



INFORME DE ACOMPANHAMENTO DO MERCADO

Vídeo Doméstico (Fonte Primária)

Informe Anual 2014
1 de janeiro de 2014 a 31 de dezembro de 2014

Elaboração Técnica:

Lucas Vieira Abraão Maia
Felipe Fontes Escarlata

Coordenação de Monitoramento de Cinema, Vídeo Doméstico e Vídeo por Demanda –
CCV
Superintendência de Análise de Mercado - SAM



A ANCINE – Agência Nacional do Cinema é uma agência reguladora que tem como atribuições o fomento, a regulação e a fiscalização do mercado do cinema e do audiovisual no Brasil. É uma autarquia especial, vinculada desde 2003 ao Ministério da Cultura, com sede e foro no Distrito Federal e Escritório Central no Rio de Janeiro.

A missão institucional da ANCINE é induzir condições isonômicas de competição nas relações dos agentes econômicos da atividade cinematográfica e videofonográfica no Brasil, proporcionando o desenvolvimento de uma indústria competitiva e auto-sustentada.

Diretoria Colegiada

Manoel Rangel - Diretor-Presidente
Debora Ivanov
Rosana Alcântara
Roberto Gonçalves de Lima

<http://www.ancine.gov.br/>



O Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual – OCA é um repositório público de informações e análises do mercado cinematográfico e audiovisual brasileiro produzidas pela Agência Nacional do Cinema - ANCINE.

Editor

Cainan Baladez

Revisão

Amanda Costa
Silviane Vieira

<http://oca.ancine.gov.br/>

Superintendente de Análise de Mercado

Alex Patêz Galvão

Coordenador de Monitoramento de Cinema, Vídeo Doméstico e Vídeo por Demanda

Luana Maíra Rufino Alves da Silva

Elaboração

Lucas Vieira Abraão Maia
Especialista em Regulação da Atividade
Cinematográfica e Audiovisual

Felipe Fontes Escarlante

Assistente Operacional

Apoio Técnico

Beatriz Filippo
Estagiária

Fontes

Os dados apresentados foram extraídos do Sistema de Acompanhamento de Distribuição em Vídeo Doméstico (SAVI) e do Sistema de Acompanhamento da Distribuição em Salas de Exibição (SADIS).

Consolidação dos dados realizada em 17/07/2015.

O Informe de Acompanhamento de Mercado de Vídeo Doméstico é uma publicação da Superintendência de Análise de Mercado com periodicidade anual. Os informes dos anos anteriores podem ser acessados em: <http://oca.ancine.gov.br/relebraslancadas.htm>

Publicado no Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual – OCA em 28/12/2015.

Sumário

Metodologia	4
Dados Primários de Comercialização de Obras em Vídeo Doméstico	6
1.1 - Desempenho Comercial das Obras Brasileiras e das Obras Estrangeiras	7
1.2 - Obras em DVD x Obras em Blu-ray	8
1.3 – Os dez títulos com melhor desempenho comercial	9
1.4 - Lançamentos em Vídeo Doméstico e o impacto do prévio lançamento nos cinemas brasileiros	15
1.5 - Obras Negociadas com Varejo x Obras Negociadas com Videolocadoras	18

Índice de Tabelas

Tabela 1 – Dados Comerciais Gerais de Vídeo Doméstico - 2014	6
Tabela 2 – Desempenho Comercial das Obras por Nacionalidade (DVD e Blu-ray)	7
Tabela 3 – Desempenho Comercial dos Lançamentos por Nacionalidade (DVD e Blu-ray)	7
Tabela 4 – Desempenho comercial DVD x Blu-ray	8
Tabela 5 – Desempenho Comercial das Obras Lançadas, por nacionalidade – 2014 (DVD e Blu-ray)	15
Tabela 6 – Lançamentos X Obras Exibidas no Cinema em 2013 e 2014	16
Tabela 7 – Varejo x Videolocadoras	18

Índice de Gráficos

Gráfico 1 – Títulos Comercializados em Vídeo Doméstico - 2014	6
Gráfico 2 – Participação na renda por nacionalidade – comparação entre lançamentos e obras de catálogo (DVD e Blu-ray)	8
Gráfico 3 – Desempenho Comercial DVD x Blu-ray – Renda e Número de Cópias	9
Gráfico 4 – Preço Médio DVD x Blu-ray por nacionalidade (R\$)	9
Gráfico 5 – Os 10 títulos com maior Renda e mais Cópias Comercializadas (DVD)	11
Gráfico 6 – Os 10 títulos com maior Renda e mais Cópias Comercializadas (Blu-ray)	12
Gráfico 7 – OS 10 títulos nacionais com maior Renda e mais Cópias Comercializadas (DVD)	13
Gráfico 8 – Os 10 títulos nacionais com maior Renda e mais Cópias Comercializadas (Blu-ray)	14
Gráfico 9 – Obras Lançadas em vídeo doméstico - 2014	15
Gráfico 10 – Participação das Mídias nos Lançamentos e no Total	16
Gráfico 11 – Renda obtida com obras brasileiras lançadas em vídeo doméstico, por critério de lançamento prévio nos cinemas	17
Gráfico 12 – Renda obtida com obras estrangeiras lançadas em vídeo doméstico, por critério de lançamento prévio nos cinemas	17
Gráfico 13 - Preço Médio da Cópia para o Varejo e para as Videolocadoras, por Nacionalidade (R\$)	18

Metodologia

Pela primeira vez, disponibiliza-se uma versão do Informe Anual de Vídeo Doméstico que se estrutura a partir de dados primários sobre a comercialização de mídias físicas neste segmento de mercado, extraídos do Sistema de Acompanhamento de Distribuição em Vídeo Doméstico (SAVI), gerenciado pela ANCINE. Até então, a principal fonte de informação para o Informe eram as revistas especializadas do segmento (fontes secundárias, portanto), como a *Ver Vídeo & Games* (NBO Editora), por meio das quais se contabilizavam as obras audiovisuais brasileiras e estrangeiras lançadas no mercado brasileiro de vídeo doméstico.

