

# *Entertainment and Media Outlook*

2003–2007

# Temas



- Contenidos del informe
- Resumen del mercado europeo
- Temas clave del mercado
- Previsiones sobre publicidad
- Previsiones sobre gasto del consumidor final
- Tendencias de los principales segmentos de entretenimiento y medios de comunicación

# *Entertainment and Media Outlook: 2003–2007*

- Recoge las previsiones destacadas sobre el sector de entretenimiento y medios de comunicación formuladas por los principales expertos y analistas del sector
- Realiza análisis completos y previsiones sobre el mercado internacional a 5 años para 12 segmentos del sector
- Abarca los principales mercados nacionales europeos de Francia, Alemania, Italia, Holanda, España y el Reino Unido
- Permite un análisis comparativo de alto nivel entre sectores y mercados nacionales
- Dirigido a directivos y profesionales del sector

# *Entertainment and Media Outlook: 2003–2007*

## COBERTURA

### Países

España

Alemania

Italia

Holanda

Francia

Reino Unido

### Segmentos del sector

Televisión convencional

Televisión de pago

Publicación de periódicos

Publicación de libros

Publicación de revistas

Industria cinematográfica

Internet

Deportes

Industria discográfica

Radio

Parques temáticos

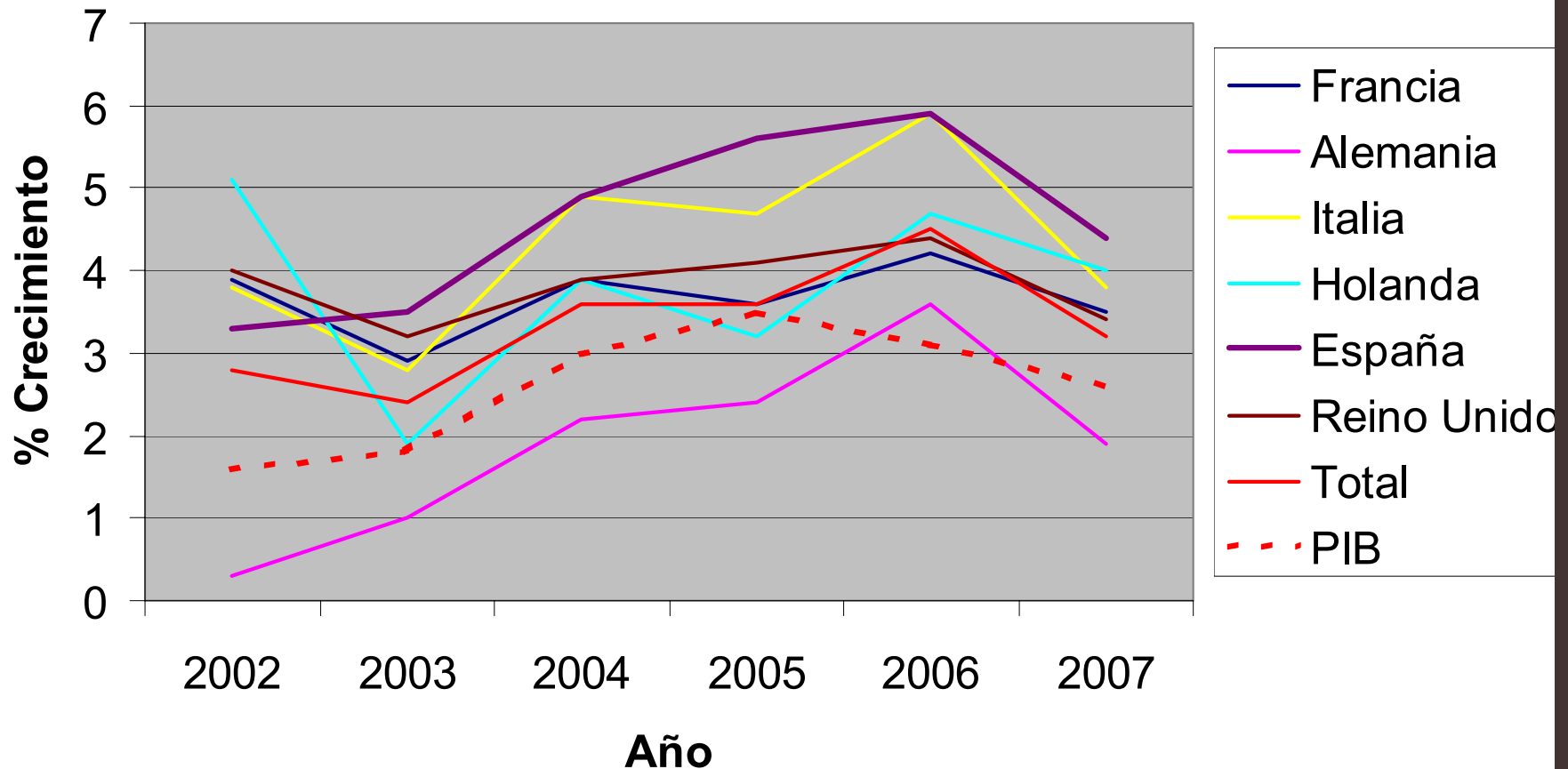
Publicidad de exterior

# Resumen del mercado europeo

- El total de ingresos del sector en los países analizados aumentará de los 205.000 millones de euros en el 2002 a los 243.000 millones en el 2007, con una tasa de crecimiento medio anual del 3,4% durante 5 años
  - En el 2003 en la mayoría de países el crecimiento fue modesto, aunque más elevado que en el 2002
  - En el periodo 2004-07 se esperan incrementos más acelerados, como reflejo de la mejora en las condiciones económicas y la mayor estabilidad del entorno político global
- Los mayores crecimientos se experimentarán en distribución de televisión (satélite y cable), acceso a Internet, publicidad e industria cinematográfica, con crecimientos anuales en torno al 7%.
- España e Italia, los mercados menos maduros en general, experimentarán los crecimientos más rápidos con unas tasas medias anuales del 4,8% y el 4,4% respectivamente.
