

# Outlook 2010

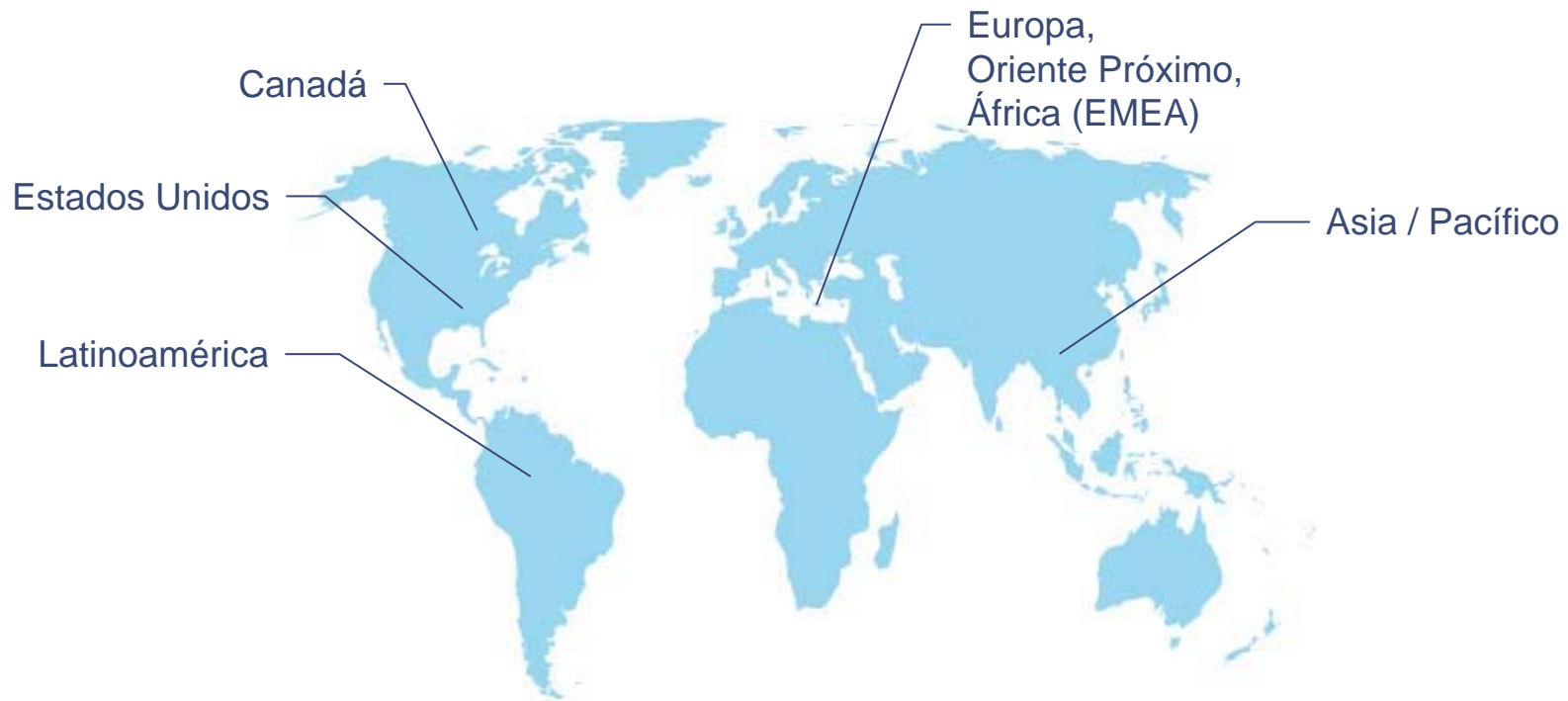
Un paseo por el Sector del Ocio y los Medios de Comunicación

# Contenido del Informe

**Perspectiva Global del Sector del Ocio y los Medios de Comunicación**

# 14 Segmentos y 5 Regiones Mundiales

## Regiones



# 14 Segmentos y 5 Regiones Mundiales

## Segmentos de la Industria

- Industria Cinematográfica
- Televisión convencional y de pago
- Industria discográfica
- Radio y publicidad exterior
- Publicidad y acceso a Internet
- Videojuegos
- Información empresarial
- Edición de revistas
- Edición de periódicos
- Edición de libros
- Parques temáticos y de atracciones.
- Juegos de azar.
- Deportes.

# Visión Global del Sector

# Perspectivas globales del sector del Ocio y los Medios de Comunicación

## Visión General

- La industria del Ocio y los Medios de Comunicación se encuentra en una fase de sólido crecimiento que continuará durante el periodo estimado, aunque sufrirá una pequeña desaceleración durante los años 2009-2010.
- Las tecnologías digitales (banda ancha y móviles) se están consolidando; los nuevos canales de distribución están modificando los modelos de adquisición de contenidos de los consumidores.
- La región de Asia-Pacífico se mantiene como la región de mayor crecimiento, liderada por el gran crecimiento experimentado en China e India.
- Europa Central y del Este junto con Latino América mantienen un fuerte crecimiento.
- EEUU se mantiene como el mayor mercado, con un crecimiento del 5,6%, valor que se sitúa algo por debajo de la media.
- A pesar de que la piratería sigue afectando las ventas en algunos mercados, su impacto en las ventas legales irá perdiendo peso paulatinamente.

# Perspectiva para el Sector de Medios de Comunicación y Ocio

## Factores Determinantes

- **La distribución digital y móvil** llegará a ser una de las bases del mercado de los Medios de Comunicación y Ocio, animado sobre todo por el incremento del número de abonados a las tecnologías inalámbricas y de banda ancha.
- **El crecimiento económico** soportará el gasto en el corto plazo, pero el aumento de los precios de la gasolina aumentará los costes de la compra de productos físicos; un crecimiento de la economía, ya más madura, conllevará crecimientos más lentos en el periodo 2009-10.
- **Los formatos físicos** continuarán dominando, pero con un crecimiento más lento debido sobre todo a la migración de los consumidores a formatos digitales y distribución móvil.
- El aumento de la **distribución on-line**, el progreso de nuevas tecnologías digitales y la mejora de los terminales móviles, son los principales factores que afectan al desarrollo de todos los segmentos de Ocio y Medios de Comunicación.

# Distribución Digital y Banda Ancha

## Crecimiento

- La distribución digital llegará a consolidarse, provocando un cambio en las costumbres de adquisición de contenidos por parte de los consumidores:
  - La industria cinematográfica, la discográfica, los videojuegos, libros y juegos de azar generaron **19.000 millones de dólares en 2005**; que se verán incrementados hasta los **67.000 millones de dólares en 2010**:
    - Durante los próximos 5 años, los contenidos digitales y móviles **crecerán un 41%** en estos segmentos.
    - El **crecimiento anual medio durante este periodo será de un 6%** en el total de todos los segmentos.

# Distribución Digital y Banda Ancha

## Crecimiento

- El continuo aumento de la penetración de la banda ancha en los hogares será el principal motor del crecimiento:
  - De los 187 millones de hogares con banda ancha en 2005 se pasará a los 433 millones en 2010, con un crecimiento medio anual de un 18,3%.
  
- Los mercados móviles crecerán desde los 1.800 millones de abonados en 2005 a los 2.800 millones en 2010, con un crecimiento medio anual del 9,1%.
  
- Este crecimiento de los mercados móviles es debido principalmente a:
  - El desarrollo de las redes inalámbricas.
  - El incremento sustancial en el número de usuarios.
  - La aparición de la nueva generación de terminales móviles.
  - El incremento del ancho de banda disponible para estos nuevos servicios.