O SAVI recebe relatórios trimestrais de comercialização de mídias físicas (DVD e Blu-ray) referentes ao mercado de varejo (venda direta ao consumidor) e ao de locação (videolocadoras). Esses relatórios são enviados principalmente por distribuidores atuantes neste segmento de mercado, além de algumas empresas replicadoras de mídias que operam como representantes de distribuidores.

Após os esforços empreendidos para dar mais consistência e representatividade à base de dados, acredita-se que o conteúdo do Sistema já possa ser alvo de publicação, ao menos no que se refere ao ano de 2014. O objetivo deste Informe, portanto, é traçar um panorama do mercado de vídeo doméstico a partir dos relatórios de comercialização relativos ao ano mencionado.

É importante salientar, no entanto, que os valores informados pelos distribuidores ao SAVI referem-se à negociação destes com o varejo ou com as videolocadoras, ou seja, não refletem os preços praticados ao consumidor final. Além disso, os números consolidados neste Informe a partir dos relatórios de comercialização têm descontados os montantes relativos às devoluções, ou seja, mídias físicas retornadas ao distribuidor, que podem, inclusive, se referir a obras informadas em relatórios de anos anteriores ao da declaração de devolução.

Dessa maneira, sempre que nos referirmos à renda verificada no segmento de vídeo doméstico, esse valor equivalerá apenas à receita obtida pelos distribuidores, já descontadas as devoluções, sem, contudo, contabilizar os ganhos do varejo por cada unidade vendida e das videolocadoras pela rentabilização das obras mediante locações. Essa renda, por sua vez, corresponde à comercialização de uma determinada quantia de unidades de mídia, as quais convencionamos denominar apenas *cópias*, neste Informe.

Uma das particularidades do mercado de vídeo doméstico é a possibilidade de o consumidor adquirir cópias de mais de uma obra num só produto, configurando um *pacote*. Neste Informe, decidiu-se considerar cada pacote como um título à parte.

Ressalvas se fazem quanto a dois grupos de obras: as de natureza pornográficas e as musicais. As primeiras, ramo de mercado historicamente não tratado pela ANCINE, não estão contempladas neste Informe. As segundas – títulos voltados principalmente à divulgação da produção musical de artista(s), como shows, performances e videoclipes – não serão tratadas neste Informe, dada a dinâmica particular do setor de obras musicais, mais associada às idiosincrasias do mercado fonográfico. Seus dados de comercialização, portanto, não integram as consolidações aqui apresentadas.

Por fim, mais uma consideração metodológica: de acordo com o ano de lançamento do título em vídeo doméstico, ele é classificado neste Informe como um *lançamento* – caso a sua comercialização tenha se iniciado em 2014 – ou uma obra de *catálogo* – se foi lançado em anos anteriores a 2014.

Dados Primários de Comercialização de Obras em Vídeo Doméstico

Esta seção traz dados sobre a comercialização de obras no segmento de vídeo doméstico consolidados a partir dos relatórios enviados pelas distribuidoras para o Sistema de Acompanhamento de Distribuição em Vídeo Doméstico (SAVI).

Em 2014 foram comercializados 5.783 títulos em DVD e 1.963 em Blu-ray, totalizando 6.166¹ obras distintas, independentemente do ano de lançamento (Tabela 1).

Tabela 1 – Dados Comerciais Gerais de Vídeo Doméstico - 2014

Tipo de mídia	Renda (R\$)	Renda (%)	Cópias	Cópias (%)	Preço Médio (R\$)	Títulos Comercializados	Títulos Lançados
DVD							
DVDs brasileiros	9.746.397,32	6,5%	1.385.429	8,3%	7,03	633	83
DVDs estrangeiros	112.178.383,77	74,9%	13.245.103	79,8%	8,47	5.150	492
Subtotal DVD	121.924.781,09	81,4%	14.630.532	88,1%	8,33	5.783	575
Blu-ray							
Blu-ray brasileiros	734.880,82	0,5%	30.942	0,2%	23,75	71	20
Blu-ray estrangeiros	27.069.250,89	18,1%	1.943.973	11,7%	13,92	1.892	237
Subtotal Blu-ray	27.804.131,71	18,6%	1.974.915	11,9%	14,08	1.963	257
Total	149.728.912,80	100,00%	16.605.447	100,00%	9,02	6.166¹	612²

Gráfico 1 – Títulos Comercializados em Vídeo Doméstico - 2014



¹ Descontados os títulos comuns a DVD e Blu-ray.

² Descontados os títulos comuns a DVD e Blu-ray.

As seções seguintes expõem consolidações dos dados do SAVI, segundo alguns recortes úteis à análise do mercado de vídeo doméstico. Embora seja destinada uma seção à comparação entre números relativos a obras brasileiras e estrangeiras, salienta-se que essas duas categorias estão presentes em outras partes do Informe.

