



Los argentinos gastarán US\$ 200 millones en entretenimiento audiovisual

Los datos surgen del documento “Global Entertainment and Media Outlook 2008-2012” elaborado por PricewaterhouseCoopers. Según el estudio, el gasto en entradas de cine y en alquiler y compra de videos será en 2008 un 7,8 % más que durante el año anterior. La Argentina, segunda en alquiler de películas en la región, sólo superada por Brasil.

Buenos Aires, septiembre de 2008.- El gasto de los argentinos en entradas de cine, y en el alquiler y compra de videos alcanzará este año U\$\$ 219 millones, lo que representa un incremento de 7,8% respecto del año anterior. Se estima que el crecimiento será de alrededor de 7% durante el período 2008-2012. Los datos surgen del documento “Global Entertainment and Media Outlook 2008-2012”, elaborado por PricewaterhouseCoopers, y colocan a la Argentina en el tercer lugar en consumo de la industria cinematográfica en América latina, detrás de Brasil y México, y por delante de Colombia, Chile y Venezuela.

Según el informe, en la Argentina los ingresos por venta de tickets de cine representarán U\$\$ 95 millones, y crecerán un 8,3% hacia 2012; este año se venderán en el país 36 millones de entradas, cifra que se mantendrá relativamente constante en los próximos años. El estudio destaca el papel de la inflación, que provocó un aumento del 15% de los precios en 2007, y seguirá empujando los valores hacia arriba, con un incremento del 7% en el período 2008-2012.

El mercado de venta y alquiler de películas para el hogar será en Argentina de U\$\$ 124 millones este año, y se espera que la facturación siga creciendo hasta alcanzar los U\$\$ 155 millones anuales en 2012, con un incremento promedio del 5,8%.

Filmed entertainment Market by Country¹ (US\$ Millions)

Latinoamérica	2003	2004	2005	2006	2007p	2008	2008	2010	2011	2012	2008-12
											CAR
Argentina	169	183	180	188	203	219	236	252	266	283	6,9
Brasil	821	901	842	961	1,016	1.090	1.173	1.263	1.360	1.464	7,6
Chile	85	87	83	90	93	96	98	103	107	113	4,0
Colombia	72	76	82	103	99	107	115	123	131	139	7,0
México	582	707	743	791	851	893	947	1.005	1.064	1.124	5,7
Venezuela	30	37	33	37	41	44	47	52	55	59	7,6
Total	1.759	1.991	1.963	2.170	2.303	2.449	2.616	2.798	2.983	3.182	6,7

¹At average 2007 exchange rates.

Sources: PricewaterhouseCoopers LLP, Wilkofsky Gruen Associates

Admissions

Latinoamérica	2003	2004	2005	2006	2007p	2008	2008	2010	2011	2012	2008-12
											CAR
Argentina	39,0	42,0	37,5	37,0	36,0	36,0	36,5	37,0	37,5	38,0	1,1
Brasil	103,0	114,0	90,0	90,0	85,5	85,0	86,0	88,0	91,0	95,0	2,1
Chile	12,0	11,5	10,0	11,2	11,0	10,8	10,5	10,7	11,0	11,4	0,7
Colombia	17,0	16,0	16,5	20,0	18,0	18,5	19,0	19,5	20,0	20,5	2,6
México	137,0	164,0	162,7	165,0	174,2	177,0	180,0	185,0	190,0	195,0	2,3
Venezuela	16,0	19,0	15,0	15,6	15,5	15,8	16,1	16,4	16,7	17,0	1,9
Total	324,0	366,5	331,7	338,8	340,2	343,1	348,1	356,6	366,2	376,9	2,1

Sources: Motion Picture Association of America, PricewaterhouseCoopers LLP, Wilkofsky Gruen Associates

Box Office Market¹ (US\$ Millions)

Latinoamérica	2003	2004	2005	2006	2007p	2008	2008	2010	2011	2012	2008-12
											CAR
Argentina	68	78	72	77	86	95	105	113	120	128	8,3
Brasil	330	391	330	346	350	370	397	428	466	511	7,9
Chile	37	36	32	36	36	36	35	37	38	40	2,1
Colombia	61	64	70	90	85	92	99	106	113	121	7,3
México	385	496	521	554	597	619	650	685	721	758	4,9
Venezuela	25	32	28	32	35	38	41	44	47	51	7,8
Total	906	1.097	1.053	1.135	1.189	1.250	1.327	1.413	1.505	1.609	6,2

¹At average 2007 exchange rates.

Sources: PricewaterhouseCoopers LLP, Wilkofsky Gruen Associates

Home Video Market¹ (US\$ Millions)

Latinoamérica	2003	2004	2005	2006	2007p	2008	2008	2010	2011	2012	2008-12
											CAR
Argentina	101	105	108	111	117	124	131	139	146	155	5,8
Brasil	491	510	512	615	666	720	776	835	894	953	7,4
Chile	48	51	51	54	57	60	63	66	69	73	5,1
Colombia	11	12	12	13	14	15	16	17	18	18	5,2
México	197	211	222	237	254	274	297	320	343	366	7,6
Venezuela	5	5	5	5	6	6	6	8	8	8	5,9
Total	853	894	910	1.035	1.114	1.199	1.289	1.385	1.478	1.573	7,1

¹At average 2007 exchange rates.

Sources: PricewaterhouseCoopers LLP, Wilkofsky Gruen Associates

Latinoamérica	2003	2004	2005	2006	2007p	2008	2008	2010	2011	2012	2008-12
											CAR
Argentina	90	93	96	99	104	110	115	122	128	135	5,4
Brasil	307	313	320	384	410	438	469	502	535	569	6,8
Chile	15	15	14	14	14	14	14	13	13	13	-1,5
Colombia	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5,9
México	67	69	71	74	78	82	87	91	96	101	5,3
Venezuela	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	5,9
Total	485	496	507	577	612	650	692	736	780	826	6,2

¹At average 2007 exchange rates.

Sources: PricewaterhouseCoopers LLP, Wilkofsky Gruen Associates

Nuestro país lidera, junto con Brasil, el mercado de alquiler de películas, con U\$S 438 millones y U\$S 110 millones respectivamente: ambos países representan alrededor del 85% de los gastos en este rubro. Muy por detrás se sitúan México, Chile, Colombia y Venezuela. Se espera que el gasto en el alquiler de videos crezca un 5,4% en los próximos cuatro años.

Acerca de PricewaterhouseCoopers

PricewaterhouseCoopers (www.pwc.com) ofrece servicios de auditoría, asesoramiento impositivo y legal y advisory, centrados en la industria para generar confianza pública y mejorar el valor para los clientes y las partes interesadas. Más de 146.000 personas en 150 países a lo largo de nuestra red comparten sus pensamientos, experiencias y soluciones para desarrollar nuevas perspectivas y brindar asesoramiento práctico.

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

Para más información:

Juan Pablo Giovaneli
Responsable de Comunicación y Prensa
PricewaterhouseCoopers
Tel: 4850-0000 (interno 4970)
juan.pablo.giovaneli@ar.pwc.com

Laura Ferrarese
RFB Lynch Partners
Tel: 4813-7550 - Interno 115
laura.ferrarese@rfblynch.com