008, el consumo total de la industria española (1.200m€) ha sufrido un **descenso del 16%**.
- Sigue manteniendo el **cuarto lugar** en el ranking europeo de consumo de videojuegos

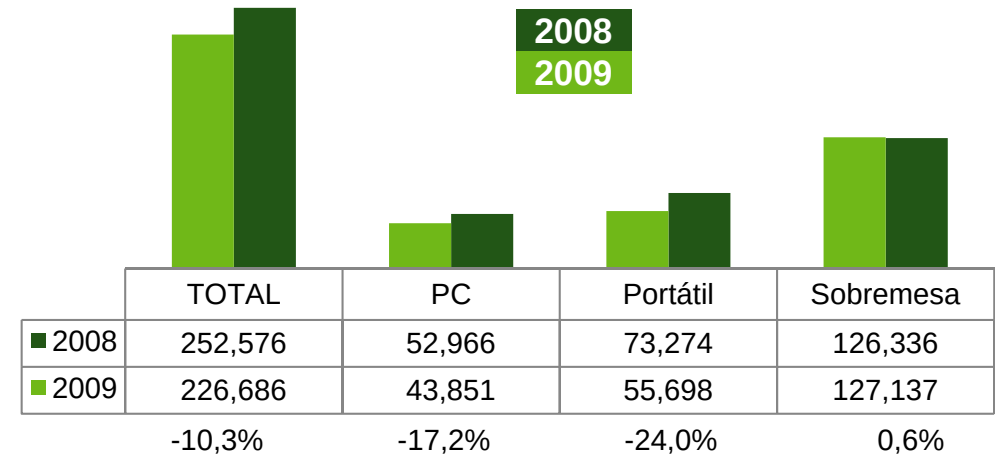


MERCADO EUROPEO. (Miles €)

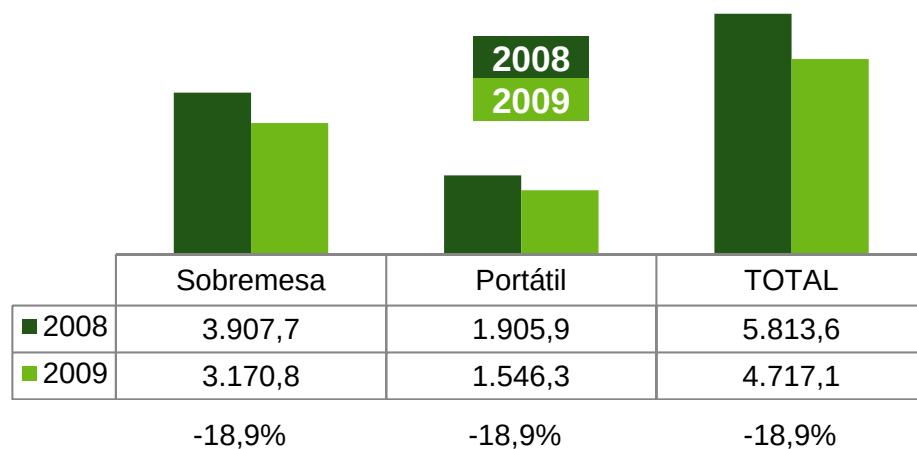
Consolas vendidas en Europa en unidades



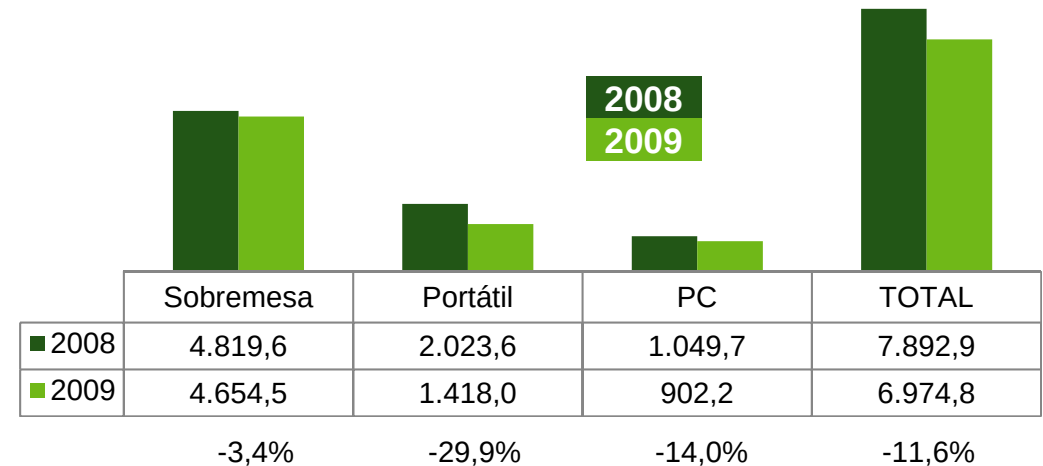
Videojuegos vendidos en Europa en unidades



Consolas vendidas en Europa en valor



Videojuegos vendidos en Europa en valor

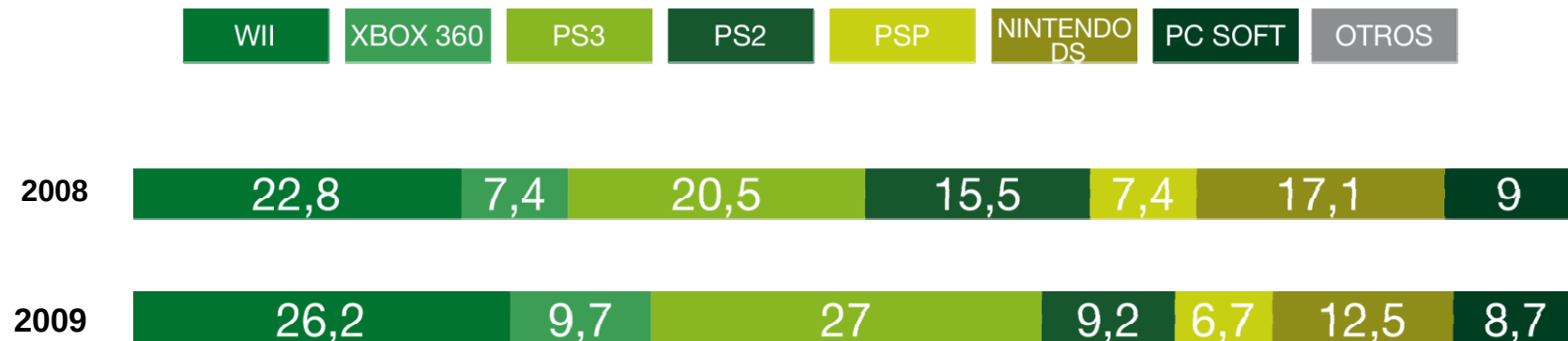


VENTAS SOFTWARE POR PLATAFORMA



Ventas por valor

- Playstation3 (27%), Wii (26,2%), Nintendo DS (12,5%) y XBox360 (9,7%) se reparten prácticamente el 100% del mercado
- El software para PC registra el 8,7% del consumo