1.1 - Desempenho Comercial das Obras Brasileiras e das Obras Estrangeiras

As obras estrangeiras apresentaram renda e volume de vendas superior aos das nacionais, que obtiveram 7,0% da renda e de 8,5% das cópias comercializadas em 2014 (Tabela 2).

Tabela 2 – Desempenho Comercial das Obras por Nacionalidade (DVD e Blu-ray)

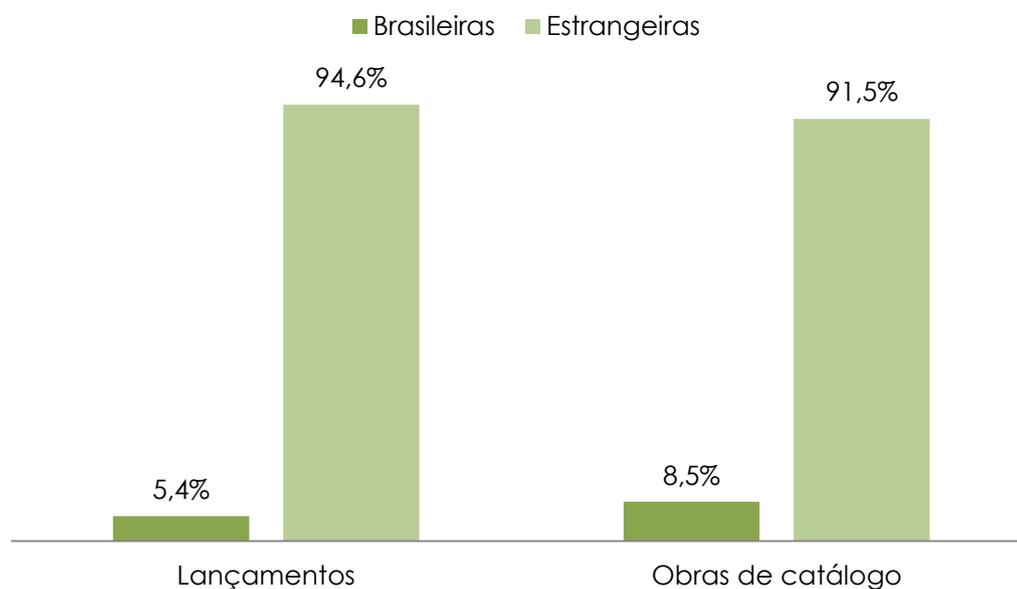
Nacionalidade	Renda (R\$)	Renda (%)	Cópias	Cópias (%)	Preço Médio (R\$)
Brasileiras	10.481.278,14	7,0%	1.416.371	8,5%	7,40
Estrangeiras	139.247.634,66	93,0%	15.189.076	91,5%	9,17
Total	149.728.912,80	100,0%	16.605.447	100,0%	9,02

Quando consideramos apenas as obras lançadas em 2014, a participação de mercado das obras brasileiras diminui para 5,4% da renda e 6,4% das cópias, mostrando que os títulos brasileiros tiveram melhor desempenho entre as obras de catálogo – lançadas em vídeo doméstico em ano anterior a 2014, portanto – do que entre os lançamentos (Gráfico 2).

Tabela 3 – Desempenho Comercial dos Lançamentos por Nacionalidade (DVD e Blu-ray)

Nacionalidade	Nº de títulos lançados	Renda (R\$)	Renda (%)	Cópias	Cópias (%)	Preço Médio (R\$)
Brasileiras	84	3.867.475,05	5,4%	131.787	6,4%	29,35
Estrangeiras	528	67.982.777,56	94,6%	1.936.852	93,6%	35,10
Total	612	71.850.252,61	100,0%	2.068.639	100,0%	34,73

Gráfico 2 – Participação na renda por nacionalidade – comparação entre lançamentos e obras de catálogo (DVD e Blu-ray)



1.2 - Obras em DVD x Obras em Blu-ray

A venda de DVDs ainda prevalece sobre a de Blu-rays no segmento de vídeo doméstico, com participação de 81,4% da renda total (Tabela 4). Entre os títulos brasileiros, essa predominância é ainda maior, 93,0% (Tabela 4).

O preço médio significativamente inferior do DVD – R\$ 8,33 contra R\$ 14,08 do Blu-ray (Tabela 1) – explica em boa parte essa predominância, já que a mídia se torna a opção mais acessível a quem procura mídias no varejo, mercado no qual o consumo de vídeo doméstico é consideravelmente mais pujante que o de videolocadoras, conforme se mostrará em seção posterior.

