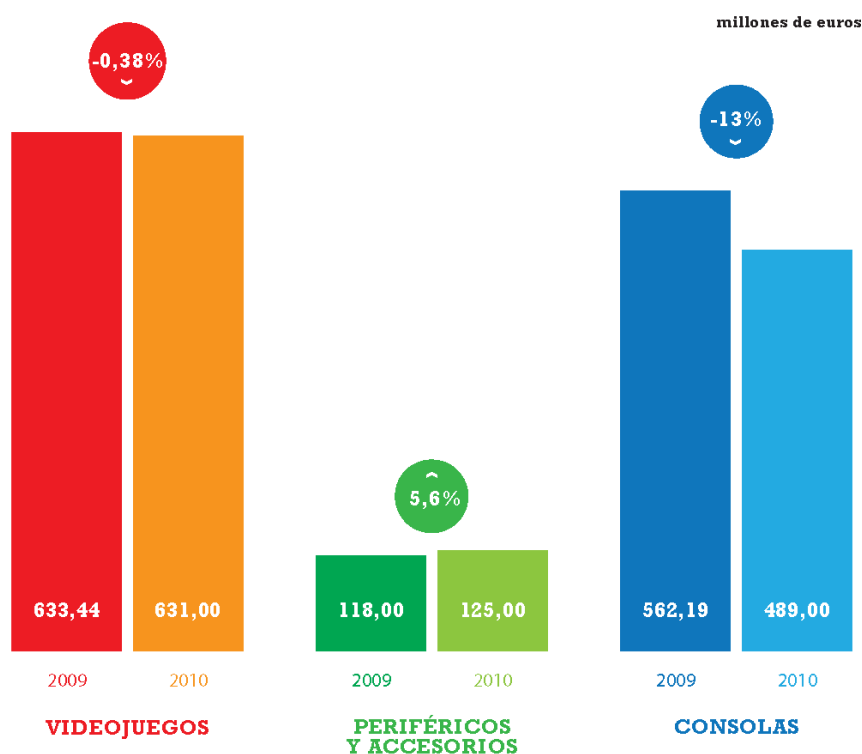


Balance económico de la industria del videojuego 2010

1. Mercado español

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.

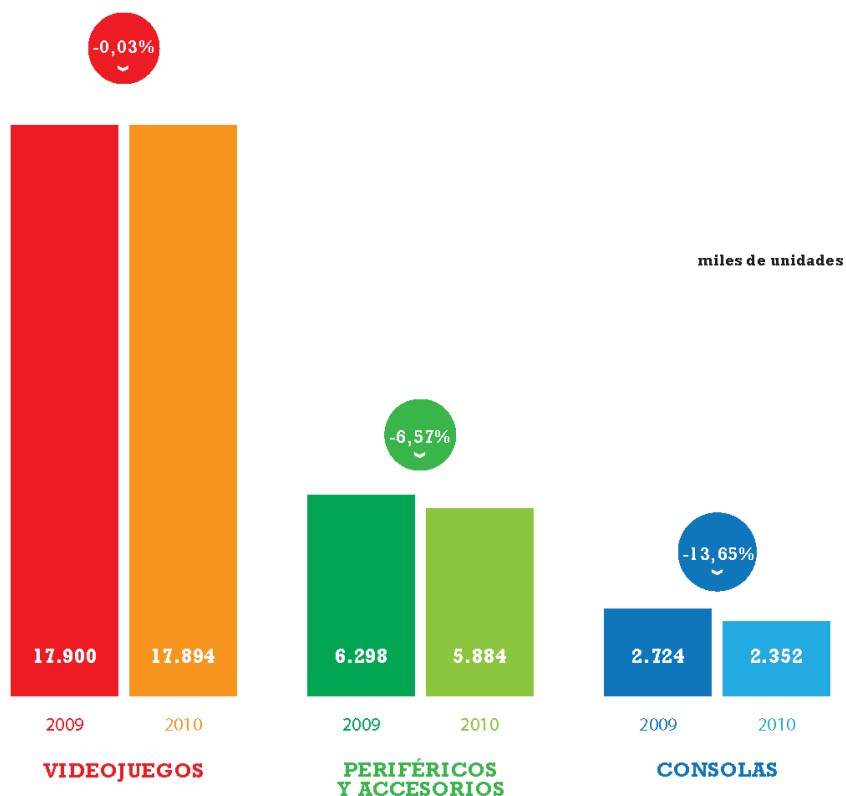
En concreto, según los datos recogidos por aDeSe a través de la auditora Gkf, el consumo de software en el mercado español supuso 631M€, el hardware 489M€ y los periféricos y accesorios 125M€.