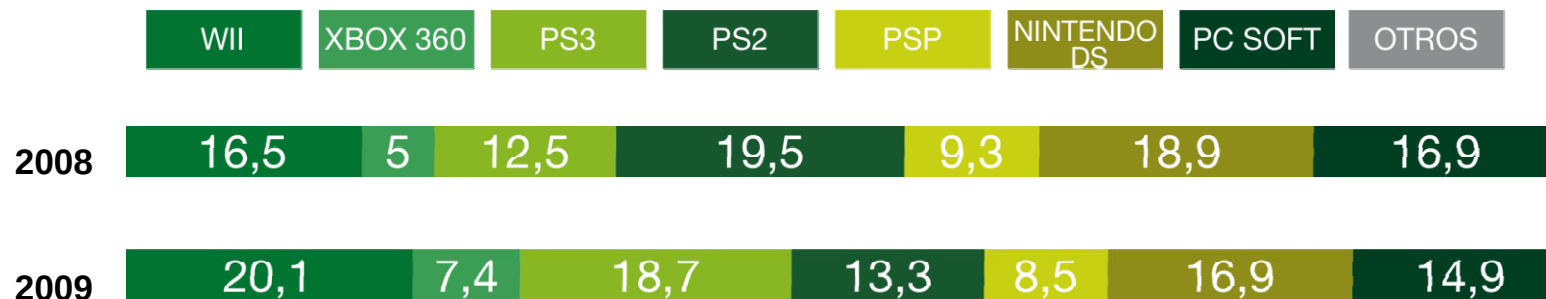


VENTAS SOFTWARE POR PLATAFORMA



Ventas por unidades

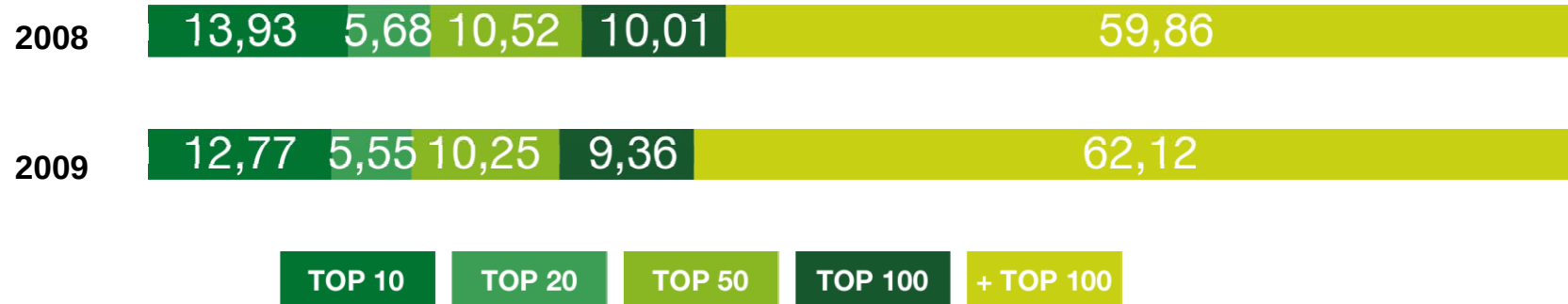
- Wii (20,1%) ocupa la primera posición en el ranking de ventas por unidad, seguida de Playstation (18,7%) y Nintendo DS (16,9%)