Tabela 4 – Desempenho comercial DVD x Blu-ray

Nacionalidade	Renda DVD (R\$)	Renda DVD (%)	Renda Blu-ray (R\$)	Renda Blu-ray (%)	Total (R\$)	Total (%)
Brasileiras	9.746.397,32	93,0%	734.880,82	7,0%	10.481.278,14	100,0%
Estrangeiras	112.178.383,77	80,6%	27.069.250,89	19,4%	139.247.634,66	100,0%
Total	121.924.781,09	81,4%	27.804.131,71	18,6%	149.728.912,80	100,0%

Gráfico 3 – Desempenho Comercial DVD x Blu-ray – Renda e Número de Cópias

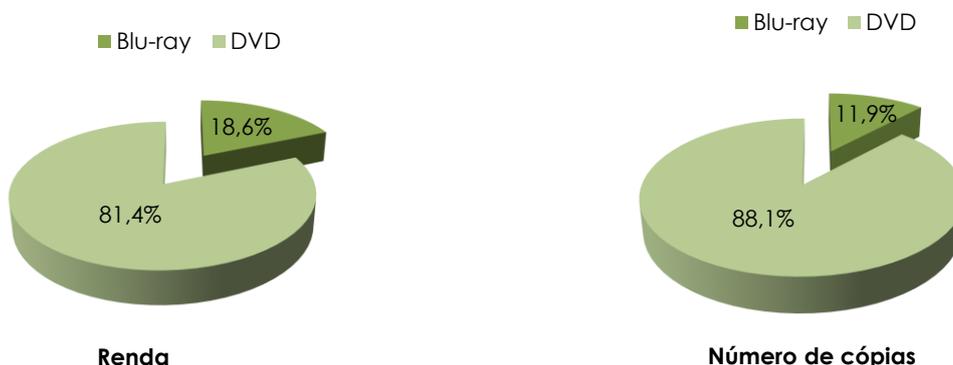


Gráfico 4 – Preço Médio DVD x Blu-ray por nacionalidade (R\$)



1.3 – Os dez títulos com melhor desempenho comercial

Em cada um dos gráficos seguintes, dispõem-se a relação das dez obras de melhor desempenho comercial, segundo as variáveis renda e número de cópias comercializadas, respectivamente. As duas exposições têm sua relevância analítica – a primeira mais associada aos ganhos econômicos dos distribuidores com a comercialização da obra neste segmento; a segunda, à abrangência do consumo da obra.

Quando se tomam todas as obras em DVD, brasileiras e estrangeiras, observa-se presença significativa de títulos estrangeiros, acompanhados apenas pelo brasileiro

Galinha Pintadinha 4 (1º lugar). Destaque para as animações³ (cinco⁴ das dez) e para longas-metragens⁵ previamente exibidos nos cinemas (oito das dez). (Gráfico 5)

Se o olhar recai apenas sobre as obras em Blu-ray, a força dos longas cinematográficos se impõe ainda mais (nove das dez), contestados unicamente pela série televisiva **Game of Thrones**. De animações, apenas **Rio 2** figura na lista (Gráfico 6).

Considerando somente as obras brasileiras em DVD, predominam igualmente as animações não cinematográficas⁶ e as novelas televisivas⁷ (quatro das dez), embora estas, possivelmente pelo seu preço médio mais alto, figurem apenas na relação pelo critério de renda⁸. Pelo critério de número de cópias, observa-se a presença de três longas com relativo sucesso comercial nos cinemas: **Até que a Sorte nos Separe 2**, **Nosso Lar** e **O auto da Compadecida**. Tomando as animações presentes na lista e o título **Patati Patatá – A vida é bela**, vê-se que há significativa quantidade de títulos direcionados ao público infantil.

Por fim, ao restringir o universo de análise às obras brasileiras em Blu-ray, o perfil da lista muda completamente: apenas longas cinematográficos figuram entre os dez. Destaque para a obra **Tropa de Elite**, que apresenta bom desempenho comercial mesmo após cerca de oito anos de seu lançamento nos cinemas.

³ *Galinha Pintadinha 4*, *Rio 2*, *Peppa Pig: Poças de Lama e Outras Histórias*, *Como treinar seu Dragão 2*, *Tá Chovendo Hamburguer*.

⁴ Ou seis, se tomarmos o critério de número de cópias vendidas (acrescenta-se *Rio*).

⁵ Só *Galinha Pintadinha 4* e *Peppa Pig: Poças de Lama e Outras Histórias* não são longas cinematográficos.

⁶ *Galinha Pintadinha 2*, *Galinha Pintadinha 3*, *Galinha Pintadinha 4*, *Bob Zoom - Volume 2*. Pelo critério de cópias, acrescentam-se dois títulos: *Cine Gibi 7 Bagunça Animal* (baseado nos quadrinhos da Turma da Mônica) e *Sítio do Pica Pau Amarelo*.

⁷ *Vale Tudo*, *A Sucessora*, *A Favorita*, *Pecado Capital*.

⁸ O conteúdo de uma novela é mais extenso do que o de um longa cinematográfico, exigindo a comercialização em várias mídias físicas.

Gráfico 5 – Os 10 títulos com maior Renda e mais Cópias Comercializadas (DVD)