# Estudio del mercado de ocio y medios de comunicación a escala mundial: Crecimiento Regional (en millones de dólares)

El mercado de ocio y medios de comunicación mundial seguirá con una tendencia creciente desde los 1.300 millones de dólares en 2005 a los 1.800 millones de dólares en 2010, creciendo al 6,6% de media anual.

		CAGR
Total	\$,1832	6.6%
Estados Unidos.	\$726	5.6%
EMEA	\$580	6.1%
Asia / Pacifico	\$425	9.2%
Latinoamérica	\$60	8.5%
Canadá	\$41	5.9%

# Evolución del mercado de Medios, Ocio y Entretenimiento en Mundo. Crecimiento en porcentaje

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Media 2006-2010
Industria cinematográfica	-1,8	2,9	4,9	6,0	6,6	6,0	5,3
Televisión convencional	6,5	7,8	5,6	8,1	4,9	6,9	6,6
Televisión de pago	7,2	9,0	7,6	9,2	7,3	8,5	8,3
Industria discográfica	1,2	5,0	6,0	5,9	4,9	4,5	5,2
Radio y publicidad exterior	5,2	6,5	5,6	6,4	6,1	6,3	6,2
Internet	19,1	17,3	15,5	12,8	10,6	8,8	12,9
Videojuegos	3,3	15,0	18,4	11,2	7,5	5,6	11,4
Información empresarial	5,8	6,2	5,8	5,4	4,9	4,4	5,3
Revistas	3,6	3,6	3,8	4,1	3,5	3,0	3,6
Periódicos	2,3	3,0	2,9	3,7	2,7	3,3	3,1
Libros	3,9	1,3	4,7	2,2	3,3	3,2	2,9
Parques temáticos	3,3	4,8	4,3	4,4	4,1	4,8	4,5
Casinos	10,9	10,1	10,0	9,2	7,7	6,9	8,8
Deportes	3,5	13,5	1,2	9,9	1,3	9,5	7,0
Media del sector	5,9	7,5	6,6	7,3	5,6	6,2	6,6

# Evolución del mercado de Medios, Ocio y Entretenimiento en el Mundo.

- La radio se verá influida por la aparición de nuevas tecnologías (Internet, DAB y DRM) que permitirán la entrada de nuevos competidores, que acabará fragmentando el mercado existente actualmente.
- La publicidad exterior recurrirá al uso de las nuevas tecnologías con el fin de obtener un mayor impacto en el consumidor final.
- Se consolidarán los métodos de difusión de Televisión de Pago convencionales (Satélite, Cable, etc.), a la vez que se desarrollan nuevos medios de transmisión digital (p. ej. IPTV).
- Se experimentará un gran crecimiento y aceptación de la Televisión Digital Terrestre (TDT), así como la aparición de nuevos canales analógicos y desarrollo de nuevas tecnologías digitales (televisión digital de alta resolución: HDTV).

# Evolución del mercado de Medios, Ocio y Entretenimiento en España. Crecimiento en porcentaje

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Media 2006-2010
Industria cinematográfica	-6,2	1,3	2,5	2,9	4	4	2,9
Televisión convencional	13,8	10,2	7,2	9,7	6,3	9,5	8,6
Televisión de pago	27,2	21,8	18,7	22,8	16,1	12,8	18,4
Industria discográfica	-10,6	-4,8	-3,9	-2,8	-0,4	-0,4	-2,5
Radio y publicidad exterior	4,6	4,6	4,2	4,0	4,0	3,8	4,1
Internet	8,3	8,5	7,6	7,8	7,0	5,7	7,3
Revistas	2,3	3,1	2,5	2,6	2,6	2,7	2,7
Periódicos	5,3	5,1	4,8	4,6	4,4	4,2	4,6
Libros	2,3	1,9	2,7	1,8	2,1	2,1	2,1
Casinos	10,1	9,1	8,3	13,9	21,6	11,1	12,7
Media del Sector	6,4	7,2	5,6	7,4	6,2	6,3	6,5

## Evolución del mercado de Medios, Ocio y Entretenimiento en el España. Crecimiento en porcentaje

- La centralización actual que se da en el mercado de la publicidad en la radio en España se verá afectado por la fragmentación del mercado ocasionada por la aparición de nuevas tecnologías y de nuevos canales.
- España se convertirá en el país europeo con una mayor penetración de la Televisión sobre tecnología IP (IPTV), hasta alcanzar los 3,5 millones en el año 2010
- Se consolidarán los canales de Televisión Digital Terrestres (TDT), y los dos nuevos canales analógicos que han comenzado a emitir en el transcurso del presente año.

## Perspectiva de la Publicidad por segmentos (en miles de millones)

		CAGR
Total	\$521	6.2%
Televisión	\$202	6.8%
Periódicos	\$140	4.0%
Revistas	\$65	4.4%
Internet	\$52	18.1%
Radio	\$41	4.9%
Exteriores	\$28	7.3%

- El mercado se caracterizará por los fuertes aumentos que se registrarán en los años en que se disputarán los Juegos Olímpicos (2008) y la Copa del Mundo de Fútbol de la FIFA (2010).
- El aumento de los ingresos en la publicidad de Internet se pueden asociar a la mayor penetración de la Banda Ancha en los hogares.
- La televisión, a pesar de ser actualmente el medio más utilizado, seguirá aumentando a buen ritmo debido a la expansión de nuevas plataformas digitales (TDT, Cable).

## Consumidor Final: gastos por segmento (en miles de millones)

El gasto global se incrementará un 6.8% anual hasta los 1,3 billones de dólares

CAGR

Total	\$1,311	6.8%
Acceso a Internet	\$214	11.9%
Televisión convencional	\$193	9.3%
Libros	\$131	2.9%
Casino <sup>1</sup>	\$125	8.8%
Deportes	\$121	7.0%
Industria Cinematográfica	\$104	5.3%
Información Empresarial	\$101	5.3%

<sup>1</sup> Casino y otros juegos de azar

- El acceso a Internet se verá favorecido por el incremento de la penetración de la Banda Ancha en los hogares
- La Industria Cinematográfica, se verá fortalecida por el próximo lanzamiento de la nueva generación de DVD's y por el uso de nuevas tecnologías de exhibición (Salas de cines digitales), logrando aumentar de esta manera los ingresos procedentes directamente de taquilla.

# Consumidor Final gastos por segmento (en miles de millones)

## Continuación

		CAGR
Total	\$1,311	6.8%
Periódicos	\$68	1.4%
Televisión de pago	\$62	4.7%
Revistas	\$53	2.7%
Industria discográfica	\$48	5.2%
Videojuegos	\$46	11.4%
Parques temáticos	\$28	4.5%
Radio	\$18	7.5%

- El resto de segmentos crecerán una media anual algo menor del 5%, salvo el caso excepcional de la radio y los videojuegos.
- La distribución tradicional de medios escritos continuará su tendencia a la baja. Debido en gran medida a la aceptación de la prensa gratuita y los nuevos formatos digitales entre el público joven.
- Los videojuegos cuentan con un amplio margen de crecimientos impulsados por la aparición de una nueva generación de videoconsolas.

# Tendencias del Mercado

# Industria Cinematográfica

A photograph capturing a moment on a film set. On the left, a man in a maroon shirt is operating a professional Sony camera, which is mounted on a rig. He is looking through the viewfinder. On the right, a woman is dressed in traditional Indian attire, including a light blue blouse and a grey saree with a gold border. She is adorned with extensive gold jewelry, including necklaces, bangles, and a headpiece. She is holding a small white object, possibly a prop or a piece of jewelry, and looking at it intently. The background is filled with various items, including a patterned rug, a black bag, and other equipment, suggesting a busy production environment.