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.



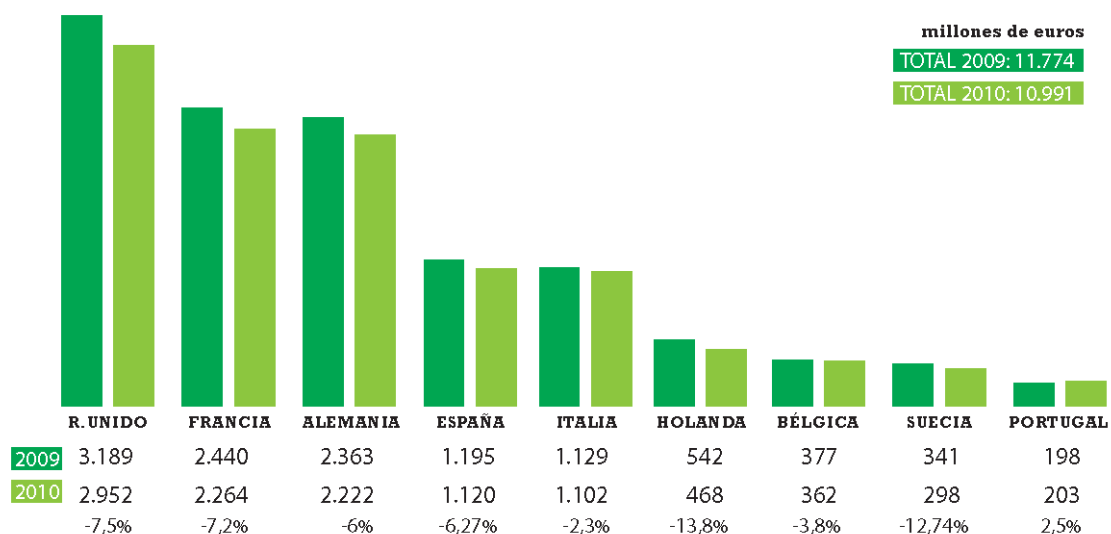
2. Mercado europeo

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).