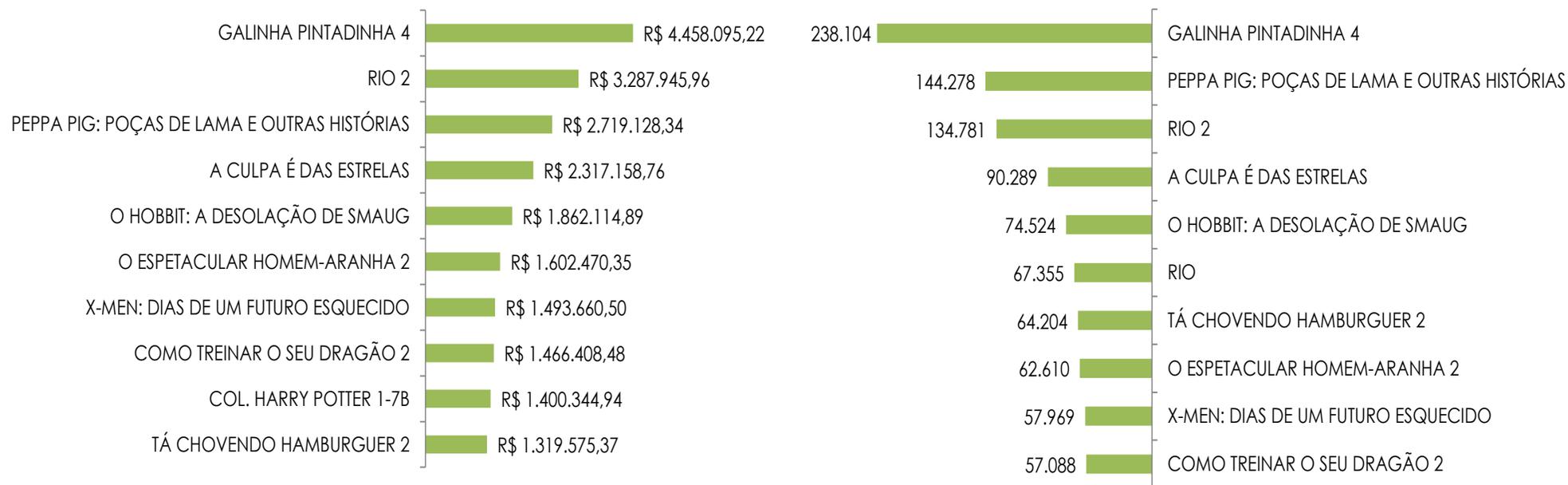


Gráfico 6 – Os 10 títulos com maior Renda e mais Cópias Comercializadas (Blu-ray)

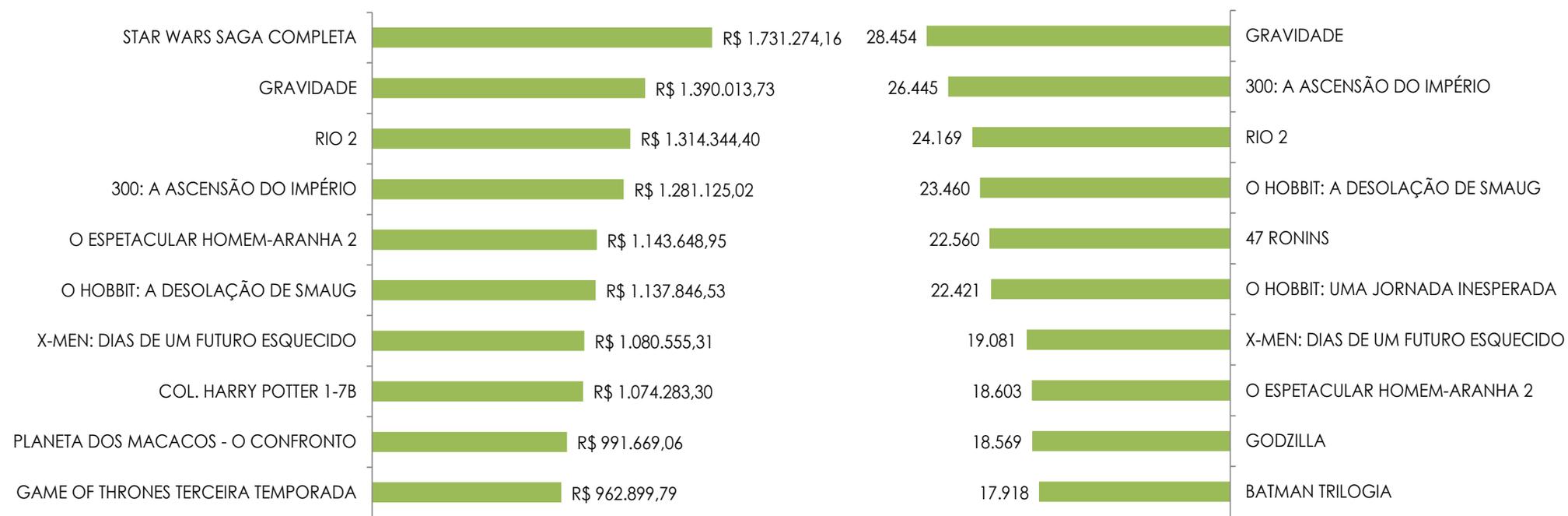


Gráfico 7 – OS 10 títulos nacionais com maior Renda e mais Cópias Comercializadas (DVD)