# Industria cinematográfica. Europa

Filmed Entertainment Market† (US\$ Millions)										
EMEA	2001	2002	2003	2004	2005p	2006	2007	2008	2009	2010
<b>Box Office and Home Video</b>										
<b>Western Europe</b>										
Austria**	263	304	275	288	276	284	293	306	318	332
Belgium**	477	580	644	723	729	756	788	820	855	886
Denmark**	244	302	315	342	344	356	379	401	424	444
Finland**	177	206	249	268	263	271	280	293	307	322
France**	2,271	2,529	2,716	3,016	2,800	2,939	3,104	3,270	3,438	3,604
Germany**	2,653	2,933	2,989	3,282	3,113	3,206	3,355	3,524	3,694	3,859
Greece**	135	148	153	158	152	152	156	157	162	164
Ireland**	280	312	357	388	390	407	425	445	466	487
Italy**	1,443	1,660	1,809	2,024	2,060	2,150	2,266	2,377	2,476	2,562
Netherlands**	579	806	794	796	788	816	845	875	906	935
Norway	303	413	506	563	576	606	638	675	706	741
Portugal**	165	201	214	230	227	235	245	254	266	276
Spain**	1,370	1,530	1,689	1,763	1,653	1,675	1,717	1,766	1,837	1,910
Sweden**	455	514	565	597	621	660	700	739	777	814
Switzerland	354	411	410	459	438	453	470	487	506	523
United Kingdom**	4,816	5,965	6,568	7,087	6,604	6,717	7,020	7,341	7,664	7,990
<b>Western Europe Total</b>	<b>15,985</b>	<b>18,814</b>	<b>20,253</b>	<b>21,984</b>	<b>21,034</b>	<b>21,683</b>	<b>22,681</b>	<b>23,730</b>	<b>24,802</b>	<b>25,849</b>

## Industria cinematográfica. Europa

- El mercado mundial crecerá a una tasa media anual del 5,3% alcanzando los 104.000 millones de dólares en el 2010.
- En Europa Occidental el mercado crecerá a una tasa del 4,2% alcanzando los 25.800 millones de dólares en el 2010.
- En europa del este los crecimientos serán mayores, 9%.
- La piratería continua siendo una fuerte amenaza. Medidas agresivas para combatirla.
- Incentivos a la inversión y beneficios fiscales para el apoyo de las películas locales.
- Digitalización de los cines
- Posicionamiento de la venta del DVD. Impacto de nuevos formatos de High Definition
- Caída del alquiler tradicional

# Industria cinematográfica: España

## Filmed Entertainment Market† (US\$ Millions)

EMEA	2001	2002	2003	2004	2005p	2006	2007	2008	2009	2010
Spain**	1,370	1,530	1,689	1,763	1,653	1,675	1,717	1,766	1,837	1,910
<b>Western Europe Total</b>	<b>15,985</b>	<b>18,814</b>	<b>20,253</b>	<b>21,984</b>	<b>21,034</b>	<b>21,683</b>	<b>22,681</b>	<b>23,730</b>	<b>24,802</b>	<b>25,849</b>

## Filmed Entertainment Market Growth (%)

EMEA	2001	2002	2003	2004	2005p	2006	2007	2008	2009	2010	2006-10 CAGR
Spain**	12.9	11.7	10.4	4.4	-6.2	1.3	2.5	2.9	4.0	4.0	2.9
<b>Western Europe Total</b>	<b>16.9</b>	<b>17.7</b>	<b>7.6</b>	<b>8.5</b>	<b>-4.3</b>	<b>3.1</b>	<b>4.6</b>	<b>4.6</b>	<b>4.5</b>	<b>4.2</b>	<b>4.2</b>

- La tasa media de crecimiento anual será del 2,9% alcanzando los 1.900 millones de dólares en el 2010.
- Aumento del paso por taquilla del 2,4% para España en el periodo 2005-2009, gracias a cines más modernos y con más salas.
- Penetración de DVD en los hogares y venta de DVD. Crecimiento medio en el periodo 2006-2010 de 0,8%.

# Industria Discográfica



# Industria discográfica: Europa

Recorded Music Market <sup>†</sup> (US\$ Millions)										
EMEA	2001	2002	2003	2004	2005p	2006	2007	2008	2009	2010
<b>Western Europe</b>										
Austria <sup>**</sup>	357	332	312	291	277	261	250	239	229	218
Belgium <sup>**</sup>	332	308	277	277	266	254	245	237	229	219
Denmark <sup>**</sup>	262	222	194	187	177	165	155	145	135	125
Finland <sup>**</sup>	162	152	155	134	131	123	116	107	99	92
France <sup>**</sup>	2,628	2,740	2,359	2,046	2,043	2,123	2,152	2,177	2,220	2,287
Germany <sup>**</sup>	2,940	2,768	2,356	2,367	2,278	2,293	2,367	2,531	2,708	2,875
Greece <sup>**</sup>	99	106	96	89	83	80	75	71	67	63
Ireland <sup>**</sup>	181	169	143	147	139	137	134	132	129	126
Italy <sup>**</sup>	738	746	713	658	609	578	549	521	500	477
Netherlands <sup>**</sup>	619	580	552	511	404	346	291	261	241	221
Norway	304	322	281	286	279	261	247	234	221	209
Portugal <sup>**</sup>	180	195	164	128	114	112	108	106	102	98
Spain <sup>**</sup>	861	727	659	577	516	491	472	459	457	455
Sweden <sup>**</sup>	404	381	325	268	224	209	196	183	170	157
Switzerland	325	317	278	258	233	241	231	223	218	211
United Kingdom <sup>**</sup>	3,642	3,585	3,695	3,768	3,759	3,856	3,981	4,182	4,419	4,673
<b>Western Europe Total</b>	<b>14,034</b>	<b>13,650</b>	<b>12,559</b>	<b>11,992</b>	<b>11,532</b>	<b>11,530</b>	<b>11,569</b>	<b>11,808</b>	<b>12,144</b>	<b>12,506</b>

## Industria Discográfica: Europa

- El mercado mundial ascenderá en 2010 a 47.927 millones de dólares, con un 5,2% de incremento en el periodo.
- El mercado europeo experimentará tasas de crecimiento positivas (Europa Occidental 1,6%, total EMEA 5,3%) recuperándose de las tasas negativas experimentadas en 2002 a 2005.
- La distribución tradicional continúa decreciendo, presentando un descenso medio del 3,1%.

## Industria discográfica: España

Recorded Music Market† (US\$ Millions)										
EMEA	2001	2002	2003	2004	2005p	2006	2007	2008	2009	2010
Spain††	861	727	659	577	516	491	472	459	457	455
<b>Western Europe Total</b>	14,034	13,650	12,559	11,992	11,532	11,530	11,569	11,808	12,144	12,506

Recorded Music Market Growth (%)											
EMEA	2001	2002	2003	2004	2005p	2006	2007	2008	2009	2010	2006-10 CAGR
Spain††	0.8	-15.6	-9.4	-12.4	-10.6	-4.8	-3.9	-2.8	-0.4	-0.4	-2.5
<b>Western Europe Total</b>	0.4	-2.7	-8.0	-4.5	-3.8	0.0	0.3	2.1	2.8	3.0	1.6

- La lucha contra la piratería ha comenzado a dar resultados positivos durante 2006 en lo que afecta a la distribución física pero en todo caso se observa un efecto sustitución hacía los formatos digitales.
- Por el contrario la distribución digital (incremento medio del 83,8%) y la música para móviles (incremento medio del 21,3%) compensan la caída de la distribución física.
- La música para móviles y la música digital supondrán conjuntamente el 43% de las ventas comparado con el 14% de 2005.