- Alemania constituye el mayor mercado nacional, si bien es el que presenta el crecimiento más lento con una tasa de crecimiento medio hasta el 2007 de sólo un 2,2%.

# Visión general de previsiones por país

## Crecimiento del sector por países 2002 - 2007 (gasto consumidor final + publicidad)



# Temas clave por segmentos de mercado: 2003-2007

- Crecen con fuerza los abonados a sistemas de televisión de pago (por satélite y cable).
- Los periódicos, libros y revistas deceleran su crecimiento con una media anual inferior al 2%.
- El sector discográfico se verá enormemente afectado por la descarga ilegal en Internet y la piratería, pero se recuperará hacia el 2007.
- Las películas se verán afectadas en menor medida por la piratería, aunque se verán también perjudicadas a medida que el crecimiento de la banda ancha permita la descarga rápida de archivos de mayor tamaño.
- Los canales de distribución tradicionales verán reducidas las ventas de música, pero incrementarán la venta de DVDs.

# Previsiones sobre publicidad

- La publicidad aumentará en Europa de 61.000 millones de euros en el 2002 a 68.000 millones en el 2007, con una tasa de crecimiento media anual del 2,3% (inferior al PIB medio, que se estima en 2,7%)
- El mercado se redujo un -4,7% en 2001, un -2,5% en 2002 y se prevé, un crecimiento del 0,3% para el 2003, debido a que la debilidad económica actual limita el gasto de las empresas en publicidad.
- Se esperan crecimientos más rápidos para el periodo 2004-07, y una recuperación más sólida de los sectores de TV e Internet, si bien no alcanzarán los aumentos de 8-10% registrados en el periodo 1998-2000
- Los sectores de crecimiento más rápido (Internet y TV), aumentarán su cuota en detrimento de los sectores de crecimiento más lento (revistas y periódicos)
- En España se pasarán de los 5.200 millones de euros de 2002 a los 6.000 millones en 2007, con un crecimiento del 2,9% (similar al PIB estimado, del 3%)
- La reducción en los últimos años en España ha sido de -5,5% en 2001, -2,2% en 2002 y se prevé un crecimiento del 0,3% para 2003 con una recuperación significativa a partir de 2004.