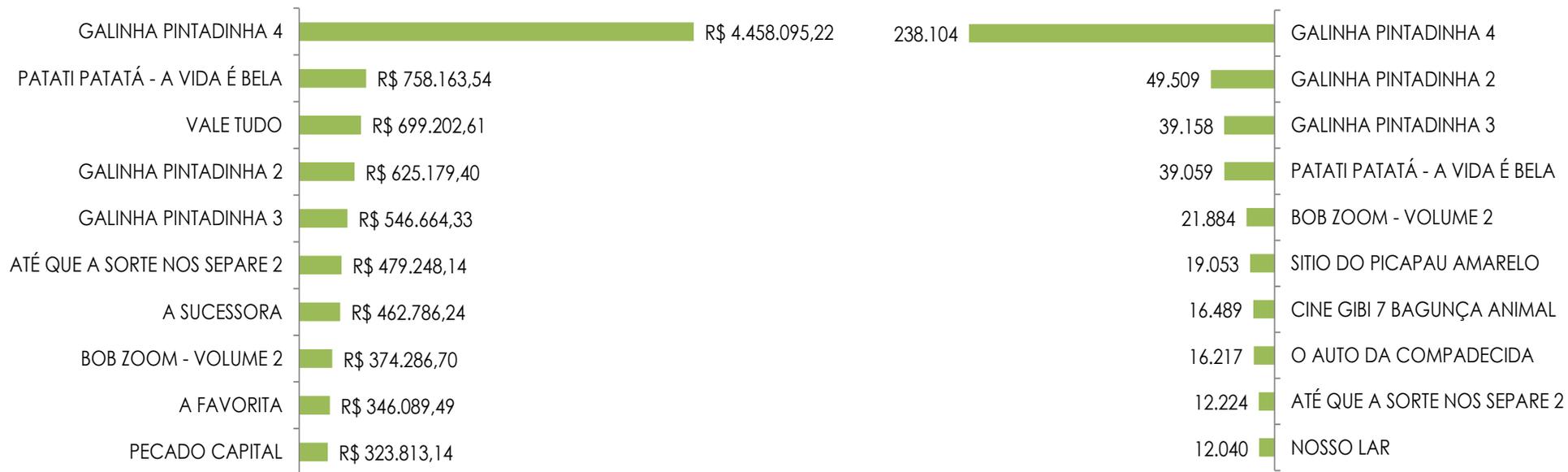
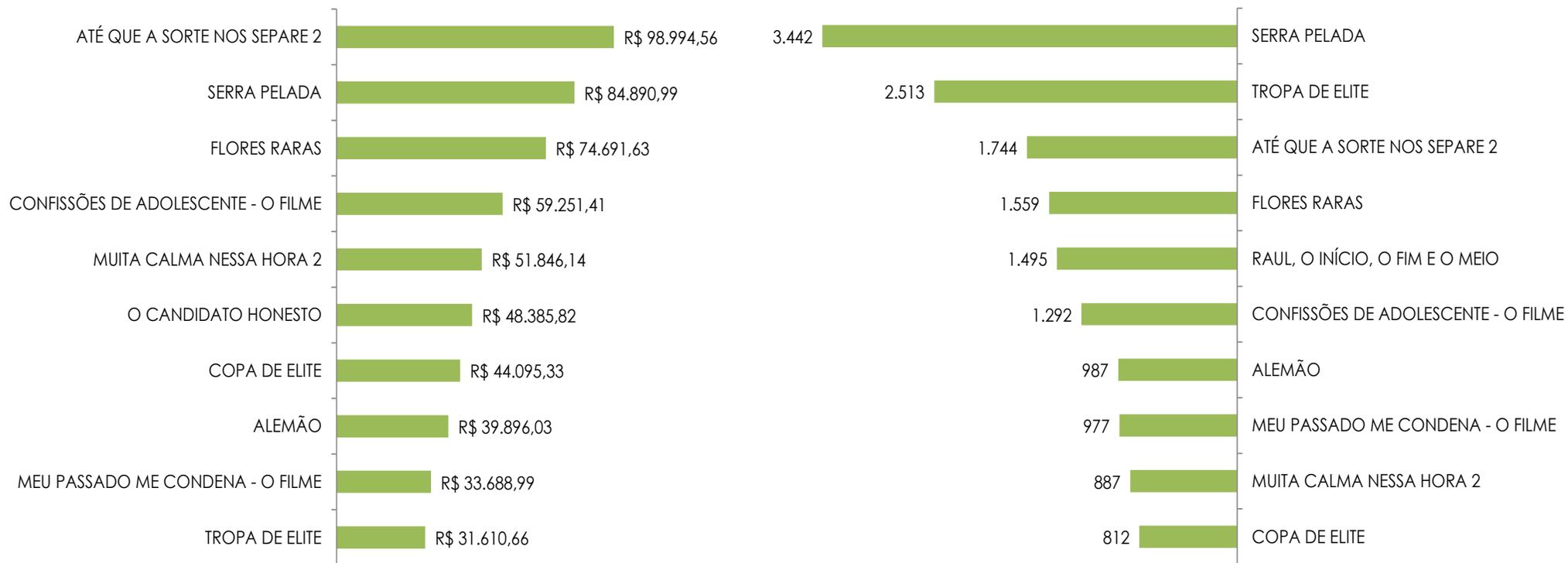


Gráfico 8 – Os 10 títulos nacionais com maior Renda e mais Cópias Comercializadas (Blu-ray)



1.4 - Lançamentos em Vídeo Doméstico e o impacto do prévio lançamento nos cinemas brasileiros

O objetivo desta seção é, tomando-se apenas os lançamentos em vídeo doméstico em 2014, comparar o desempenho comercial das obras lançadas diretamente nesse segmento com o das previamente lançadas nos cinemas em 2013 e 2014.

De acordo com dados compilados a partir do SAVI, em 2014, foram lançados 612 títulos diferentes em vídeo doméstico, dos quais 84 brasileiras e 528 estrangeiras (Gráfico 9). Nas salas de cinema, por sua vez, foram lançados 784 títulos⁹.