# Edición de periódicos



# Edición de periódicos: Europa

Newspaper Publishing Market† (US\$ Millions)										
EMEA	2001	2002	2003	2004	2005p	2006	2007	2008	2009	2010
<b>Western Europe</b>										
Austria**	1,599	1,588	1,610	1,673	1,734	1,791	1,841	1,887	1,929	1,968
Belgium**	1,218	1,214	1,330	1,438	1,532	1,606	1,679	1,752	1,821	1,888
Denmark**	2,073	2,004	1,972	1,974	1,974	1,979	1,988	2,000	2,018	2,039
Finland**	1,165	1,131	1,147	1,198	1,243	1,276	1,308	1,338	1,369	1,399
France**	4,211	4,095	4,048	4,107	4,155	4,204	4,267	4,335	4,411	4,483
Germany**	12,687	11,754	11,059	11,113	11,208	11,342	11,517	11,720	11,932	12,158
Greece**	530	509	698	822	873	911	937	964	989	1,015
Ireland**	600	583	620	679	714	760	800	860	909	983
Italy**	6,053	5,846	5,801	5,908	6,043	6,201	6,372	6,554	6,722	6,890
Netherlands**	3,090	2,859	2,784	2,706	2,706	2,720	2,748	2,783	2,845	2,896
Norway	1,608	1,666	1,735	1,797	1,846	1,895	1,945	1,996	2,048	2,101
Portugal**	310	278	270	283	289	296	306	315	323	332
Spain**	4,322	4,237	4,191	4,450	4,686	4,924	5,162	5,400	5,637	5,873
Sweden**	2,038	1,978	2,001	2,037	2,084	2,129	2,175	2,222	2,271	2,321
Switzerland	2,321	2,070	1,906	1,900	1,902	1,918	1,942	1,969	1,996	2,023
United Kingdom**	13,951	14,024	14,041	14,385	14,305	14,197	14,191	14,271	14,394	14,588
<b>Western Europe Total</b>	<b>57,776</b>	<b>55,836</b>	<b>55,213</b>	<b>56,470</b>	<b>57,294</b>	<b>58,149</b>	<b>59,178</b>	<b>60,366</b>	<b>61,614</b>	<b>62,957</b>

## Edición de periódicos: Europa

- El mercado mundial crecerá un 3,1% de media alcanzando los 208.100 millones de dólares en el 2010.
- Europa Occidental crecerá a un ritmo medio anual del 1,9% alcanzando los 63.000 millones de dólares en el 2010 ( 7,7% en Europa del Este).
- El crecimiento medio de los ingresos por tirada en Europa Occidental será negativa en el periodo 2006-2010: 1%.
- Los ingresos por publicidad en periódicos crecerá a una tasa de crecimiento media anual del 2,5% destacando Irlanda (9%), Bélgica (6,1%) y España (5,6%).
- Nuevos formatos, nuevos lanzamientos dirigidos a nichos, prensa gratuita.

# Edición de periódicos: España

## Newspaper Publishing Market† (US\$ Millions)

EMEA	2001	2002	2003	2004	2005p	2006	2007	2008	2009	2010
Spain**	4,322	4,237	4,191	4,450	4,686	4,924	5,162	5,400	5,637	5,873
<b>Western Europe Total</b>	<b>57,776</b>	<b>55,836</b>	<b>55,213</b>	<b>56,470</b>	<b>57,294</b>	<b>58,149</b>	<b>59,178</b>	<b>60,366</b>	<b>61,614</b>	<b>62,957</b>

## Newspaper Publishing Market Growth (%)

EMEA	2001	2002	2003	2004	2005p	2006	2007	2008	2009	2010	2006-10 CAGR
Spain**	-3.5	-2.0	-1.1	6.2	5.3	5.1	4.8	4.6	4.4	4.2	4.6
<b>Western Europe Total</b>	<b>-4.0</b>	<b>-3.4</b>	<b>-1.1</b>	<b>2.3</b>	<b>1.5</b>	<b>1.5</b>	<b>1.8</b>	<b>2.0</b>	<b>2.1</b>	<b>2.2</b>	<b>1.9</b>

- En España, el mercado de periódicos crecerá un 4,6%, alcanzando los 5.900 millones de dólares en 2010.
- Crecimiento medio de los ingresos por publicidad en prensa de 5,6%.
- El crecimiento medio de los ingresos por tirada diaria de periódicos en España será de 2,8%.
- Destaca el impacto en España de la prensa de distribución gratuita: 20 Minutos, Metro, Qué!, la prensa digital y el impacto demográfico.
- Estimula la aparición de nuevos lectores de prensa.

# Internet



# Internet: Europa

## Internet Advertising and Access Spending Market† (US\$ Millions)

EMEA	2001	2002	2003	2004	2005p	2006	2007	2008	2009	2010
<b>Western Europe</b>										
Austria**	417	616	810	951	1,084	1,177	1,264	1,333	1,396	1,456
Belgium**	393	569	737	922	981	1,034	1,090	1,164	1,235	1,301
Denmark**	963	1,235	1,678	2,010	2,312	2,611	2,908	3,208	3,477	3,775
Finland**	393	537	745	1,017	1,272	1,515	1,673	1,798	1,882	1,947
France**	2,301	2,731	3,576	4,686	5,703	6,511	7,263	7,970	8,592	9,190
Germany**	4,533	5,546	6,798	7,822	8,653	9,772	10,928	12,143	13,237	14,112
Greece**	83	102	140	165	187	210	230	248	270	294
Ireland**	73	82	106	133	175	219	262	304	345	385
Italy**	1,165	1,397	1,557	2,297	2,669	3,045	3,406	3,775	4,084	4,333
Netherlands**	1,090	1,268	1,414	1,668	1,876	2,091	2,285	2,395	2,476	2,522
Norway	801	926	992	1,150	1,267	1,386	1,486	1,572	1,641	1,681
Portugal**	241	348	420	583	644	698	747	778	807	834
Spain**	1,318	1,638	2,024	2,603	2,819	3,058	3,291	3,548	3,798	4,013
Sweden**	1,224	1,584	1,688	1,833	1,997	2,157	2,313	2,440	2,564	2,680
Switzerland	342	499	626	880	1,023	1,143	1,244	1,346	1,446	1,537
United Kingdom**	3,431	4,459	5,269	6,959	8,573	10,410	11,968	13,485	14,881	16,084
<b>Western Europe Total</b>	<b>18,768</b>	<b>23,537</b>	<b>28,580</b>	<b>35,679</b>	<b>41,235</b>	<b>47,037</b>	<b>52,358</b>	<b>57,507</b>	<b>62,131</b>	<b>66,144</b>

## Internet: Europa

- El mercado mundial crecerá a tasas medias del 12,9% entre 2006 y 2010, alcanzando los 265.561 millones de dólares.
- El mercado de EMEA seguirá con su rápido crecimiento a unas tasas del 11%, según las previsiones.
- El gasto en acceso por banda ancha (EMEA) se incrementará a tasas del 14,7%, debido a las inversiones en infraestructuras, los paquetes de servicios (Triple Play) y las bajadas de precios.
- Las previsiones para el mercado publicitario mejoran sustancialmente en EMEA, con un crecimiento medio estimado del 21,2%, por la mayor confianza en Internet como medio publicitario.

# Internet: España

Internet Advertising and Access Spending Market <sup>†</sup> (US\$ Millions)										
EMEA	2001	2002	2003	2004	2005p	2006	2007	2008	2009	2010
Spain <sup>**</sup>	1,318	1,638	2,024	2,603	2,819	3,058	3,291	3,548	3,798	4,013
Western Europe Total	18,768	23,537	28,580	35,679	41,235	47,037	52,358	57,507	62,131	66,144

Internet Advertising and Access Spending Market Growth (%)											
EMEA	2001	2002	2003	2004	2005p	2006	2007	2008	2009	2010	2006-10 CAGR
Spain <sup>**</sup>	59.2	24.3	23.6	28.6	8.3	8.5	7.6	7.8	7.0	5.7	7.3
Western Europe Total	35.3	25.4	21.4	24.8	15.6	14.1	11.3	9.8	8.0	6.5	9.9

- El mercado español de Internet crecerá un 7,3% de media anual en el periodo 2006-2010, (Europa Occidental 9,9%) hasta alcanzar los 4.013 millones de dólares.
- El sector de banda ancha crecerá a un ritmo medio anual del 10,9% (Europa Occidental 14.7
- La penetración de la banda ancha llegará al 47,9% (Media Europa Occidental 58,1%), frente al 33,5% de 2006.
- La banda ancha se ve reforzada por el lanzamiento de la televisión sobre ADSL y el acceso a través de teléfonos 3G.