# Previsiones sobre el gasto del consumidor final

- El gasto del consumidor final en Europa aumentará de 144.000 millones de euros en 2002 a 175.000 millones en 2007 (tasa de crecimiento medio del 3,9%)
- Este tipo de consumo es menos sensible a ciclos económicos que la publicidad: ha habido un crecimiento del 5,2% en el 2002, producido sobre todo por el acceso a Internet, los deportes y la industria cinematográfica.
- Las tasas de crecimiento serán moderadas hasta el 2007 puesto que los niveles de penetración del acceso a Internet, la televisión de pago y los reproductores de DVD se van acercando al punto de saturación. No obstante, continuarán siendo los sectores de más rápido crecimiento
- En España el gasto de los consumidores finales pasará de los 12.000 millones de euros en 2002 a los 15.800 millones en 2007, con una tasa de crecimiento medio del 5,7%.

# España: evolución del mercado

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
<b>Periódicos</b>	2908	3200	3692	3553	3511	3506	3522	3578	3651	3735
<b>Libros</b>	2738	2849	2873	2865	2901	2940	2991	3058	3142	3231
<b>Televisión convencional</b>	1731	2100	2311	2133	2096	2128	2268	2352	2500	2580
<b>Televisión de pago</b>	691	935	1241	1671	1861	2134	2499	2967	3360	3696
<b>Revistas</b>	1479	1556	1639	1651	1640	1646	1669	1697	1730	1769
<b>Industria cinematográfica</b>	745	871	996	1172	1268	1350	1416	1495	1569	1629
<b>Internet</b>	279	406	717	888	1095	1252	1409	1575	1731	1884
<b>Deportes</b>	830	895	935	1005	1090	1060	1090	1150	1290	1285
<b>Industria discográfica</b>	613	601	613	614	588	576	571	577	588	616
<b>Radio</b>	411	466	502	490	484	482	487	498	521	549
<b>Parques temáticos</b>	185	190	220	245	305	360	371	385	399	413
<b>Publicidad exterior</b>	198	282	308	287	278	274	278	282	291	302
<b>Total del sector</b>	<b>12808</b>	<b>14351</b>	<b>16047</b>	<b>16574</b>	<b>17117</b>	<b>17708</b>	<b>18571</b>	<b>19614</b>	<b>20772</b>	<b>21689</b>

Facturación total por sector. Millones de euros

# España: evolución del mercado

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Media 2003-07
<b>Internet</b>	48,4	45,5	76,6	23,8	23,3	14,3	12,5	11,8	9,9	8,8	11,5
<b>Televisión de pago</b>	101,5	35,3	32,7	34,6	11,4	14,7	17,1	18,7	13,2	10	14,7
<b>Deportes</b>	11,4	7,8	4,5	7,5	8,5	-2,8	2,8	5,5	12,2	-0,4	3,3
<b>Industria cinematográfica</b>	9,6	16,9	14,4	17,7	8,2	6,5	4,9	5,6	4,9	3,8	5,1
<b>Parques temáticos</b>	-1,1	1	3,1	4	1,9	2,8	2,6	3,8	3,3	3,2	3,1
<b>Libros</b>	0,7	4,1	0,8	-0,3	1,3	1,3	1,7	2,2	2,7	2,8	2,2
<b>Revistas</b>	4,7	5,2	5,3	0,7	-0,7	0,4	1,4	1,7	1,9	2,3	1,5
<b>Radio</b>	9	13,4	7,7	-2,4	-1,2	-0,4	1	2,3	4,6	5,4	2,6
<b>Periódicos</b>	4,8	10	15,4	-3,8	-1,2	-0,1	0,5	1,6	2	2,3	1,2
<b>Televisión convencional</b>	16,3	21,3	10	-7,7	-1,7	1,5	6,6	3,7	6,3	3,2	4,2
<b>Publicidad exterior</b>	11,2	42,4	9,2	-6,8	-3,1	-1,4	1,5	1,4	3,2	3,8	1,7
<b>Industria discográfica</b>	15,9	-2	2	0,2	-4,2	-2	-0,9	1,1	1,9	4,8	0,9
<b>Media del sector</b>	<b>10,2</b>	<b>12,0</b>	<b>11,8</b>	<b>3,3</b>	<b>3,3</b>	<b>3,5</b>	<b>4,9</b>	<b>5,6</b>	<b>5,9</b>	<b>4,4</b>	<b>4,9</b>