Gráfico 9 – Obras Lançadas em vídeo doméstico - 2014¹⁰

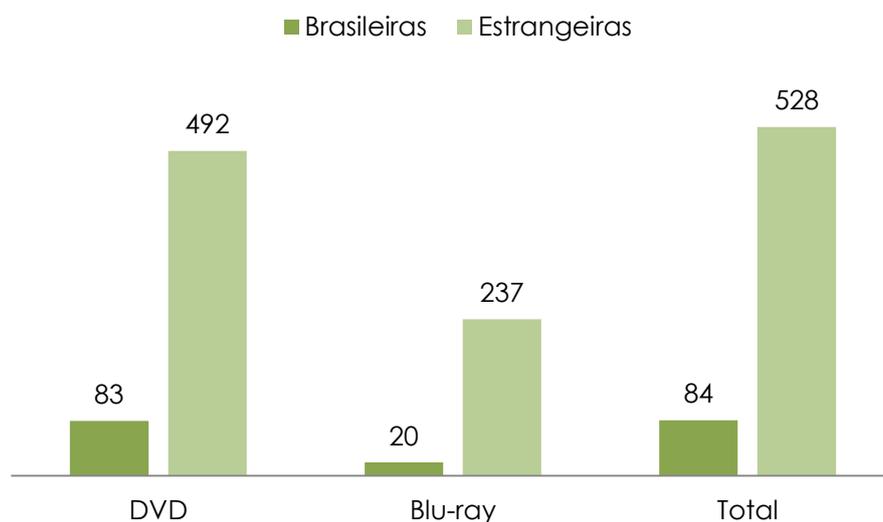


Tabela 5 – Desempenho Comercial das Obras Lançadas, por nacionalidade – 2014 (DVD e Blu-ray)

Nacionalidade	DVD - Renda (R\$)	DVD - Renda (%)	DVD - Cópias	DVD - Cópias (%)	Blu-ray - Renda (R\$)	Blu-ray - Renda (%)	Blu-ray - Cópias	Blu-ray - Cópias (%)
Brasileiras	3.377.765,79	6,6%	121.925	7,2%	489.709,26	2,4%	9.862	2,7%
Estrangeiras	47.819.828,66	93,4%	1.575.691	92,8%	20.162.948,90	97,6%	361.161	97,3%
Total	51.197.594,45	100,0%	1.697.616	100,0%	20.652.658,16	100,0%	371.023	100,0%

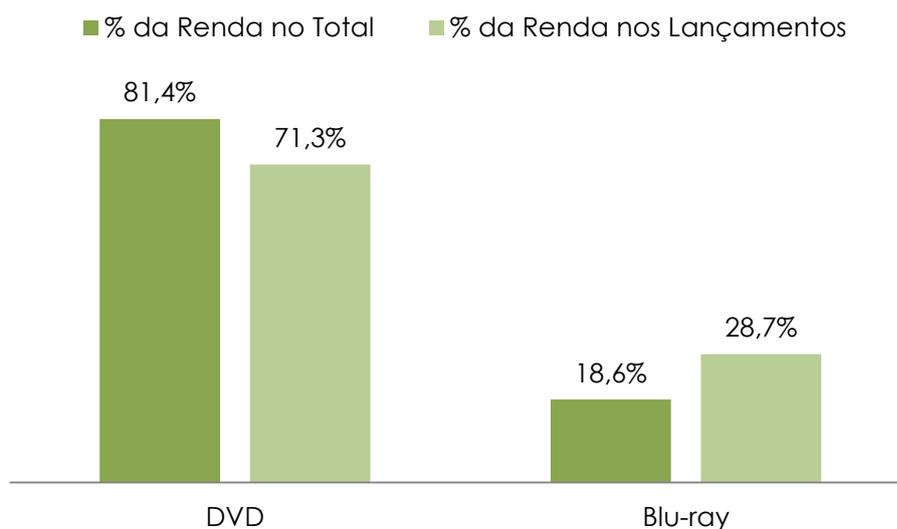
Avaliando-se os números de mercado das duas mídias, percebemos que o Blu-ray alcança uma participação maior nos lançamentos do que a observada quando se toma o total das obras (Gráfico 10). Tal constatação pode indicar uma possível preferência do

⁹ Fonte: Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA), ANCINE.

¹⁰ No total, são descontados os títulos comuns a DVD e Blu-ray.

consumidor por obras em alta definição quando a proposta é assistir a títulos lançados recentemente, embora haja proporcionalmente um maior número de títulos disponíveis em Blu-ray entre os lançamentos do que no total comercializado (30,9% contra 25,3%, Tabela 1)¹¹.

Gráfico 10 – Participação das Mídias nos Lançamentos e no Total



Entre os lançamentos em vídeo doméstico, o resultado comercial das obras previamente lançadas em cinema em 2013 e 2014 foi superior ao das demais (58,3% da renda, Tabela 6), mesmo elas representando apenas 26,3% dos títulos lançados. Esse comportamento também é observado quando tomamos separadamente os lançamentos brasileiros (Gráfico 11) e estrangeiros (Gráfico 12).

Tabela 6 – Lançamentos X Obras Exibidas no Cinema em 2013 e 2014

Exibidas nos cinemas em 2013 e 2014?	Renda (R\$)	Renda (%)	Cópias	Cópias (%)	Nº títulos lançados (DVD)	Nº títulos lançados (Blu-ray)	Nº títulos lançados (total)
Exibidas	41.853.557,82	58,3%	1.147.286	55,5%	156	112	161
Não Exibidas	29.996.694,79	41,7%	921.353	44,5%	419	145	451
Total	71.850.252,61	100,00%	2.068.639	100,00%	575	257	612

¹¹ No cálculo desses percentuais incluíram-se os títulos repetidos entre DVD e Blu-ray.