CONCENTRACIÓN DE LAS VENTAS DE SOFTWARE

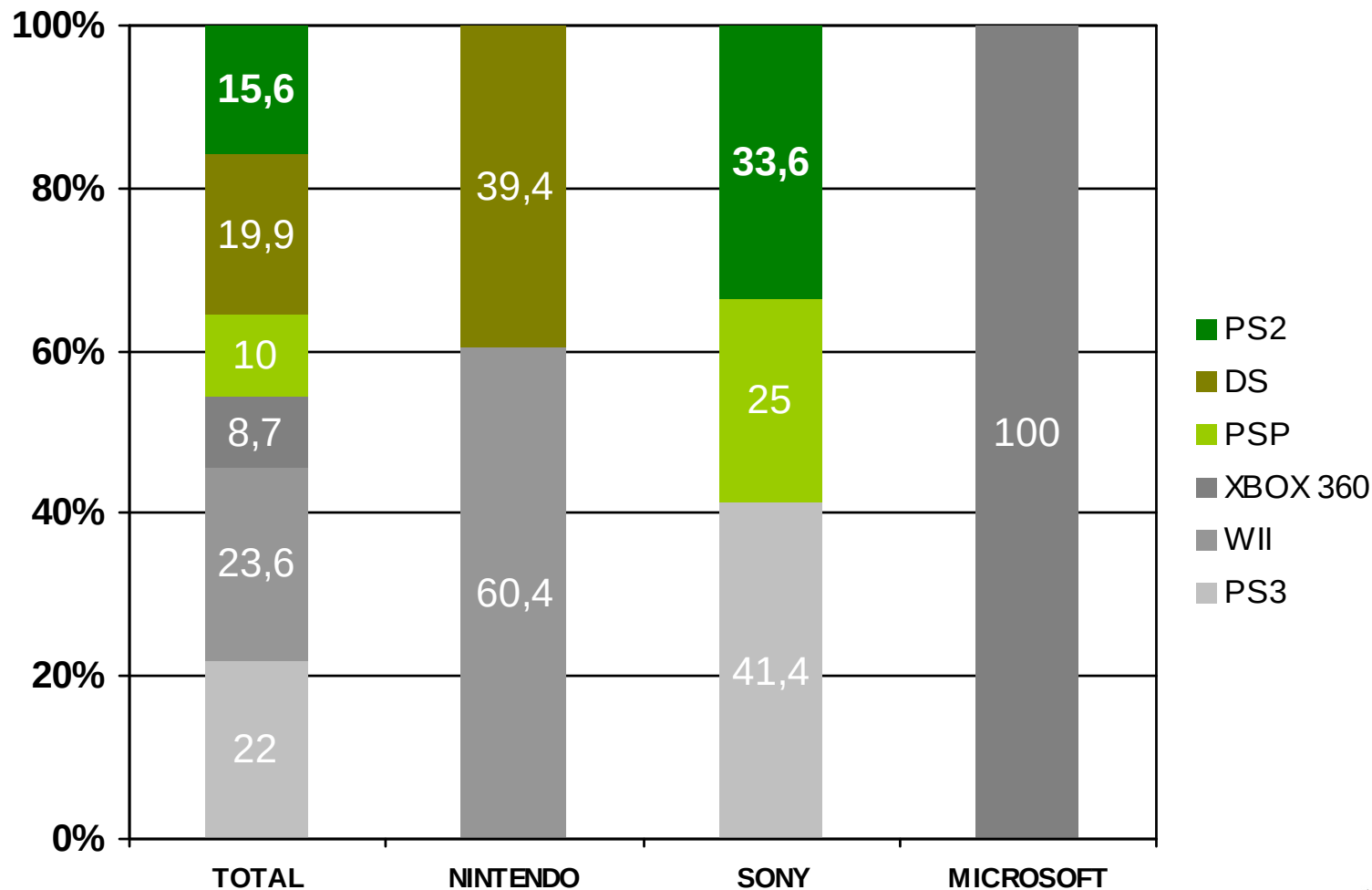


- El 60% del mercado está formado por títulos residuales
- Sólo el 12,7% de las ventas se concentran en el Top 10 de ventas



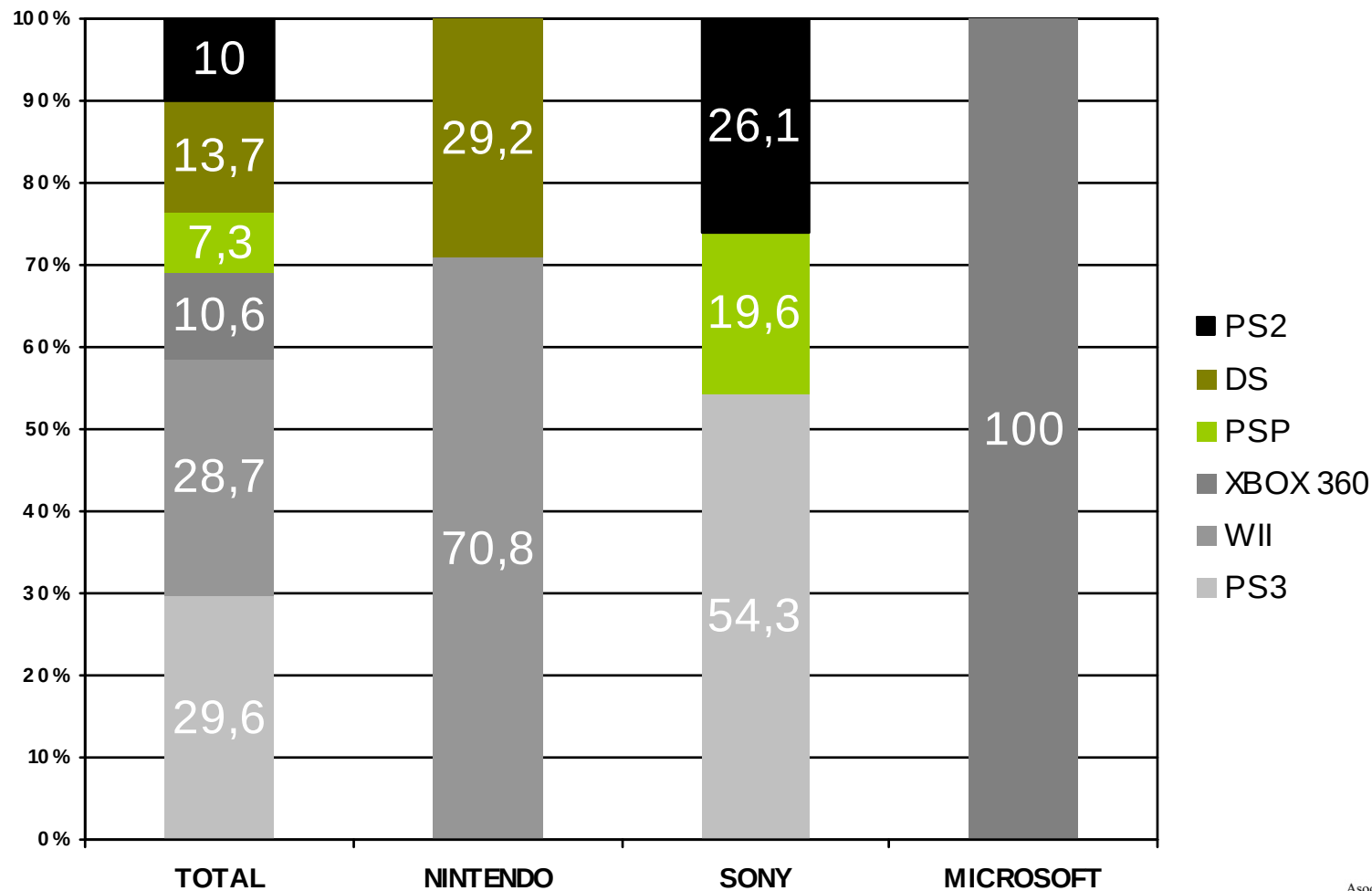
VENTAS DE SOFTWARE POR PLATAFORMA PARA CONSOLA Y FABRICANTE. UNIDADES

•Wii es la que ostenta el número uno en ventas en valor con el 23,6 seguida de Playstation3 (22%) y Nintendo DS (19,9%)