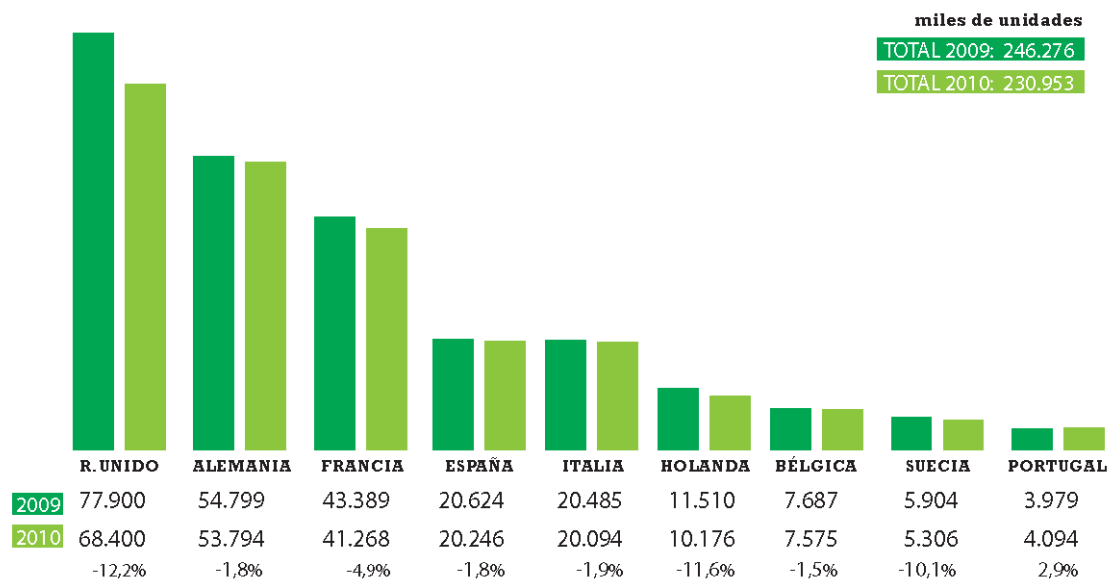
Atendiendo a los principales segmentos de consumo (Hardware y software, excluidos periféricos), la cifra de consumo del mercado español en 2010 fue de 1.120M€.

Reino Unido, Francia, Alemania y España encabezan el ranking de países con mayor consumo tanto el valor como en número de unidades.

Mercado europeo. Valor absoluto (Videojuegos+ consolas)



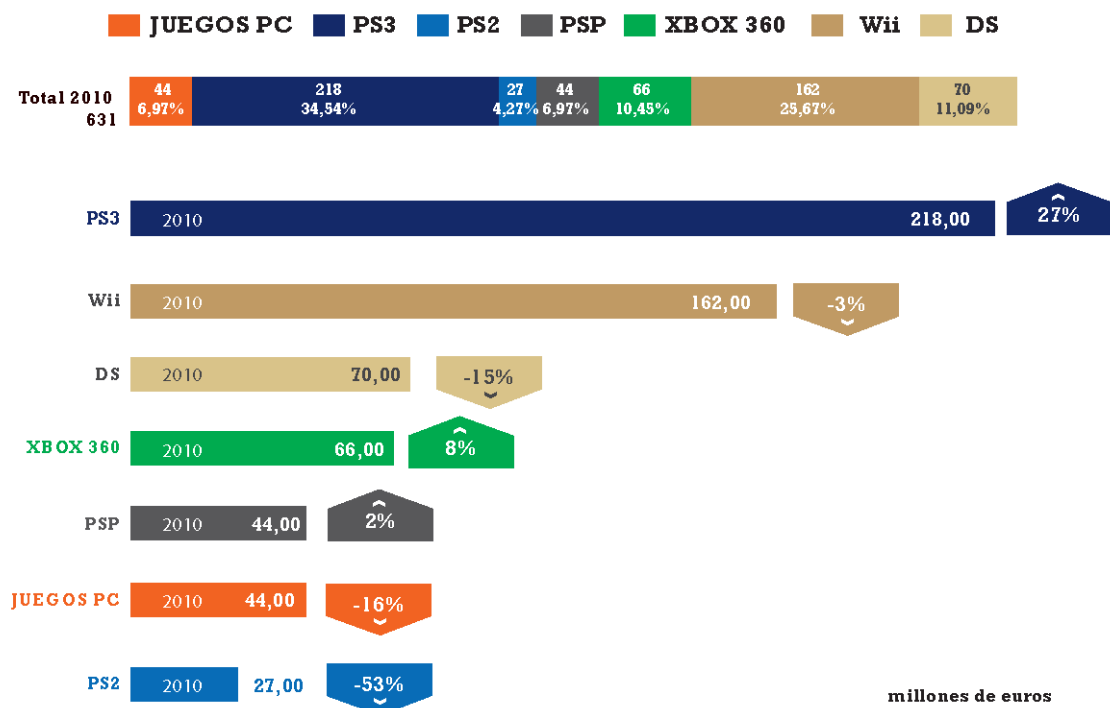
Mercado europeo. Unidades (Videojuegos+ consolas)