# Televisión de Pago



# Televisión de pago: Europa

TV Distribution Market† (US\$ Millions)										
EMEA	2001	2002	2003	2004	2005p	2006	2007	2008	2009	2010
<b>Western Europe</b>										
Austria††	515	565	612	659	711	762	813	871	934	1,005
Belgium††	562	666	705	751	804	860	917	974	1,034	1,095
Denmark††	289	335	381	479	537	602	673	773	871	978
Finland††	159	183	193	201	215	225	237	250	264	280
France††	2,598	2,906	3,069	3,355	3,672	4,025	4,464	4,887	5,257	5,540
Germany††	3,367	3,545	3,828	3,972	4,160	4,343	4,559	4,777	4,976	5,172
Greece††	85	252	325	367	412	498	586	677	772	868
Ireland††	148	215	245	278	307	334	359	390	421	453
Italy††	1,030	1,194	1,271	1,643	1,958	2,490	3,094	3,781	4,614	5,486
Netherlands††	1,282	1,367	1,503	1,685	1,860	2,046	2,225	2,382	2,537	2,694
Norway	311	414	482	549	626	711	803	894	1,001	1,108
Portugal††	470	609	653	751	835	924	1,017	1,145	1,262	1,383
Spain††	1,286	1,500	1,699	1,948	2,477	3,018	3,581	4,397	5,105	5,759
Sweden††	554	673	706	752	809	853	907	966	1,020	1,072
Switzerland	602	639	676	714	755	795	836	878	925	973
United Kingdom††	4,599	5,361	6,056	6,690	7,241	7,756	8,224	8,698	9,182	9,653
<b>Western Europe Total</b>	<b>17,857</b>	<b>20,424</b>	<b>22,404</b>	<b>24,794</b>	<b>27,379</b>	<b>30,242</b>	<b>33,295</b>	<b>36,740</b>	<b>40,175</b>	<b>43,519</b>

## Televisión de pago: Europa

- Europa occidental tendrá unos crecimientos anuales cercanos a las dos cifras (9,7%) con un gasto estimado en 43.500 millones de dólares en el año 2010.
- El Reino Unido, Alemania y Francia siguen siendo los mercados europeos más importantes. Italia será el país con mayor crecimiento acumulado en el periodo, con crecimientos del 22,9% anuales, gracias a la expansión de la televisión por Satélite y el desarrollo de la IPTV.
- Se produce un ligero decremento en el número de suscriptores de cable, pasando de 50 millones en 2005 a 48 millones en el año 2010.
- Los suscriptores de Televisión por Satélite crecen un 22% en todo el periodo, alcanzando los 32,5 millones en el año 2010.
- El incremento de la capacidad, una programación más atractiva y la aparición de nuevos canales actuarán como motor del sector, para aumentar el gasto en otros servicios de valor añadido. Todo ello conllevará un incremento de los ingresos procedentes de los suscriptores del 37%, hasta alcanzar los 42.000 millones de dólares en el 2010
- Los nuevos servicios de IPTV crecerán desde los 0,5 millones de usuarios en 2005 a los 10 millones en el año 2010, concentrados principalmente en 3 mercados: España, Italia y Francia

## Televisión de pago: España

### TV Distribution Market† (US\$ Millions)

EMEA	2001	2002	2003	2004	2005p	2006	2007	2008	2009	2010
Spain††	1,286	1,500	1,699	1,948	2,477	3,018	3,581	4,397	5,105	5,759

### TV Distribution Market Growth (%)

EMEA	2001	2002	2003	2004	2005p	2006	2007	2008	2009	2010	2006-10 CAGR
Spain††	23.3	16.6	13.3	14.7	27.2	21.8	18.7	22.8	16.1	12.8	18.4

- En el periodo 2006-2010, España tendrá crecimientos anuales del 18,4%, pasando de 2.500 millones de dólares a casi 5.800 millones de dólares al final del periodo
- Se prevé que en el año 2010, España será el principal mercado de IPTV en Europa, con 3,5 millones de abonados. El lanzamiento de IPTV, permitirá el desarrollo de servicios VOD (video bajo demanda).
- El número de usuarios de servicios de pago, se verá incrementado en casi un 100%, pasando de los 4,3 millones en 2005 a los 8,35 millones en el año 2010
- España tendrá el mayor crecimiento de ingresos por servicios de pago de toda Europa, siendo este incremento de un 133% en todo el periodo, situándose en la cabeza con 5.032 millones de dólares en el año 2010

# Televisión Convencional



# Televisión Convencional: Europa

Television Network Market† (US\$ Millions)										
EMEA	2001	2002	2003	2004	2005p	2006	2007	2008	2009	2010
<b>Western Europe</b>										
Austria**	949	949	959	990	1,012	1,038	1,058	1,079	1,098	1,141
Belgium**	1,320	1,383	1,458	1,489	1,464	1,520	1,564	1,607	1,657	1,718
Denmark**	754	803	872	949	1,028	1,095	1,154	1,221	1,280	1,352
Finland**	517	524	532	593	601	609	630	643	658	672
France**	5,353	5,486	5,610	5,841	5,834	6,078	6,191	6,391	6,497	6,763
Germany**	10,649	10,075	9,916	9,996	10,111	10,477	10,348	10,425	10,545	10,766
Greece**	790	840	847	903	924	981	987	1,037	1,063	1,125
Ireland**	363	368	377	432	504	545	562	603	619	660
Italy**	6,644	6,828	7,091	7,602	7,836	8,391	8,768	9,287	9,585	10,203
Netherlands**	1,494	1,548	1,498	1,520	1,525	1,559	1,588	1,653	1,701	1,786
Norway	848	855	905	956	1,006	1,074	1,123	1,180	1,220	1,287
Portugal**	597	553	578	609	634	690	715	764	795	858
Spain**	2,672	2,710	2,890	3,331	3,791	4,176	4,475	4,910	5,220	5,718
Sweden**	1,102	1,111	1,157	1,245	1,289	1,351	1,400	1,464	1,519	1,570
Switzerland	826	857	877	924	948	992	1,008	1,043	1,074	1,118
United Kingdom**	9,670	9,750	10,079	10,545	10,732	11,077	11,543	11,961	12,341	12,687
<b>Western Europe Total</b>	<b>44,548</b>	<b>44,640</b>	<b>45,646</b>	<b>47,925</b>	<b>49,239</b>	<b>51,653</b>	<b>53,114</b>	<b>55,268</b>	<b>56,872</b>	<b>59,424</b>

## Televisión Convencional: Europa

- El mercado en Europa Occidental alcanzará los 59.400 millones de dólares en 2010 con un crecimiento medio anual del 3,8%
- Los mayores mercados en Europa en 2005 fueron el Reino Unido y Alemania con más de 10.000 millones de dólares cada uno, seguidos por Italia, que en el año 2010 también alcanzará la barrera de los 10.000 millones de dólares
- La proliferación de plataformas digitales y el lanzamiento de nuevos canales serán elementos clave para el crecimiento de la publicidad en la televisión
- Más de la mitad de los ingresos de publicidad, corresponderán a las televisiones terrestres convencionales, alcanzando unos ingresos de 30.000 millones de dólares a finales de 2010
- Una mayor importancia de la publicidad Multicanal, alcanzando crecimientos anuales del 12,3% hasta llegar a los 9.000 millones de dólares al final del periodo
- No se prevén variaciones significativas de los ingresos procedentes del pago de impuestos de licencias de Televisiones públicas, siendo los incrementos anuales del 1,3%, hasta alcanzar los 20.400 millones de dólares