VENTAS DE SOFTWARE POR PLATAFORMA PARA CONSOLA Y FABRICANTE. VALOR

•En valor absoluto de las ventas, el número uno lo ostenta Playstation3 (29,6%), seguida de Wii (28,7%) y Nintendo DS (13,7%)



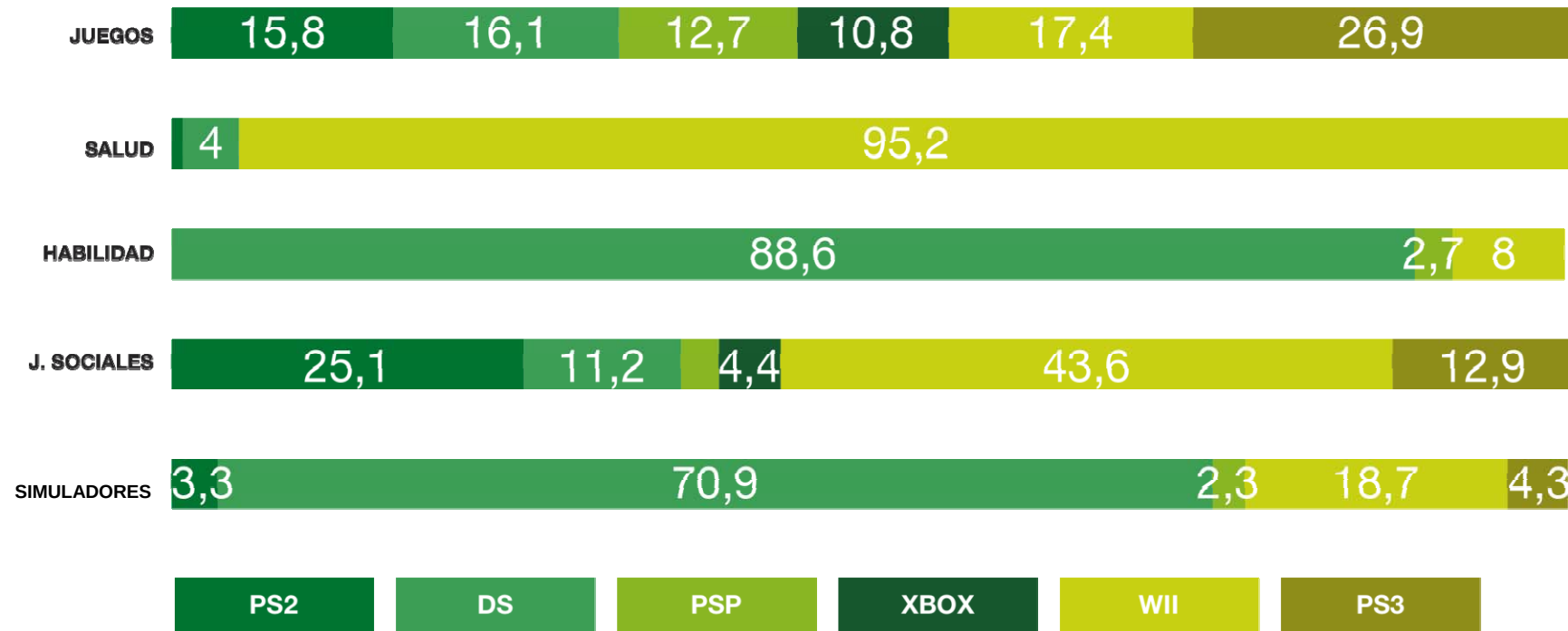
VENTAS DE SOFTWARE PARA CONSOLA POR CATEGORÍA DE PRODUCTO. UNIDADES

• Por unidades vendidas, los **juegos tradicionales** han concentrado el **73,4%** del mercado, seguido de los denominados juegos sociales (14,8%) y los de simulación social (5,8%)



VENTAS DE SOFTWARE POR PLATAFORMA Vs CATEGORÍA DE PRODUCTO. UNIDADES

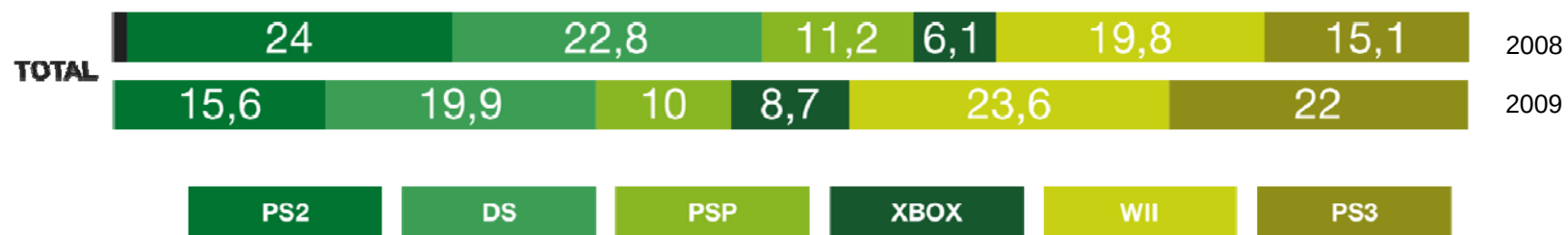
- La mayor parte de las unidades vendidas para Wii (95,2%) se han concentrado en juegos de salud y simulación social (43,6%)
- En el caso de Nintendo DS, los juegos de desarrollo de habilidades intelectuales han sido los más adquiridos (88,6%), seguidos de los de simulación social (70,9%)



VENTAS DE SOFTWARE POR PLATAFORMA UNIDADES



- Wii ocupa el 23,6% del mercado, seguido de PS3 con 22% y Nintendo DS con un 19,9%