Crecimiento medio anual %

# Tendencias: publicación de periódicos



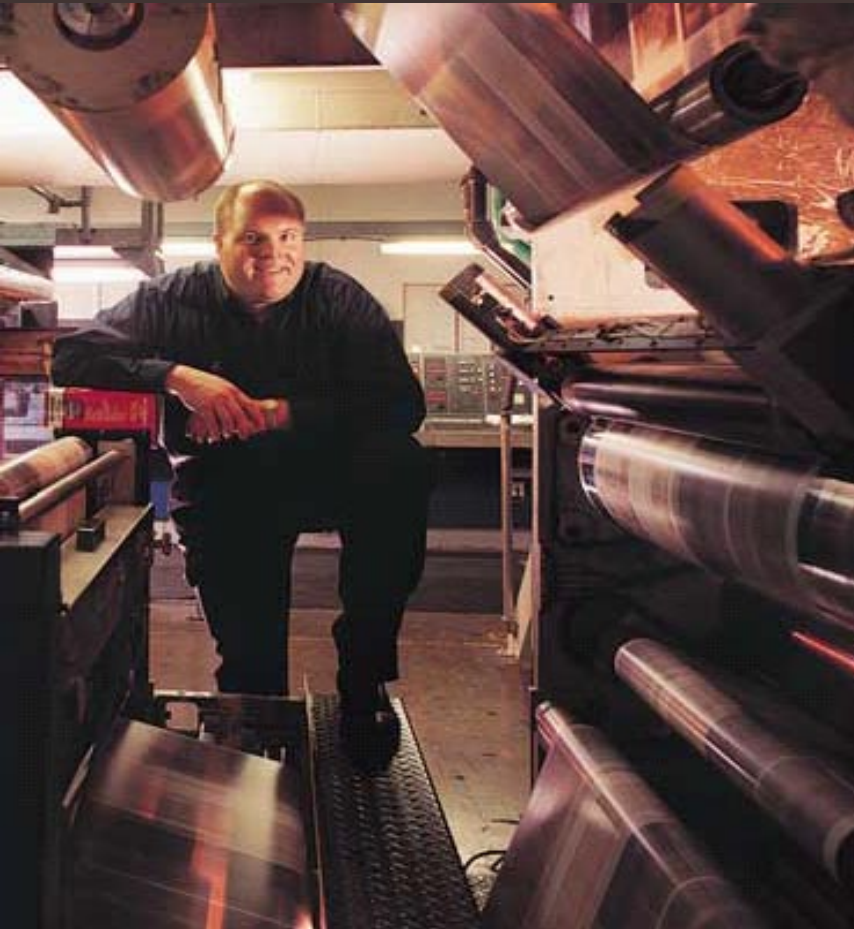
## EUROPA

- El mercado de periódicos crecerá de los 9.900 millones de euros de 2002 a 10.250 millones de euros en 2007, con un crecimiento medio de sólo un 1%
- Este crecimiento será ligeramente mayor en la venta de periódicos (1,3%) que en la publicidad en prensa (0,8%)

## ESPAÑA

- El mercado español crecerá un 1,2%, pasando de los 3.500 millones de euros de 2002 a unos 3.700 en 2007.
- En España, al contrario que en el resto de Europa, crecerá más la publicidad en prensa (1,9%) que la venta de periódicos (0,7%)

# Tendencias: publicación de libros



## EUROPA

- La publicación de libros crecerá un 1,5% medio anual, pasando de los 25.000 millones de euros de 2002 a 27.000 en 2007
- Este crecimiento será de un 3,5 % en libros profesionales, un 1,3% en libros de consumo y un 0,7% en libros de texto

## ESPAÑA

- El mercado español tendrá un crecimiento ligeramente superior (del 2,2%), pasando de los 2.900 millones de euros de 2002 a unos 3.200 millones en 2007.
- En España también crecerá más la venta de libros de profesionales (3,4%), seguida por los libros de consumo (2,7%) y por último los libros de texto (0,7%)

# Tendencias: televisión convencional



## EUROPA

- El mercado europeo crecerá con una tasa media del 2,9%, alcanzando los 138.000 millones de euros en 2007
- La aparición de nuevos canales de TV digital compensará la debilidad económica de este medio a corto plazo
- El porcentaje de ingresos por publicidad pasará del 51% en 2002 al 54% en 2007, en detrimento de los impuestos de televisión.