2.1 Mercado español del software (Consola +PC)

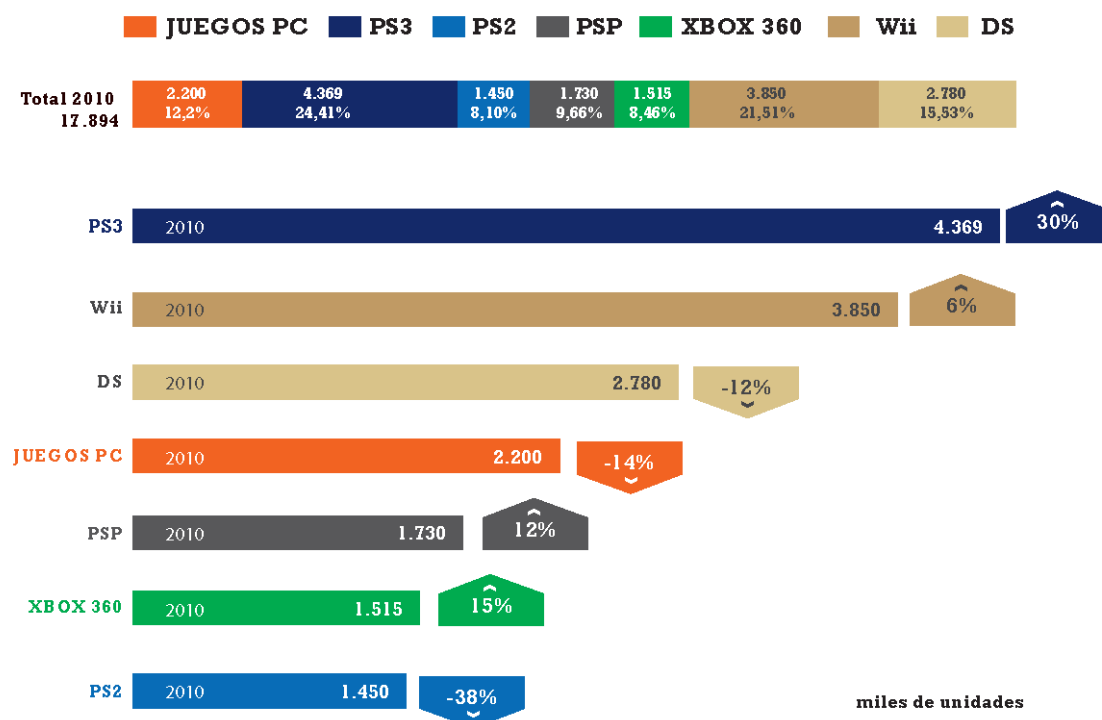
En lo que respecta al valor del consumo de software por plataforma, PS3 (34,54%), Wii (25,67%), Nintendo Ds (11,09%) Xbox360 (10,45%) y PSP (6,97%) se repartieron la mayoría del mercado. Por su parte, los juegos para PC acapararon el 6,97%.

Mercado español del software para PC y Consola. Valor



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%) y PSP (9,66%) y Xbox 360 (8,46%).