POS.	TÍTULO	PLATAF.	DISTRIB.	GÉNERO	PEGI
1	WII PLAY	WII	NINTENDO	SOCIAL GAMING: PARTY/PASTIME	3
2	WII SPORTS RESORT + WII MOTION PLUS	WII	NINTENDO	GAMES: SPORT	7
3	MARIO KART + WII WHEEL	WII	NINTENDO	GAMES: RACE/RALLY	3
4	WII FIT + BALANCE BOARD	WII	NINTENDO	HEALTH: FITNESS/W-BEING	3
5	PRO EVOLUTION SOCCER 2010	PS3	KONAMI	GAMES: SPORT	3
6	CALL OF DUTY: MODERN WARFARE 2	PS3	ATVI BLIZZARD	GAMES: ACTION/COMBAT	18
7	FIFA 10	PS3	ELECTRONIC ARTS	GAMES: SPORT	3
8	NEW SUPER MARIO BROS.	WII	NINTENDO	GAMES: PLATFORM	3
9	LOS SIMS 3	PC	ELECTRONIC ARTS	SOCIAL SIMULAT: LIFE SIMULATION	12
10	WII FIT PLUS + BALANCE BOARD	WII	NINTENDO	HEALTH: FITNESS/W-BEING	3
11	PRO EVOLUTION SOCCER 2010	PS2	KONAMI	GAMES: SPORT	3
12	ASSASSIN'S CREED II	PS3	UBI SOFT	GAMES: ACTION/COMBAT	18
13	FIFA 10	PS2	ELECTRONIC ARTS	GAMES: SPORT	3
14	EL PROFESOR LAYTON Y LA CAJA DE PANDORA	DS	NINTENDO	GAMES: GRAPH.ADV./RPG	7
15	POKEMON PLATINO	DS	NINTENDO	GAMES: GRAPH.ADV./RPG	3
16	EL PROFESOR LAYTON Y LA VILLA MISTERIOSA	DS	NINTENDO	GAMES: GRAPH.ADV./RPG	7
17	NEW SUPER MARIO BROS.	DS	NINTENDO	GAMES: PLATFORM	3
18	RESIDENT EVIL 5	PS3	KOCH MEDIA	GAMES: ACTION/COMBAT	18
19	MARIO & SONIC EN LOS JUEGOS OLIMPICOS DE INV.	WII	SEGA	GAMES: SPORT	3
20	PRO EVOLUTION SOCCER 2009	PS3	KONAMI	GAMES: SPORT	3
21	WII FIT PLUS	WII	NINTENDO	HEALTH: FITNESS/W-BEING	3
22	PRO EVOLUTION SOCCER 2010	PSP	KONAMI	GAMES: SPORT	3
23	KILLZONE 2	PS3	SONY	GAMES: ACTION/COMBAT	18
24	MARIO KART DS	DS	NINTENDO	GAMES: RACE/RALLY	3
25	CALL OF DUTY: MODERN WARFARE 2	XBOX360	ATVI BLIZZARD	GAMES: ACTION/COMBAT	18

POS.	TÍTULO	PLATAF.	DISTRIB.	GÉNERO	PEGI
26	FALLOUT 3	PS3	NAMCO BANDAI	GAMES: GRAPH.ADV./RPG	18
27	UNCHARTED 2: EL REINO DE LOS LADRONES	PS3	SONY	GAMES: GRAPH.ADV./RPG	16
28	MONOPOLY	WII	ELECTRONIC ARTS	SOCIAL GAMING: PARTY/PASTIME	3
29	TRIVIAL PURSUIT	WII	ELECTRONIC ARTS	SOCIAL GAMING: CONTEST/QUIZ	3
30	FIFA 09	PSP	ELECTRONIC ARTS	GAMES: SPORT	3
31	MAS BRAIN TRAINING	DS	NINTENDO	SKILLS: MIND IMPROV.	3
32	ACTIVE PERSONAL TRAINER + CINTAS	WII	ELECTRONIC ARTS	HEALTH: FITNESS/W-BEING	3
33	INVIZIMALS + CAMERA + TRAP	PSP	SONY	GAMES: ACTION/COMBAT	7
34	SUPER MARIO GALAXY	WII	NINTENDO	GAMES: PLATFORM	3
35	FIFA 09	PS3	ELECTRONIC ARTS	GAMES: SPORT	3
36	PRO EVOLUTION SOCCER 2009	PS2	KONAMI	GAMES: SPORT	3
37	FIFA 10	PSP	ELECTRONIC ARTS	GAMES: SPORT	3
38	PRO EVOLUTION SOCCER 2009	PSP	KONAMI	GAMES: SPORT	3
39	SUPER SMASH BROS. BRAWL	WII	NINTENDO	GAMES: ACTION/COMBAT	12
40	NEED FOR SPEED: SHIFT	PS3	ELECTRONIC ARTS	GAMES: RACE/RALLY	7
41	MARIO & SONIC EN LOS JUEGOS OLIMPICOS DE INVIERNO	DS	SEGA	GAMES: SPORT	3
42	ANIMAL CROSSING: LET'S GO TO THE CITY	WII	NINTENDO	SOCIAL SIMULAT: LIFE SIMULAT.	3
43	CALL OF DUTY : WORLD AT WAR	PS3	ATVI BLIZZARD	GAMES: ACTION/COMBAT	18
44	ASSASSIN'S CREED PLATINUM	PS3	UBI SOFT	GAMES: ACTION/COMBAT	18
45	BRAIN TRAINING DEL DR. KAWASHIMA	DS	NINTENDO	SKILLS: MIND IMPROV.	3
46	GRAND THEFT AUTO IV	PS3	TAKE 2	GAMES: ACTION/COMBAT	18
47	EYE PET + EYE-TOY CAM + MAGIC CARD	PS3	SONY	SOCIAL SIMULAT: LIFE SIMULAT.	3
48	TEKKEN 6	PS3	NAMCO BANDAI	GAMES: ACTION/COMBAT	16
49	FIFA 10	XBOX360	ELECTRONIC ARTS	GAMES: SPORT	3
50	WORLD OF WARCRAFT: WRATH OF THE LICH KING	PC	ATVI BLIZZARD	GAMES: GRAPH.ADV./RPG	12