Gráfico 11 – Renda obtida com obras brasileiras lançadas em vídeo doméstico, por critério de lançamento prévio nos cinemas

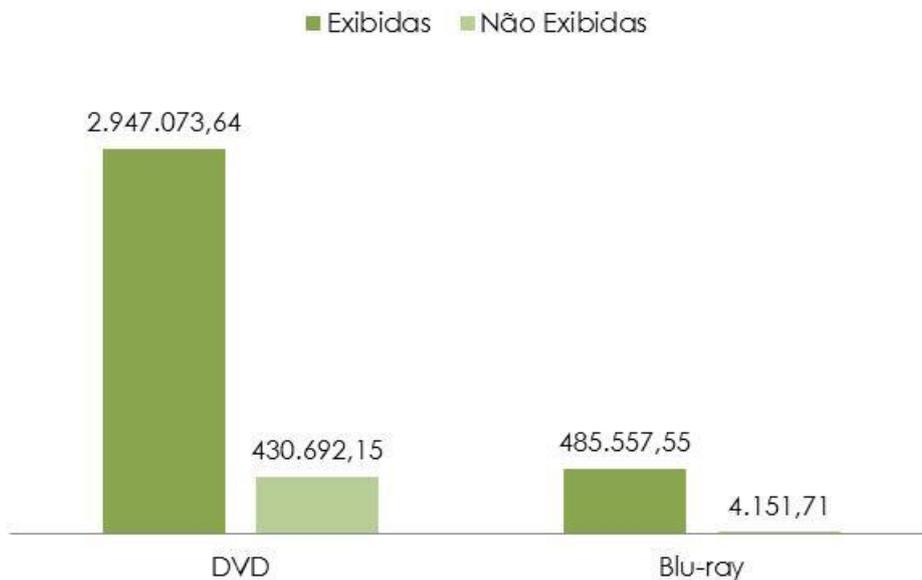
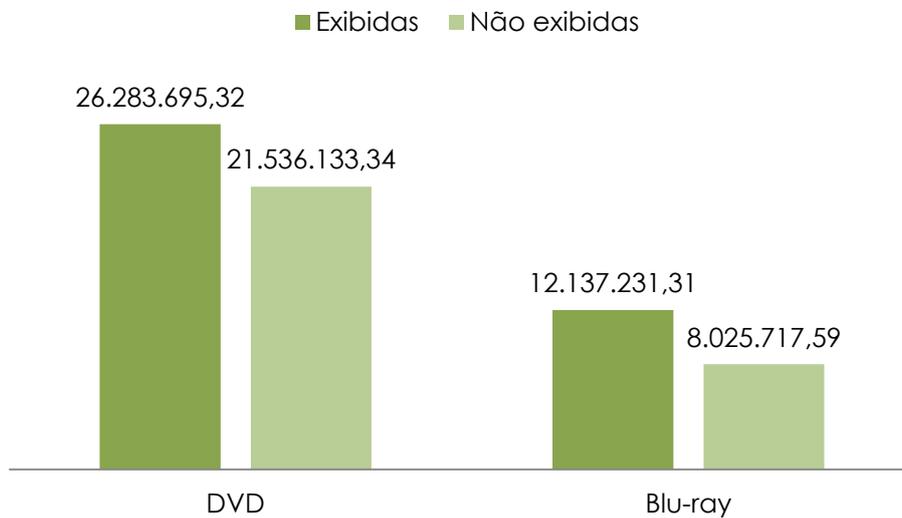


Gráfico 12 – Renda obtida com obras estrangeiras lançadas em vídeo doméstico, por critério de lançamento prévio nos cinemas



1.5 - Obras Negociadas com Varejo x Obras Negociadas com Videolocadoras

O segmento de mercado de vídeo doméstico contempla basicamente dois canais com que os distribuidores escoam as obras para o consumidor final: o varejo, cuja finalidade é a venda de DVD e Blu-ray, e as videolocadoras, interessadas na locação das mídias físicas aos consumidores.

O volume de obras comercializadas é maior na modalidade de varejo, que representa 70,7% do faturamento e 92,6% do número de cópias vendidas. Além disso, como era de se esperar pelo modelo de negócio de cada modalidade, o preço médio da cópia para as videolocadoras (R\$ 35,64) foi consideravelmente maior do que o da cópia para o varejo (6,88), especialmente para as obras estrangeiras (Gráfico 13).

Tabela 7 – Varejo x Videolocadoras

Modalidade de comercialização	Renda (R\$)	Renda (%)	Número de cópias	Número de cópias (%)	Preço médio da cópia (R\$)
Obras brasileiras					
Vendas para varejo	6.785.464,38	64,7%	1.289.725	91,1%	5,26
Vendas para videolocadoras	3.695.813,76	35,3%	126.646	8,9%	29,18
Obras Estrangeiras					
Vendas para varejo	99.046.370,04	71,1%	14.083.881	92,7%	7,03
Vendas para videolocadoras	40.201.264,62	28,9%	1.105.195	7,3%	36,37
Total					
Vendas para varejo	105.831.834,42	70,7%	15.373.606	92,6%	6,88
Vendas para videolocadoras	43.897.078,38	29,3%	1.231.841	7,4%	35,64

Gráfico 13 - Preço Médio da Cópia para o Varejo e para as Videolocadoras, por Nacionalidade (R\$)