## ESPAÑA

- En España se alcanzarán los 2.600 millones de euros con un crecimiento del 4,2%
- España, junto con Holanda (desde el 2000) son los únicos países del estudio que no tienen impuestos por televisión, por lo que la publicidad supone el 100% de los ingresos del sector

# Tendencias: televisión de pago



## EUROPA

- El mercado aumentará hasta los 30.000 millones de euros en el 2007, con una tasa media anual del 8,1%. Es el sector con mayor crecimiento.
- El cable tiene el mayor número de suscriptores a día de hoy. Sin embargo, la TV por satélite ha crecido más que el cable entre 1998 y 2002, y está previsto que continúe creciendo con más rapidez hasta el 2007.
- El gasto total en canales de mayor calidad superará al gasto total por suscripciones básicas a partir de 2005

## ESPAÑA

- Se alcanzarán los 3.700 millones de euros, con un crecimiento medio anual del 14,7%, el más alto de Europa.
- En España, al contrario que en el resto de Europa, había en 2002 más abonados de televisión de pago por satélite (2.000.000) que por cable (700.000), aunque la televisión por cable crecerá a un ritmo superior a la TV por satélite

# Tendencias: publicación de revistas



## EUROPA

- El mercado registrará una tasa de crecimiento medio del 1,3%, alcanzando los 26.000 millones en el 2007
- Las ventas de publicaciones continuarán registrando la mayor tasa de crecimiento (1,6%), mientras que el mercado publicitario permanecerá prácticamente estático con una tasa de crecimiento anual total de sólo el 0,9% en los seis países.

## ESPAÑA

- En España el crecimiento será del 1,5%, llegando a los 1.800 millones de euros en 2007
- La publicidad crecerá ligeramente por encima de la media europea (1,2%), mientras que las ventas de revistas serán algo inferiores (1,5%)