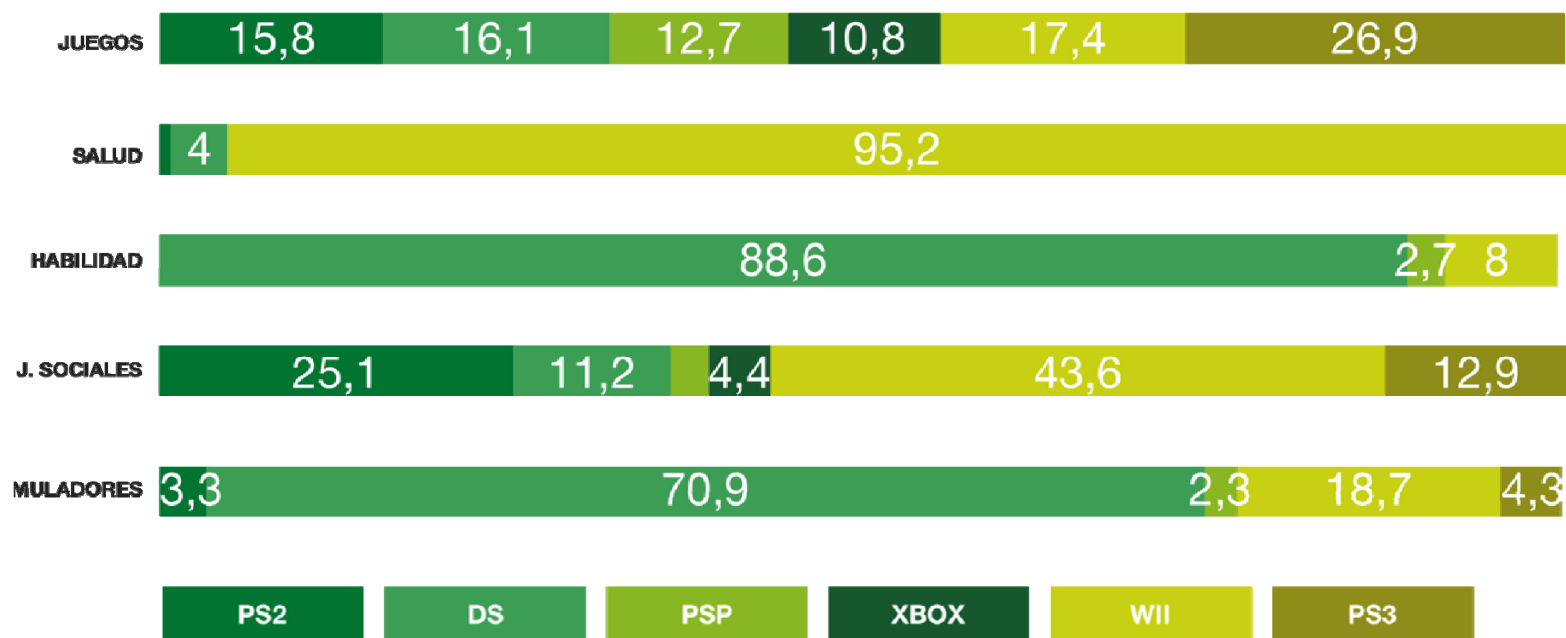
Conclusiones sobre los 50 títulos más vendidos

- ☐ Más del 72% están calificados para todos los públicos.
- ☐ El género más vendido es el de deportes seguido de Acción/combate.
- ☐ El distribuidor que más productos ha comercializado ha sido Nintendo.
- ☐ Playstation 3, es la plataforma con más títulos comercializados seguida por la Wii
- ☐ El top 10 por consolas corresponde a:

✓	Wii	60%
✓	PS3	30%
✓	PC	10%

VENTAS DE SOFTWARE POR PLATAFORMA Vs CATEGORÍA DE PRODUCTO. UNIDADES

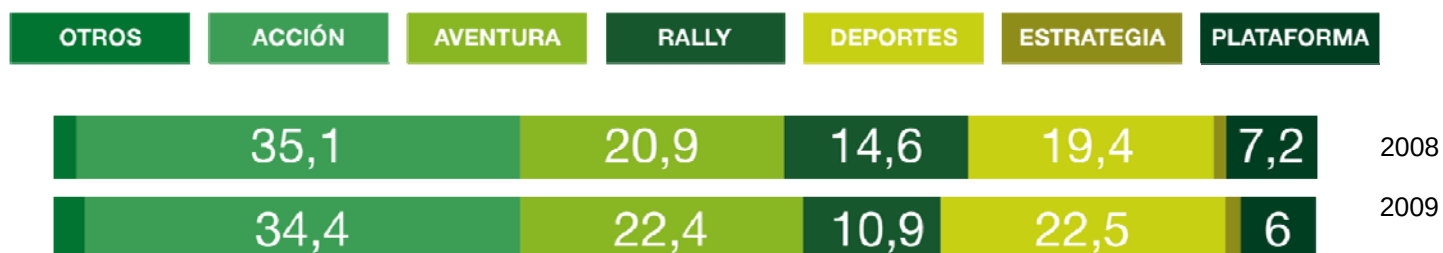
- La mayor parte de las unidades vendidas para Wii (95,2%) se han concentrado en juegos de salud y simulación social (43,6%)
- En el caso de Nintendo DS, los juegos de desarrollo de habilidades intelectuales han sido los más adquiridos (88,6%), seguidos de los de simulación social (70,9%)



VENTAS DE SOFTWARE PARA CONSOLA POR GÉNERO. UNIDADES



- El mayor número de unidades vendidas se registran por juegos de acción (34,4%), seguidos de deporte (22,5%) y aventura gráfica (22,4%)



