

Nota de Prensa

Fecha: 23 de octubre de 2008
Contacto: Javier Ezpeleta
Teléfono: 91 568 44 83 / 639 038 472
e-mail: javier.ezpeleta.vicario@es.pwc.com

En todo el mundo, la industria registrará un crecimiento medio del 6,6%

El mercado español de medios de comunicación, ocio y entretenimiento crecerá una media anual del 7,9% hasta 2012

- La televisión de pago –satélite, cable e IPTV- (16,5%), los casinos y juego on line (15,7%) e Internet (12,8%) son los sectores que ofrecen mejores perspectivas de crecimiento.
- La industria discográfica es la que presenta peores expectativas, con un descenso medio anual previsto del 4,4%.

Madrid, 23 de octubre de 2007. La industria española de Medios de Comunicación, Ocio y Entretenimiento crecerá una media anual del 7,9% entre 2008 y 2012, según el informe **Global Entertainment and Media Outlook** que desde hace nueve años elabora **PricewaterhouseCoopers**. El estudio señala que el mercado nacional de ocio y entretenimiento alcanzará un volumen de facturación a finales de este año de 38.799 millones de dólares -28.476 millones de euros, al cambio actual-, cifra que aumentará hasta los 51.947 millones de dólares -38.126 millones de euros- en 2012.

El estudio incluye previsiones de crecimiento de **15 industrias** –discográfica, cinematográfica, radiofónica y publicidad exterior, televisión convencional, televisión de pago, industria editorial, periódicos, revistas, Internet (gasto por acceso y de publicidad), parques temáticos y deportes, entre otras- y un análisis detallado de la situación de cada uno de estos sectores en el mundo, en Europa y en España. El mercado español ofrece novedades interesantes, como el fuerte crecimiento esperado de la televisión de pago (que incluye la televisión por satélite, cable e IPTV) –un 16,5% anual medio

acumulado de aquí a 2012-, seguido de los casinos y juego on line, con el 15,7%, y de Internet, con el 12,8%. En la parte opuesta de la tabla, la industria discográfica es la que presenta peores expectativas de negocio, con una caída media acumulada del 4,4% hasta 2012, seguida de la Industria del Cine, que retrocederá un 1,1% de media anual acumulada en ese periodo.

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

Mercados	Media 2008-2012
Industria cinematográfica	-1,1
Edición de periódicos	2,9
Edición de revistas	3,6
Edición de libros	2,1
Industria discográfica	-4,4
Internet	12,8
Videojuegos	10,8
Casinos	15,7
Televisión de pago	16,5
Televisión convencional	7,1
Radio	3,7
Publicidad exterior	4,1
Deportes	5,8
Total	7,8

El **mercado mundial** de Medios de Comunicación, Ocio y Entretenimiento crecerá a un ritmo medio anual del 6,6% en el periodo 2008-2012, algo inferior al contabilizado en los últimos cinco años, hasta rozar los 2,2 billones de dólares de facturación dentro de cuatro años. De esta cifra, 0,34 billones se deberán al acceso a Internet, con un crecimiento medio del 12,1%; 0,53 billones se facturarán en publicidad, con un crecimiento medio del 6,1% y 1,22 billones se deberán al gasto de los consumidores, creciendo de media un 5,6%. Los tipos de ingreso tradicionales siguen representando la mayoría del gasto de los usuarios en Ocio y Medios de Comunicación, pero la distribución digital es ahora el principal generador de nuevos ingresos.

El informe constata que la migración a los **formatos digitales** se está acelerando. Las compañías de medios apuestan cada vez más por la diversificación de sus canales de envío de información para dar respuesta a las crecientes necesidades de clientes cada vez más exigentes. Si bien los ingresos procedentes de la distribución de contenidos digitales únicamente constituyeron el 5% de los ingresos totales del

sector en 2007, en los próximos cinco años supondrán el 24% del crecimiento anual del mercado mundial, y en **2012 alcanzarán el 11% de la facturación global de la industria.**

El informe también concluye que la rápida evolución de las nuevas tecnologías y el desarrollo de los mercados emergentes están obligando a las empresas del sector a establecer nuevas **alianzas** para garantizar su presencia en el nuevo entorno.

Por **áreas geográficas**, Brasil, Rusia, India y China serán los principales países generadores del crecimiento del sector y un importante foco de la inversión internacional, con un incremento medio anual estimado hasta 2012 del 13,6%.

Crecimiento del mercado de Medios, Ocio y Entretenimiento en el Mundo. En porcentaje

Mercados	Media 2008-2012
Industria cinematográfica	5,3
Televisión de pago	10,1
Televisión convencional	5,9
Industria discográfica	-0,6
Radio y publicidad exterior	4,2
Gasto por acceso a Internet	12,1
Gasto publicidad en Internet	19,5
Videojuegos	10,3
Business Information	3,2
Revistas	3,5
Periódicos	2,2
Libros	2,8
Parques temáticos	5,0
Casinos	6,5
Deportes	6,5
Media del sector	6,6

Nota:

PricewaterhouseCoopers (www.pwc.com) ofrece servicios de auditoría, consultoría y asesoramiento legal y fiscal para dar confianza e incrementar el valor de sus clientes y *stakeholders*. Más de 154.000 personas en 153 países aúnan sus conocimientos, experiencia y soluciones para aportar nuevos puntos de vista y un asesoramiento práctico.

“PricewaterhouseCoopers” se refiere a la red de firmas miembros de PricewaterhouseCoopers International Limited; cada una de las cuales es una entidad legal separada e independiente.