Mercado español del software para PC y Consola. Unidades



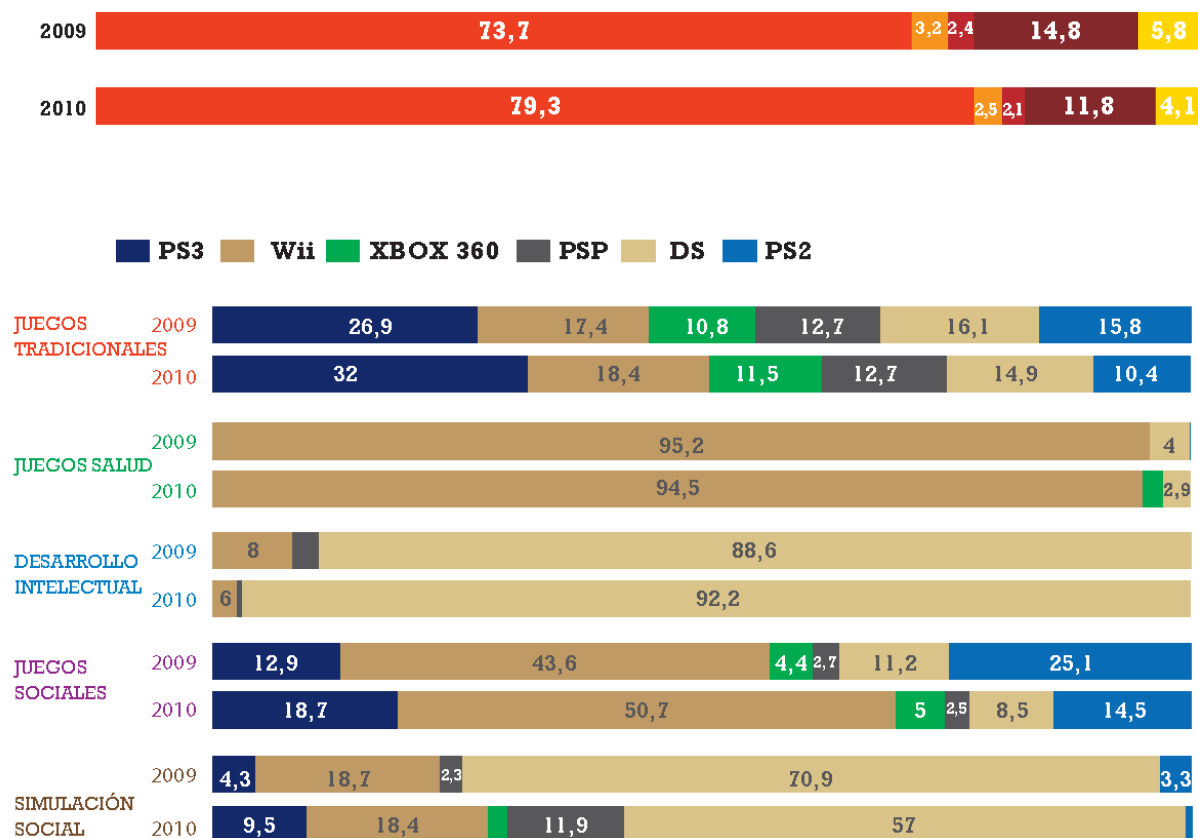
2.1.1 Mercado español de software para consola

Analizando la **concentración de las ventas del mercado del software para consola**, según los datos extraídos del análisis, se observa que los títulos del Top 10 de ventas representaron el 12,08% 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%.

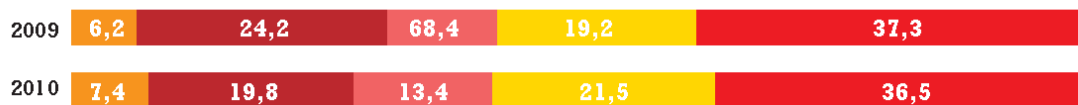
JUEGOS TRADICIONALES SALUD DESARROLLO INTELECTUAL JUEGOS SOCIALES SIMULACIÓN SOCIAL



Si realizamos un análisis más exhaustivo sobre la **categoría de juegos en función del género**, podemos observar las siguientes tendencias de mercado.

Dentro de los *juegos tradicionales*, los juegos más vendidos en función del número de unidades en 2010 fueron los de Rally (36,5%).