VENTAS DE SOFTWARE POR GÉNERO PARA PC. UNIDADES

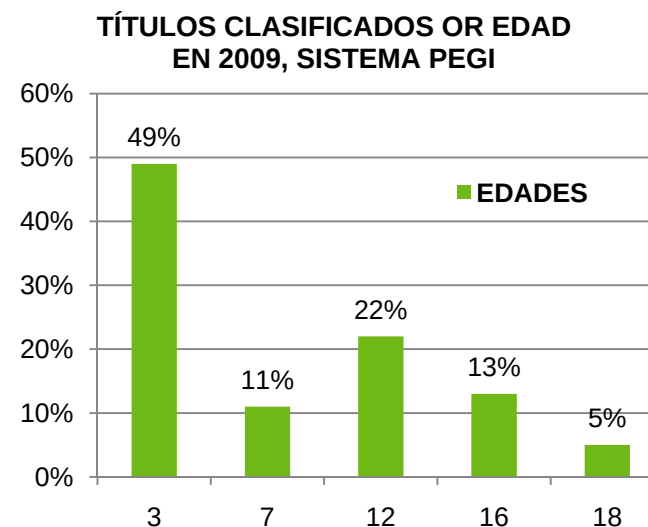
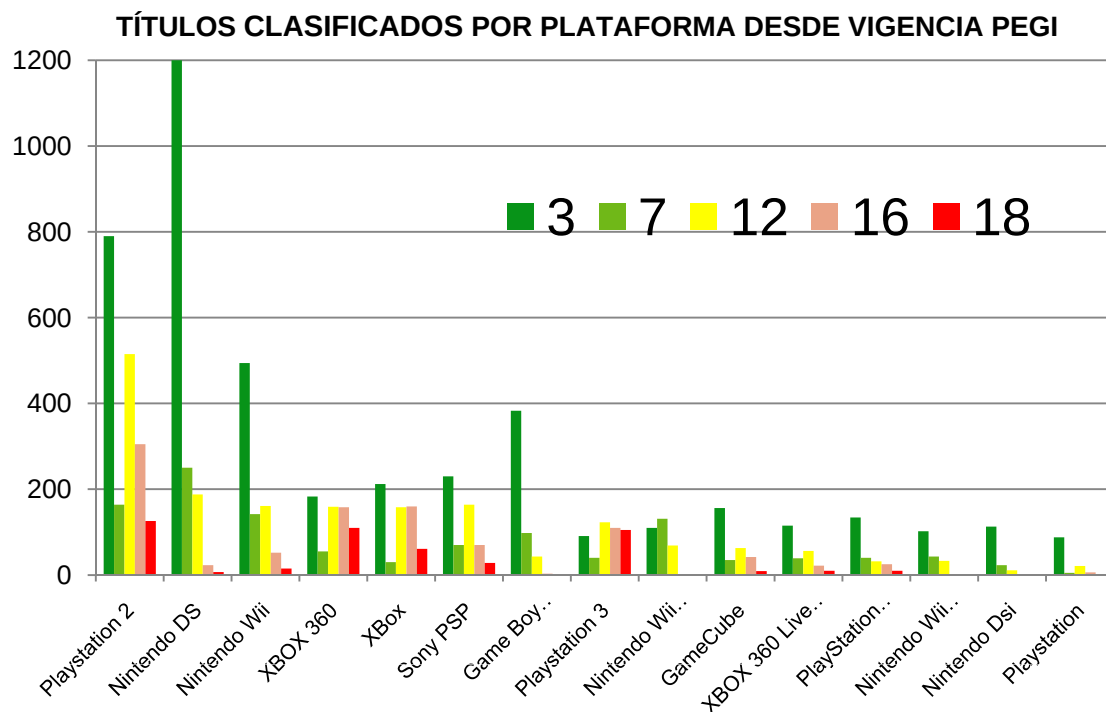


- Los gustos y preferencias de estos jugadores son más variados
- La distribución de las ventas por número de unidades está encabezada por los juegos de estrategia (19,3%), los de aventura gráfica (18,6%) y acción y simulación social (15,9%)



AUTORREGULACIÓN. SISTEMA PEGI.

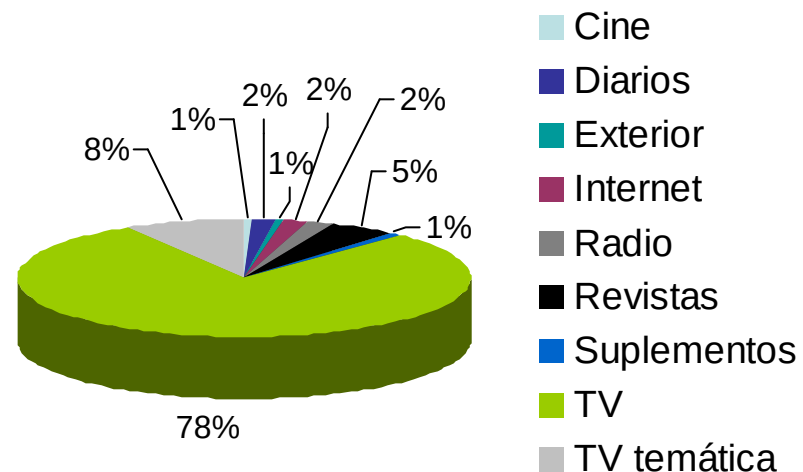
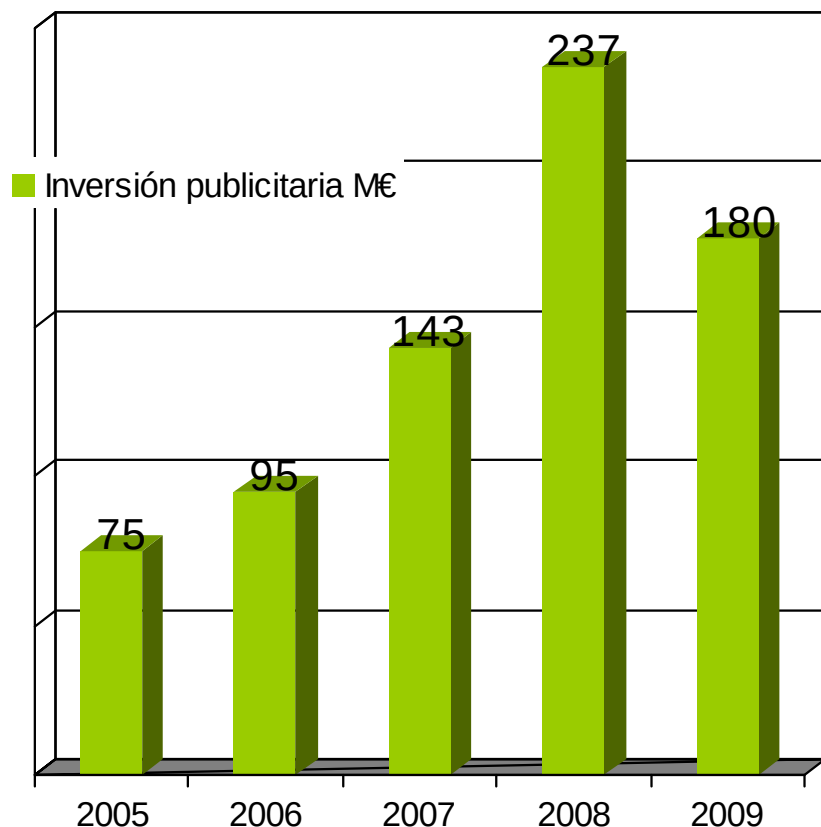
- Durante 2009, el 49% ha sido clasificado como apto para mayores de 3 años, el 11% para 7, el 22% para 12, el 13% para 16 y sólo el 5% ha sido clasificado con la etiqueta de recomendación + 18 años.
- Desde la entrada en vigor del sistema PEGI, en la primavera de 2003, se han clasificado hasta diciembre de 2009, 13.841 videojuegos.