## Televisión Convencional. España

Television Network Market† (US\$ Millions)										
EMEA	2001	2002	2003	2004	2005p	2006	2007	2008	2009	2010
Spain**	2,672	2,710	2,890	3,331	3,791	4,176	4,475	4,910	5,220	5,718

Television Network Market Growth (%)											
EMEA	2001	2002	2003	2004	2005p	2006	2007	2008	2009	2010	2006-10 CAGR
Spain**	-6.5	1.4	6.6	15.3	13.8	10.2	7.2	9.7	6.3	9.5	8.6

- España tendrá crecimientos en los ingresos del 8,6% anuales, siendo muy superiores a la media Europea del 3,8% durante el periodo 2006-2010.
- Con la aprobación del plan de Televisión Digital Terrestre (TDT), se amplió el espectro a 20 canales digitales en abierto. Este nuevo panorama televisivo está atrayendo a competidores internacionales al mercado nacional.
- El lanzamiento de dos canales analógicos (La Sexta y Cuatro), conllevará una mayor competencia por conseguir los ingresos por publicidad tradicional y Multicanal.
- La publicidad Multicanal crecerá a ritmos del 21% anuales durante el periodo, alcanzando los 772 millones de dólares en el 2010, posicionándose en el 4º lugar Europeo.



# Edición de revistas



# Edición de revistas: Europa

## Magazine Publishing Market† (US\$ Millions)

EMEA	2001	2002	2003	2004	2005p	2006	2007	2008	2009	2010
<b>Western Europe</b>										
Austria**	584	601	608	626	637	660	678	702	721	739
Belgium**	557	576	586	603	610	622	640	659	677	696
Denmark**	169	158	163	165	168	171	176	180	184	188
Finland**	742	739	738	746	755	763	773	785	796	807
France**	8,426	8,375	8,340	8,496	8,631	8,805	9,011	9,255	9,498	9,741
Germany**	6,358	5,996	5,834	5,797	5,724	5,765	5,842	5,938	6,057	6,164
Greece**	1,020	1,122	1,224	1,373	1,537	1,660	1,777	1,896	2,013	2,132
Ireland**	41	52	67	66	68	72	75	80	83	87
Italy**	5,326	5,096	5,146	5,258	5,444	5,624	5,798	5,966	6,141	6,314
Netherlands**	1,938	1,857	1,741	1,796	1,803	1,821	1,852	1,896	1,952	2,008
Norway	459	466	487	512	539	568	602	636	668	698
Portugal**	445	422	425	433	442	455	468	486	503	521
Spain**	2,053	2,065	2,078	2,180	2,230	2,299	2,356	2,418	2,480	2,548
Sweden**	810	805	795	806	828	855	879	905	931	956
Switzerland	1,007	955	931	929	935	947	967	987	1,007	1,028
United Kingdom**	7,005	6,952	6,925	7,138	7,300	7,518	7,754	7,999	8,236	8,481
<b>Western Europe Total</b>	<b>36,940</b>	<b>36,237</b>	<b>36,088</b>	<b>36,924</b>	<b>37,651</b>	<b>38,605</b>	<b>39,648</b>	<b>40,788</b>	<b>41,947</b>	<b>43,108</b>

## Edición de revistas. Europa

- El mercado mundial crecerá un 3,6% de media anual, alcanzando los 117.600 millones de dólares en 2010. Destacando como regiones con mayor crecimiento Estados Unidos (4,6%) y América Latina (4,6%).
- El mercado en Europa Occidental se incrementará un 2,7% hasta los 43.100 millones de dólares en el 2010.
- Crecimiento generalizado en todas las regiones debido a constantes nuevos lanzamientos en variedad de géneros. Destacando Grecia (6,8%) y Noruega (5,3%).

# Edición de revistas: España

## Magazine Publishing Market† (US\$ Millions)

EMEA	2001	2002	2003	2004	2005p	2006	2007	2008	2009	2010
Spain**	2,053	2,065	2,078	2,180	2,230	2,299	2,356	2,418	2,480	2,548
Western Europe Total	36,940	36,237	36,088	36,924	37,651	38,605	39,648	40,788	41,947	43,108

## Magazine Publishing Market† (US\$ Millions)

EMEA	2001	2002	2003	2004	2005p	2006	2007	2008	2009	2010	2006-10 CAGR
Spain**	0.6	0.6	0.6	4.9	2.3	3.1	2.5	2.6	2.6	2.7	2.7
Western Europe Total	-0.3	-1.9	-0.4	2.3	2.0	2.5	2.7	2.9	2.8	2.8	2.7

- En España, el ritmo de crecimiento medio anual ascenderá al 2,7%, en el periodo 2006-2010, alcanzando los 2.500 millones de dólares.
- El ritmo de crecimiento medio anual de los ingresos por publicidad ascenderá a 2,5%.
- Los ingresos por tirada de revistas en España experimentarán una tasa media de crecimiento de 2,8%.
- Nuevos lanzamientos en variedad de géneros.

# Edición de libros



# Edición de libros: Europa

Book Publishing Market† (US\$ Millions)										
EMEA	2001	2002	2003	2004	2005p	2006	2007	2008	2009	2010
<b>Western Europe</b>										
Austria**	1,322	1,327	1,330	1,338	1,354	1,374	1,388	1,401	1,412	1,422
Belgium**	683	683	684	684	693	705	717	725	733	740
Denmark**	669	673	683	694	708	726	746	764	783	801
Finland**	628	628	627	627	635	645	656	662	671	678
France**	5,612	5,572	5,604	5,680	5,709	5,792	5,898	6,015	6,159	6,314
Germany§**	10,504	10,447	10,204	10,273	10,547	10,447	10,745	10,671	10,776	10,876
Greece**	330	334	336	336	340	346	351	357	361	363
Ireland**	125	126	127	124	126	129	135	137	141	144
Italy**	4,402	4,462	4,552	4,673	4,914	4,903	5,148	5,230	5,379	5,552
Netherlands**	1,423	1,423	1,428	1,432	1,447	1,444	1,460	1,461	1,470	1,478
Norway	797	796	803	812	822	832	844	855	866	874
Portugal**	254	255	254	254	257	260	262	263	265	269
Spain**	6,208	6,264	6,324	6,370	6,514	6,635	6,817	6,937	7,084	7,232
Sweden**	830	825	823	825	834	838	848	852	858	864
Switzerland	864	867	869	878	890	895	907	912	921	924
United Kingdom**	6,656	6,810	7,089	7,156	7,434	7,527	7,850	7,880	8,058	8,236
<b>Western Europe Total</b>	<b>41,307</b>	<b>41,492</b>	<b>41,737</b>	<b>42,156</b>	<b>43,224</b>	<b>43,498</b>	<b>44,772</b>	<b>45,122</b>	<b>45,937</b>	<b>46,767</b>

## Edición de libros: Europa

- El mercado mundial crecerá un 2,9% alcanzando los 130.500 millones de dólares en el 2010. Destacando Canada (3,8%) y Asia (4,8%).
- En Europa Occidental el mercado se incrementará un 1,6% de media anual hasta los 46.700 millones de dólares en el 2010.
- Este crecimiento para Europa Occidental será de un 2,4% en libros de consumo, 1,1% en libros de texto y un retroceso de -1,4% en libros profesionales
- Títulos como Harry Potter han tenido gran efecto positivo en las ventas de libros de consumo.