SIMULACIÓN PLATAFORMA ESTRATEGIA DEPORTES RALLY AVENTURA GRAF. ACCIÓN



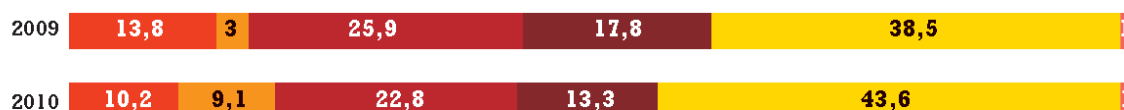
En el caso de los *juegos de desarrollo intelectual*, en 2010 el 73% de las ventas en número de unidades se concentró en los juegos diseñados para el desarrollo de habilidades mentales.

COCINA VOCABULARIO AGILIDAD MENTAL



En relación a los *juegos sociales*, la clasificación de las ventas en función del número de unidades vendidas muestra una leve caída de los juegos de cantar y los de instrumentos musicales.

PREGUNTAS BAILAR CANTAR INSTRUMENTOS MUSICALES FIESTA VISUAL



Por otra parte, en el apartado de *juegos de simulación social*, en 2010 el mercado estuvo dominado por los juegos de simulación de estilos de vida.

SIMULACION DE LA VIDA MASCOTAS Y ANIMALES



2.1.2 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%

SIMULACIÓN ESTRATEGIA DEPORTES RALLY AVENTURA ACCIÓN DANZA DESARROLLO INTELEC. OTROS



2.2 Mercado español del hardware

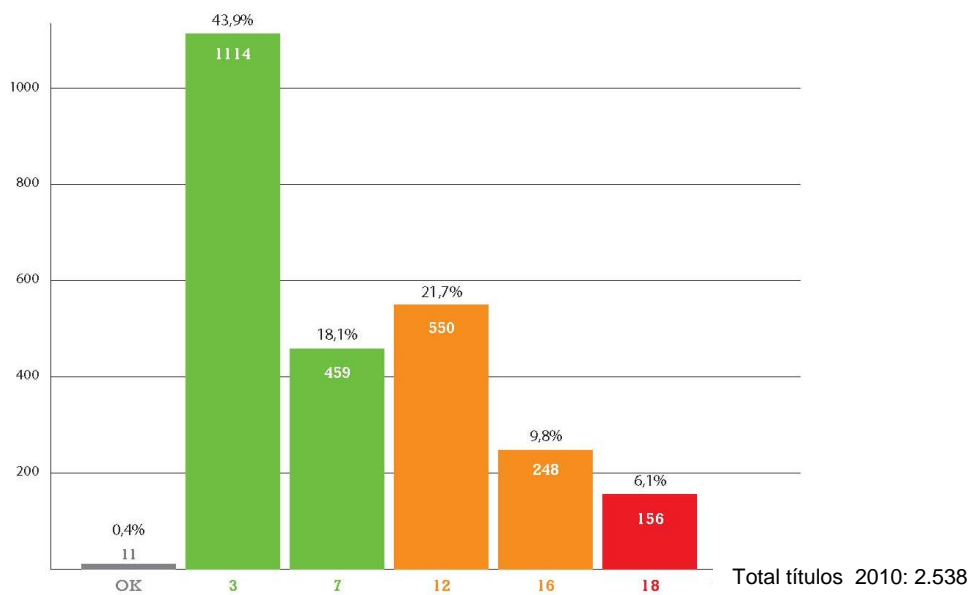
En lo relativo al consumo hardware, de los 489M€ alcanzados, 322M€ provinieron del consumo de consolas de sobremesa y 167M€ de consolas portátiles. En relación al número de unidades vendidas (2.352.000), 1.342.000 correspondieron a consolas de sobremesa y 1.010.000 a consolas portátiles.