# Tendencias: industria cinematográfica



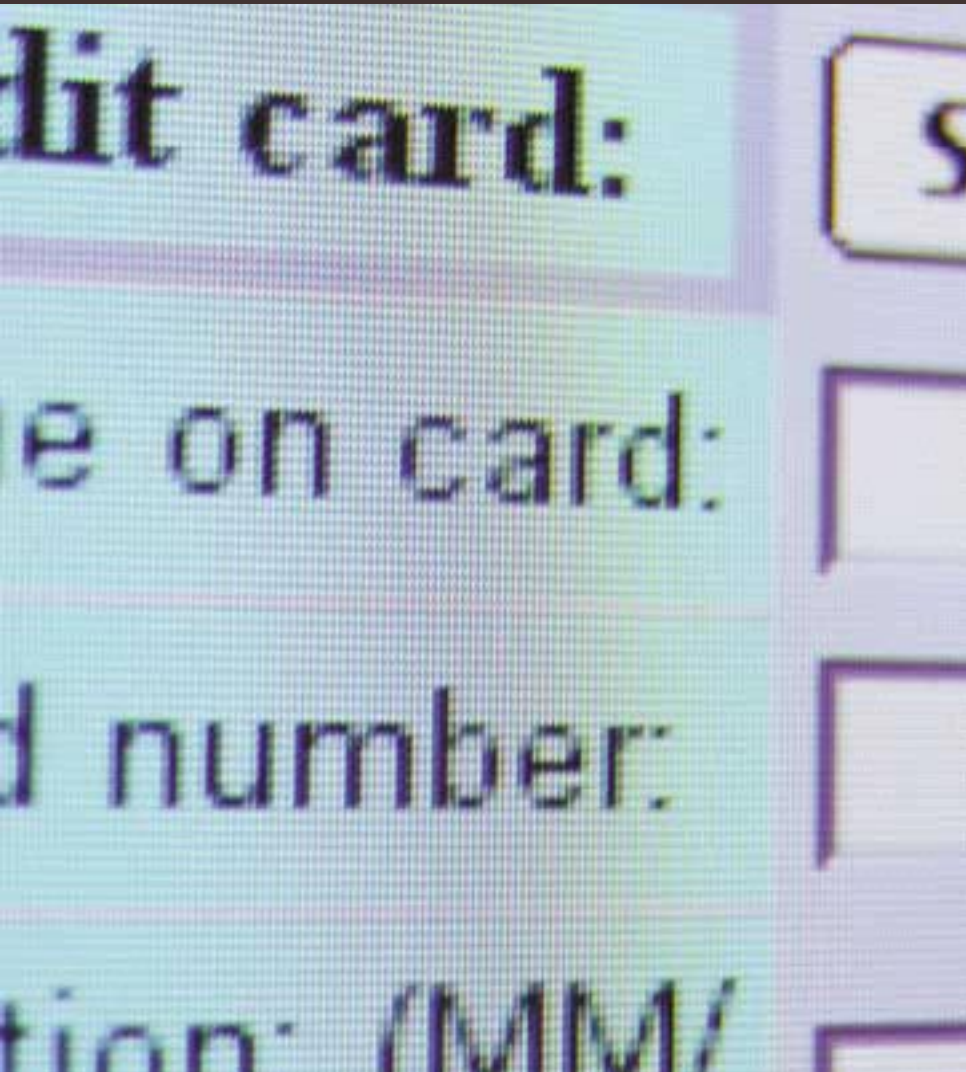
## EUROPA

- El mercado europeo crecerá anualmente un 7,1%, alcanzando los 20.000 millones de euros en el 2007
- Se prevé que los aumentos de recaudación se deberán a la subida de precios de las entradas, y no a la mayor afluencia a los cines.
- La venta de DVDs ha experimentado el mayor crecimiento en la industria, y continuará la tendencia con un 10,7% anual.

## ESPAÑA

- En España el mercado crecerá de los 1.300 millones de euros actuales hasta los 1.600 millones, con un crecimiento medio del 5%. En este dato se incluyen los ingresos en taquilla y las ventas y alquileres de cintas de vídeo y DVDs
- El enorme crecimiento en el mercado de alquiler en España desde 1998 se reducirá considerablemente, quedándose en un 4,2% de aumento anual, motivado por las compras de DVDs y la piratería de películas

# Tendencias: Internet



## EUROPA

- Es el segundo sector de más rápido crecimiento, cuya tasa media alcanzará el 7,4% según las previsiones.
- El mercado publicitario en Internet se ha estabilizado con una tasa media de crecimiento en Europa hasta el 2007 del 9,3%
- El rápido crecimiento del gasto por acceso registrado desde 1998 se verá drásticamente reducido a medida que madura el mercado, con una tasa de crecimiento anual total del 7,2% prevista para el periodo 2003-2007.

## ESPAÑA

- En España el crecimiento global llegará a un 11,5% anual, el más alto de los seis países.
- El gasto por acceso crece un 11,7% medio anual, mientras que la publicidad se queda en un 5,7%
- El sector de banda ancha continuará su rápido crecimiento, con una tasa del 35,4%

# Tendencias: industria discográfica



## EUROPA

- Hasta el 2004 se experimentará un crecimiento negativo, que se recuperará a partir del 2005 con un aumento medio en el periodo 2003-2007 de un 1,4%.
- La piratería (callejera y por Internet) sigue siendo el principal problema, a pesar de los esfuerzos para combatirla.
- Los servicios en línea autorizados empiezan a atraer ventas, si bien no serán importantes hasta el 2006-07.

## ESPAÑA

- En España las previsiones son peores que en Europa, con un crecimiento medio anual del 0,9%.
- España junto con Alemania y Holanda son los países con menos crecimiento en ventas discográficas, lo que coincide con la mayor penetración de la banda ancha en estos tres países.

# Tendencias: deportes



## EUROPA

- El mercado de los deportes se decelerará a medida que disminuyen los ingresos por los derechos de emisión, pero se verá compensada en parte por la mayor recaudación en taquillas, que se traducirá en una tasa de crecimiento del 4% anual.
- La asistencia a eventos deportivos continuará siendo sólida, gracias a la celebración de torneos incluidos el Mundial de Fútbol (Alemania, 2006) y el Mundial de Rugby (Francia, 2007) y las Olimpiadas de Invierno (Italia, 2006).

## ESPAÑA

- El crecimiento será ligeramente inferior al europeo, con una media del 3,3%.