# Edición de libros: España

Book Publishing Market† (US\$ Millions)										
EMEA	2001	2002	2003	2004	2005p	2006	2007	2008	2009	2010
Spain**	6,208	6,264	6,324	6,370	6,514	6,635	6,817	6,937	7,084	7,232
<b>Western Europe Total</b>	<b>41,307</b>	<b>41,492</b>	<b>41,737</b>	<b>42,156</b>	<b>43,224</b>	<b>43,498</b>	<b>44,772</b>	<b>45,122</b>	<b>45,937</b>	<b>46,767</b>

Book Publishing Market Growth (%)											
EMEA	2001	2002	2003	2004	2005p	2006	2007	2008	2009	2010	2006-10 CAGR
Spain**	3.0	0.9	1.0	0.7	2.3	1.9	2.7	1.8	2.1	2.1	2.1
<b>Western Europe Total</b>	<b>0.6</b>	<b>0.4</b>	<b>0.6</b>	<b>1.0</b>	<b>2.5</b>	<b>0.6</b>	<b>2.9</b>	<b>0.8</b>	<b>1.8</b>	<b>1.8</b>	<b>1.6</b>

- En España, el sector editorial crecerá un 2,1% alcanzando los 7.200 millones de dólares en el periodo 2006-2010.
- En España también crecerá más la venta de libros de consumo (2,9%), seguida por libros de texto (1,2%) y libros de profesionales (0,1%).
- Nuevos formatos : E-books representan un pequeño sector en expansión.

# Videojuegos



# Videojuegos: Europa

Video Game Spending† (US\$ Millions)										
EMEA	2001	2002	2003	2004	2005p	2006	2007	2008	2009	2010
France	845	963	1,094	1,199	1,255	1,460	1,753	1,958	2,119	2,262
Germany	1,412	1,387	1,529	1,638	1,728	2,020	2,424	2,716	2,940	3,145
Ireland	114	149	193	230	236	267	329	367	392	416
Italy	385	479	503	559	590	684	833	926	1,007	1,069
Netherlands	329	311	323	354	392	466	578	677	764	833
Spain	510	572	621	696	721	833	1,007	1,131	1,231	1,305
United Kingdom	1,636	1,818	1,963	2,273	2,400	2,827	3,418	3,872	4,200	4,491
Other Countries	175	193	208	239	260	289	330	367	397	421
<b>Total</b>	<b>5,406</b>	<b>5,872</b>	<b>6,434</b>	<b>7,188</b>	<b>7,582</b>	<b>8,846</b>	<b>10,672</b>	<b>12,014</b>	<b>13,050</b>	<b>13,942</b>

# Videojuegos: España

## Video Game Spending† (US\$ Millions)

EMEA	2001	2002	2003	2004	2005p	2006	2007	2008	2009	2010
Spain	510	572	621	696	721	833	1,007	1,131	1,231	1,305
<b>Total</b>	5,406	5,872	6,434	7,188	7,582	8,846	10,672	12,014	13,050	13,942

## Growth of Video Game Spending (%)

EMEA	2001	2002	2003	2004	2005p	2006	2007	2008	2009	2010	2006–10 CAGR
Spain	5.2	12.2	8.6	12.1	3.6	15.5	20.9	12.3	8.8	6.0	12.6
<b>Total</b>	3.8	8.6	9.6	11.7	5.5	16.7	20.6	12.6	8.6	6.8	13.0

## Videojuegos

- El mercado mundial crecerá a una media del 11,4% entre 2006 y 2010, alcanzando los 46.462 millones de dólares.
- El crecimiento de EMEA será del 13% y España del 12,6% en un mercado de 1.305 M de \$ (el cuarto más grande de la región).
- El lanzamiento de la siguiente generación de videoconsolas portátiles (en 2005) y de sobremesa (2005-2006) relanzará el mercado, tanto de hardware como de software.

## Videojuegos

- La expansión de las conexiones de banda ancha y las características de juego “on-line” de las nuevas consolas tendrán un efecto positivo en este tipo de juegos, que se convertirá en el segundo segmento del mercado por tamaño.
- La aparición de nuevos teléfonos móviles (con mayores posibilidades técnicas y 3G) favorecerá una más rápida expansión del mercado de los juegos “wireless” en Europa.
- El mercado de juegos para PC mantiene su tendencia descendente a favor de las consolas y pierde la exclusividad del juego “on-line”.

# Business Information



## Business Information

- La mejora del entorno económico ayudará al mercado de la información empresarial, que tiene un claro componente cíclico.
- El mercado mundial crecerá al 5,3% entre 2006 y 2010, alcanzando los 101.226 millones de dólares.
- En EMEA, el mercado crecerá a un ritmo del 5,5% hasta alcanzar los 29.234 millones de dólares.
- El sector con mayor crecimiento será la información sobre empresas/industrias (5,9%), seguido por la información relacionada con el marketing (5,4%) y la financiera (4,0%).

# Parques Temáticos



## Parques Temáticos

- El mercado mundial crecerá al 4,5% en el periodo 2006-2010, desde los 23.187 millones de dólares estimados para 2006 hasta los 27.551 para 2010.
- En EMEA, el mercado crecerá a un ritmo del 4,7% anual hasta los 5.150 millones de dólares, por la apertura de nuevos parques en Europa del Este y nuevas atracciones en los parques existentes.

# Casinos



# Casinos: Europa

Casino and Other Regulated Gaming Market <sup>†</sup> (US\$ Millions)										
EMEA	2001	2002	2003	2004	2005p	2006	2007	2008	2009	2010
<b>Western Europe</b>										
Austria <sup>††</sup>	317	342	404	435	485	534	572	609	646	684
Belgium <sup>††</sup>	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Denmark <sup>††</sup>	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Finland <sup>††</sup>	24	24	27	31	35	37	40	42	45	47
France <sup>††</sup>	2,070	2,299	2,803	2,983	3,107	3,232	3,356	3,480	3,605	3,729
Germany <sup>††</sup>	1,292	1,311	1,378	1,516	1,666	1,833	2,026	2,188	2,337	2,486
Greece <sup>††</sup>	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Ireland <sup>††</sup>	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Italy <sup>††</sup>	404	429	516	559	603	646	690	733	777	820
Netherlands <sup>††</sup>	747	837	869	901	932	970	1,013	1,063	1,112	1,162
Norway	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Portugal <sup>††</sup>	22	25	31	36	44	50	55	60	65	70
Spain <sup>††</sup>	392	441	541	621	684	746	808	920	1,119	1,243
Sweden <sup>††</sup>	30	45	86	117	150	170	190	211	231	252
Switzerland	147	279	397	482	562	642	722	803	883	963
United Kingdom <sup>††</sup>	1,460	1,716	2,034	2,543	3,027	3,636	4,291	5,236	6,145	6,591
<b>Western Europe Total</b>	<b>6,905</b>	<b>7,748</b>	<b>9,086</b>	<b>10,224</b>	<b>11,295</b>	<b>12,496</b>	<b>13,763</b>	<b>15,345</b>	<b>16,965</b>	<b>18,047</b>

## Casinos: Europa

- El mercado mundial del juego experimentará tasas de crecimiento del 8,8%, hasta los 125.019 millones de dólares.
- EMEA experimentará tasas superiores (10,7%) hasta los 22.373 millones de dólares. (Casinos 8.7%, juegos on-line, 17,3%, esto últimos aun con un peso inferior al 25% del juego a través de Casinos)
- El incremento del juego “on-line”, legal o ilegal, propiciado por la banda ancha, tiene un efecto colateral: fomenta el atractivo de los casinos tradicionales (“on-site”).
- La flexibilización de la normativa sobre el juego en el Reino Unido durante 2005 podría generar cambios legislativos en otros países europeos, cuestión que se está debatiendo en la Unión Europea (sin embargo continúan las restricciones en algunos Estados).