3. La autorregulación de la industria (PEGI y Autocontrol)

aDeSe, como máximo representante de la industria española del videojuego, tiene entre sus objetivos fundacionales actuar como organismo impulsor de hábitos de consumo responsables. Para ello, pone en marcha diferentes iniciativas de responsabilidad empresarial entre las que destacan las campañas de divulgación en torno al Sistema de clasificación por edad PEGI (Pan European Game Information)¹ y la revisión voluntaria de las campañas publicitarias de sus asociados mediante el mecanismo de Autocontrol.

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.

¹ Todas las empresas asociadas a aDeSe están adscritas a este sistema www.pegi.info.es



En lo relativo al filtro de **Autocontrol** en 2010 destaca como punto positivo el hecho de que del total de consultas recibidas sobre publicidad en videojuegos 344, sólo en 3 casos se desaconsejó la difusión del anuncio y en 23 se recomendó realizar algún cambio. La industria ha sido ratificada un año más por Autocontrol como sector responsable en materia publicitaria.

4. Top 50

Ranking	Title	Product	Distributor	Genre	PEGI
1	CALL OF DUTY: BLACK OPS	SONY PS3	ATVI BLIZZARD	GAMES: ACTION/COMBAT	18
2	NEW SUPER MARIO BROS.	NINTENDO WII	NINTENDO	GAMES: PLATFORM	3
3	WII FIT PLUS	NINTENDO WII	NINTENDO	HEALTH: FITNESS/W-BEING	3
4	GRAN TURISMO 5	SONY PS3	SONY	GAMES: RACE/RALLY	3
5	WII PARTY	NINTENDO WII	NINTENDO	SOCIAL GAMING: PARTY/PASTIME	3
6	FIFA 11	SONY PS3	ELECTRONIC ARTS	GAMES: SPORT	3
7	PRO EVOLUTION SOCCER 2011	SONY PS3	KONAMI	GAMES: SPORT	3
8	SUPER MARIO GALAXY 2	NINTENDO WII	NINTENDO	GAMES: PLATFORM	3
9	GOD OF WAR III	SONY PS3	SONY	GAMES: ACTION/COMBAT	18
10	ART ACADEMY	NINTENDO DS	NINTENDO	SKILLS: MIND IMPROV.	3
11	MARIO KART+ WII WHEEL	NINTENDO WII	NINTENDO	GAMES: RACE/RALLY	3
12	FORMULA 1 2010	SONY PS3	WARNER INTERACT	GAMES: RACE/RALLY	3
13	CALL OF DUTY: MODERN WARFARE 2	SONY PS3	ATVI BLIZZARD	GAMES: ACTION/COMBAT	18
14	WII SPORTS RESORT + WII MOTION PLUS	NINTENDO WII	NINTENDO	GAMES: SPORT	7
15	RED DEAD REDEMPTION	SONY PS3	TAKE 2	GAMES: ACTION/COMBAT	18
16	POKEMON EDICION PLATA SOULSILVER + POKEWALKER	NINTENDO DS	NINTENDO	GAMES: GRAPH.ADV./RPG	3
17	ASSASSIN'S CREED: LA HERMANDAD	SONY PS3	UBI SOFT	GAMES: ACTION/COMBAT	18
18	WII PLAY	NINTENDO WII	NINTENDO	SOCIAL GAMING: PARTY/PASTIME	3
19	POKEMON EDICION ORO HEARTGOLD + POKEWALKER	NINTENDO DS	NINTENDO	GAMES: GRAPH.ADV./RPG	3