INVERSIÓN PUBLICITARIA



- En 2009 la inversión de la industria ha alcanzado los **180.820.461 euros (-24%)**.



REGULACIÓN DE LA PUBLICIDAD. AUTOCONTROL

ACTIVIDAD AUTOCONTROL PUBLICIDAD DE VIDEOJUEGOS (ADESE)

1.Casos resueltos por el Jurado relativos a publicidad de videojuegos

	2008	2009
Nº TOTAL de casos resueltos	1	1
Nº TOTAL de reclamaciones	1	1

Resultado:

Resoluciones del Jurado de la Publicidad.	Estimación	0	0
	Estimación parcial	0	1
	Desestimación	1	0

2.Solicitudes de Consulta previa (“Copy Advice”) sobre publicidad de videojuegos

a) Resultados Copy Advice

	2008	2009
NÚMERO TOTAL DE COPY ADVICE	287	241

Positivos (No se aprecian inconvenientes al contenido del anuncio)	251	213
Con modificaciones (Se ha recomendado introducir cambios en el anuncio)	35	36
Negativos (Se ha desaconsejado la difusión del anuncio) 1 2	1	2

aDeSe

Asociación Española de Distribuidores y Editores
de Software de Entretenimiento

REGULACIÓN DE LA PUBLICIDAD. AUTOCONTROL

b) Motivos por los que, antes de su emisión, se han recomendado modificaciones o desaconsejado la emisión de los proyectos de anuncios, o se han recomendado

		2008	2009
Infracción del principio de Legalidad (Art. 4: Directrices)	Limitaciones horarias o de medio de difusión	1	0
	Inducción a comportamientos imprudentes o negligentes	0	2
	Utilización ilícita de personajes famosos en anuncios dirigidos a menores	1	0
	Otros	13	5
Infracción del Principio de Veracidad (Art.6 Directrices)	No identificabilidad de la naturaleza publicitaria del anuncio	0	0
	Inducción a error sobre las características y prestaciones del videojuego	5	13
	No indicación de la clasificación por edades según PEGI	16	7
	Publicidad engañosa en general	1	1
Infracción del Principio de adecuación de la publicidad al público al que se dirige el videojuego (Art. 8 Directrices)		0	0
Infracción de las normas sobre promociones (Art. 20 Directrices publicidad productos de software interactivo ADESE)		0	2

ACTIVIDAD CONTRA LA PIRATERIA

ACTIVIDAD CONTRA LA PIRATERIA 2009	Investig. iniciadas	Intervenc. realizadas	V.juegos incautados	PCs y Consolas incautadas	Chips incautados	Actividad Judicial (person.)	Sentenc. Positivas	Sentenc. Negativas
Tiendas de informática	36	10	1.076	69	0	17	12	4
Laboratorios	4	2	838	0	0	2	1	2
Domicilios	0	0	0	0	0	1	1	0
Mercadillos	2	52	2.737	0	0	0	0	0
Cibercafés	72	44	4.228	431	0	13	9	0
Internet Chips	37	1	0	0	85	9	0	0
Internet download (P2P)	63	3	29.267	0	0	2	1	0
Internet (reembolsos)	26	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL INTERNET	126	4	29.267	0	85	11	1	
Venta callejera	39	54	6.843	0	0	12	19	1
Importación paralela	0	0	0	0	0	0	0	0
Chips	48	32	1.129	63	26.720	5	0	1
TOTAL	327	198	46.118	563	26.805	61	43	8

Medidas contra la piratería

❑ DIRIGIDO A LOS CONTENIDOS:

- ✓ Aprobación en el Congreso en los próximos meses de las medidas contenidas en la Disposición final de la ley de Economía Sostenible en relación a la propiedad intelectual, que permita la eliminación de la piratería comercial en Internet.
- ✓ Impulsar un nuevo modelo de negocio que posibilite el desarrollo de nuevos servicios de la sociedad de la información, fomentando el comercio de contenidos legales en Internet.
- ✓ Incorporar medidas de autorregulación como paso previo a la regulación legal, impulsando campañas de sensibilización social.
- ✓ Modificación de la Circular 1/2006 de la Fiscalía General del Estado.

❑ DIRIGIDO A LOS DISPOSITIVOS:

- ✓ Desarrollo de un grupo de trabajo con el Consejo General del Poder Judicial intentando que el Supremo decida sobre estas materias para unificación de doctrina, en una sala especial.
- ✓ Cursos dirigidos a las Fuerzas de Seguridad y desarrollo de una ponencia específica de videojuegos destinada a jueces, orientada al estudio de los problemas de protección penal específicos de estas obras y muy en particular a los dispositivos de vulneración.

Muchas gracias

aDeSe:

Carlos Iglesias

carlosiglesias@adese.es

O'donnell, 34 – 3ºD 28014 MADRID

T.+34 663 937 808 F. + 34 915 213 742

Gabinete de prensa :

Marta Frau / Rubén Pereiro

marta.frau@cic-rp.com;

ruben.pereiro@cic-rp.com

C&IC COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS

José Abascal, 53. 5ºpl. 28003 MADRID

T. +34 91 577 92 72 F.+ 34 91 435 55 86