# Casinos: España

## Casino and Other Regulated Gaming Market† (US\$ Millions)

EMEA	2001	2002	2003	2004	2005p	2006	2007	2008	2009	2010
Spain**	392	441	541	621	684	746	808	920	1,119	1,243
<b>Western Europe Total</b>	<b>6,905</b>	<b>7,748</b>	<b>9,086</b>	<b>10,224</b>	<b>11,295</b>	<b>12,496</b>	<b>13,763</b>	<b>15,345</b>	<b>16,965</b>	<b>18,047</b>

## Casino and Other Regulated Gaming Market Growth (%)

EMEA	2001	2002	2003	2004	2005p	2006	2007	2008	2009	2010	2006-10 CAGR
Spain**	9.2	12.5	22.7	14.8	10.1	9.1	8.3	13.9	21.6	11.1	12.7
<b>Western Europe Total</b>	<b>6.3</b>	<b>12.2</b>	<b>17.3</b>	<b>12.5</b>	<b>10.5</b>	<b>10.6</b>	<b>10.1</b>	<b>11.5</b>	<b>10.6</b>	<b>6.4</b>	<b>9.8</b>

- En España, el crecimiento previsto es del 12,7%, hasta los 1.243 millones de dólares en 2009.
- El incremento del juego en casinos tradicionales o por Internet está disminuyendo los ingresos de las loterías y apuestas deportivas.

# Radio



# Radio: Europa

## Radio Advertising Market† (US\$ Millions)

EMEA	2001	2002	2003	2004	2005p	2006	2007	2008	2009	2010
<b>Western Europe</b>										
Austria††	140	128	134	149	152	162	170	180	189	199
Belgium††	174	180	199	220	249	267	286	305	323	342
Denmark††	28	26	25	28	25	24	25	26	27	28
Finland††	42	46	50	50	50	51	53	55	56	57
France††	690	752	783	827	864	901	938	976	1,013	1,050
Germany††	843	740	720	769	795	820	845	870	895	920
Greece††	76	94	99	121	122	131	137	149	155	168
Ireland††	101	93	121	127	139	147	155	164	174	184
Italy††	510	472	534	646	640	684	721	771	808	858
Netherlands††	286	298	323	329	336	348	367	392	410	435
Norway	54	53	57	78	95	105	116	128	140	151
Portugal††	73	62	62	63	65	67	70	72	75	77
Spain††	609	603	628	665	702	740	777	814	851	889
Sweden††	69	64	61	66	71	75	79	83	87	91
Switzerland	104	104	103	108	113	119	126	132	140	149
United Kingdom††	998	1,024	1,093	1,160	1,145	1,182	1,227	1,282	1,345	1,409
<b>Western Europe Total</b>	<b>4,797</b>	<b>4,739</b>	<b>4,992</b>	<b>5,406</b>	<b>5,563</b>	<b>5,823</b>	<b>6,092</b>	<b>6,399</b>	<b>6,688</b>	<b>7,007</b>

## Radio: Europa

- El crecimiento en Europa Occidental será algo más moderado (3,3%, crecimiento medio hasta 2010), alcanzando una cifra de 7.007 millones de dólares.
- Durante los años 2003 y 2004 el mercado se vio algo retraído debido a la fuerte crisis económica, pero se recuperó durante 2005 con un discreto crecimiento del 4,5%.
- Internet ha cobrado protagonismo sobre la radio en Europa Occidental, absorbiendo parte del mercado anteriormente destinado a la radio.
- En los últimos años, la introducción de nuevos canales analógicos, en países como Inglaterra, Dinamarca, Holanda o Noruega, ha abierto nuevos caminos para los anunciantes, animando la demanda a corto plazo.
- Sin embargo, el crecimiento a largo plazo, vendrá determinado por las nuevas tecnologías como la radio digital (DAB ó DRM) y la radio por Internet harán que el mercado se fragmente y haya nuevas oportunidades para los anunciantes.

## Radio: España

Radio Advertising Market† (US\$ Millions)										
EMEA	2001	2002	2003	2004	2005p	2006	2007	2008	2009	2010
Spain††	609	603	628	665	702	740	777	814	851	889

- El mercado de la radio crecerá en España un 4,8% de media en el período 2006-2010, alcanzando al final del mismo un total de 889 millones de dólares.
- Aunque se puede afirmar que España se encuentra por encima de la media europea, aún estamos lejos de los crecimientos experimentados en países como Noruega (9,7%).
- Las tres principales cadenas de radio españolas (Cadena Ser, Onda Cero y COPE) controlan el 88,2% del mercado de publicidad en la radio.
- Las nuevas generaciones de radio estarán al alcance de todos en poco tiempo. De hecho existen informes que anuncian que en otros países como Inglaterra, Holanda y Alemania serán completamente digitales para el año 2015. Lo que aún no está claro es qué tecnología será la que finalmente se impondrá de las actualmente disponibles.

# Publicidad Exterior



# Publicidad Exterior: Europa

Out-of-Home Advertising Market† (US\$ Millions)										
EMEA	2001	2002	2003	2004	2005p	2006	2007	2008	2009	2010
<b>Western Europe</b>										
Austria**	93	102	103	104	112	118	124	131	137	143
Belgium**	133	142	154	158	168	177	186	195	204	213
Denmark**	40	39	40	42	44	47	49	52	54	57
Finland**	36	34	32	35	37	39	40	41	42	44
France**	1,193	1,144	1,112	1,144	1,162	1,181	1,199	1,218	1,237	1,255
Germany**	945	886	883	895	926	970	1,019	1,075	1,119	1,162
Greece**	292	342	343	292	295	305	317	329	342	354
Ireland**	65	73	76	80	87	92	97	102	107	112
Italy**	410	360	373	388	385	398	423	447	472	497
Netherlands**	179	178	169	172	175	181	191	201	211	221
Norway	30	45	68	80	95	109	123	137	151	164
Portugal**	131	129	132	133	135	137	139	143	148	154
Spain**	373	367	379	398	410	423	435	447	460	472
Sweden**	101	109	113	127	139	151	163	176	188	200
Switzerland	486	458	454	458	450	437	454	474	494	514
United Kingdom**	1,231	1,276	1,429	1,542	1,654	1,782	1,909	2,045	2,182	2,318
<b>Western Europe Total</b>	<b>5,738</b>	<b>5,684</b>	<b>5,860</b>	<b>6,048</b>	<b>6,274</b>	<b>6,547</b>	<b>6,868</b>	<b>7,213</b>	<b>7,548</b>	<b>7,880</b>

## Publicidad Exterior: Europa

- La publicidad exterior se beneficiará de su capacidad para llegar a los consumidores minimizando el efecto de otros medios. El nuevo formato de mercado “*on-demand*” en los medios de comunicación ha obligado a los anunciantes a buscar nuevas formas de comunicarse.
- Las tecnologías digitales permitirán efectos llamativos que aumentarán el impacto de los anuncios y estimulará el gasto en los consumidores:
  - La gran amplitud de posibilidades que ya ofrece la tecnología podrá seguir explotándose, mediante los dispositivos bluetooth, por ejemplo, se podrá anunciar la cercanía de una tienda concreta, o bajar el trailer de un película a un móvil.
- La publicidad exterior alcanzará en 2010 los 7.880 millones de dólares, impulsada en gran medida por sus características (se trata de una publicidad intrusiva, el consumidor no elige ver o no ver la publicidad).
  - En España, este mercado crecerá a un 2,9% de la media, el cuarto crecimiento medio más bajo de Europa Occidental.