20	STARTER PACK (MOVE)	SONY PS3	SONY	SOCIAL GAMING: PARTY/PASTIME	7
21	JUST DANCE 2: [SIENTE EL RITMO Y BAILA]	NINTENDO WII	UBI SOFT	SOCIAL GAMING: DANCE	3
22	NEW SUPER MARIO BROS.	NINTENDO DS	NINTENDO	GAMES: PLATFORM	3
23	EL PROFESOR LAYTON Y EL FUTURO PERDIDO	NINTENDO DS	NINTENDO	GAMES: GRAPH.ADV./RPG	7
24	FIFA 10	SONY PS3	ELECTRONIC ARTS	GAMES: SPORT	3
25	FIFA 11	SONY PS2	ELECTRONIC ARTS	GAMES: SPORT	3
26	WORLD OF WARCRAFT: CATAclySM	PC	ATVI BLIZZARD	GAMES: GRAPH.ADV./RPG	12
27	FINAL FANTASY XIII	SONY PS3	KOCH MEDIA	GAMES: GRAPH.ADV./RPG	16
28	PRO EVOLUTION SOCCER 2011	SONY PS2	KONAMI	GAMES: SPORT	3
29	CALL OF DUTY: BLACK OPS	MICROSOFT XBOX360	ATVI BLIZZARD	GAMES: ACTION/COMBAT	18
30	INVIZIMALS: SHADOW ZONE	SONY PSP	SONY	GAMES: ACTION/COMBAT	7
31	KINECT ADVENTURES! (KINECT) + SENSOR KINECT	MICROSOFT XBOX360	MICROSOFT	GAMES: GRAPH.ADV./RPG	3
32	INVIZIMALS	SONY PSP	SONY	GAMES: ACTION/COMBAT	7
33	DONKEY KONG COUNTRY RETURNS	NINTENDO WII	NINTENDO	GAMES: PLATFORM	3
34	PRO EVOLUTION SOCCER 2011	SONY PSP	KONAMI	GAMES: SPORT	3
35	ASSASSIN'S CREED II	SONY PS3	UBI SOFT	GAMES: ACTION/COMBAT	18
36	LOS SIMS 3	PC	ELECTRONIC ARTS	SOCIAL SIMULAT: LIFE SIMULATION	12
37	FIFA 11	SONY PSP	ELECTRONIC ARTS	GAMES: SPORT	3
38	STAR CRAFT II: WINGS OF LIBERTY	PC	ATVI BLIZZARD	GAMES: STRATEGY	16
39	MARIO & SONIC EN LOS JUEGOS OLIMPICOS DE INVIERNO	NINTENDO WII	SEGA	GAMES: SPORT	3
40	EL PROFESOR LAYTON Y LA CAJA DE PANDORA	NINTENDO DS	NINTENDO	GAMES: GRAPH.ADV./RPG	7
41	FIFA 11	MICROSOFT XBOX360	ELECTRONIC ARTS	GAMES: SPORT	3
42	EPIC MICKEY	NINTENDO WII	NINTENDO	GAMES: GRAPH.ADV./RPG	7
43	FIFA 11	NINTENDO WII	ELECTRONIC ARTS	GAMES: SPORT	3
44	UNCHARTED 2: EL REINO DE LOS LADRONES	SONY PS3	SONY	GAMES: GRAPH.ADV./RPG	16
45	PRO EVOLUTION SOCCER 2010	SONY PS3	KONAMI	GAMES: SPORT	3
46	SPORTS CHAMPIONS (MOVE)	SONY PS3	SONY	GAMES: SPORT	12
47	PLANET 51: EL VIDEOJUEGO	NINTENDO DS	SEGA	GAMES: GRAPH.ADV./RPG	7
48	GRAND THEFT AUTO: EPISODES FROM LIBERTY CITY	SONY PS3	TAKE 2	GAMES: ACTION/COMBAT	18
49	HEAVY RAIN	SONY PS3	SONY	GAMES: GRAPH.ADV./RPG	18
50	COPA MUNDIAL DE LA FIFA SUDAFRICA 2010	SONY PS3	ELECTRONIC ARTS	GAMES: SPORT	3

Toda la información ampliada está disponible en www.adese.es

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

Gabinete de prensa de aDeSe:

Marta Frau / Juan Gabriel Corral

Tel: 91.577.92.72

marta.frau@evercom.es; juangabriel.corral@evercom.es