

PORTUGAL EXPORTA

SOFTWARE E JOGOS NA **ALEMANHA** **FICHA DE ENTRADA NO MERCADO**



aicep Portugal Global

SETEMBRO/2023

Índice

ENQUADRAMENTO GERAL	2
Inovação nas ICC	5
Start-ups nas ICC	6
RECOMENDAÇÕES (ICC).....	7
Abordagem ao mercado ICC	7
Abordagem ao cliente ICC.....	8
FORMAS DE APOIOS LOCAIS (ICC).....	8
Apoios ICC	8
Associações setoriais ICC	9
SOFTWARE E JOGOS.....	11
O Mercado	11
Principais segmentos de mercado	13
Perfil do consumidor.....	16
Clusters regionais.....	17
RECOMENDAÇÕES	18
Abordagem ao Mercado	18
Abordagem ao Cliente	18
Ambiente Regulamentar.....	19
FINANCIAMENTO	20
CONCORRÊNCIA	21
Concorrência local.....	21
Concorrência estrangeira.....	22
Oferta portuguesa.....	23
CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO	24
Físicos.....	24
Digitais.....	25
COMUNICAÇÃO.....	25
Feiras setoriais	25
Associações setoriais.....	26
Prémios e Incentivos.....	26
TENDÊNCIAS.....	27
ANÁLISE SWOT	30
Pontos Fortes	30
Pontos Fracos.....	30
Oportunidades	30
Ameaças.....	31

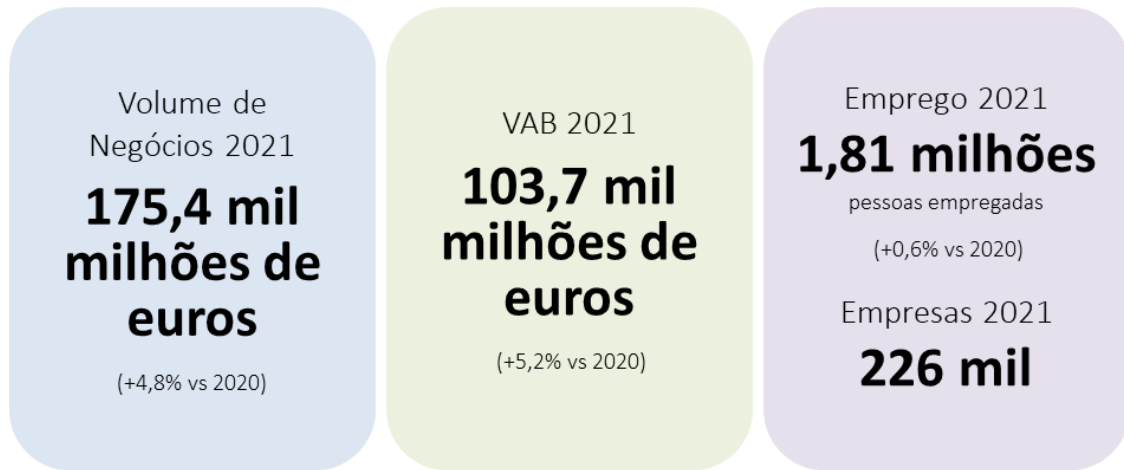
ENQUADRAMENTO GERAL

- As Indústrias Culturais e Criativas (ICC) incluem as empresas e trabalhadores independentes ativos que têm rendimentos com a cultura e a criatividade.
- Segundo o Ministério da Economia Alemão, as indústrias culturais e criativas incluem as empresas culturais e criativas que são predominantemente orientadas para o lucro e estão envolvidas na criação, produção, distribuição e/ou divulgação mediática de bens e serviços culturais e criativos.
- Na Alemanha, as ICC seguem a seguinte classificação:



Fonte: AICEP Berlin

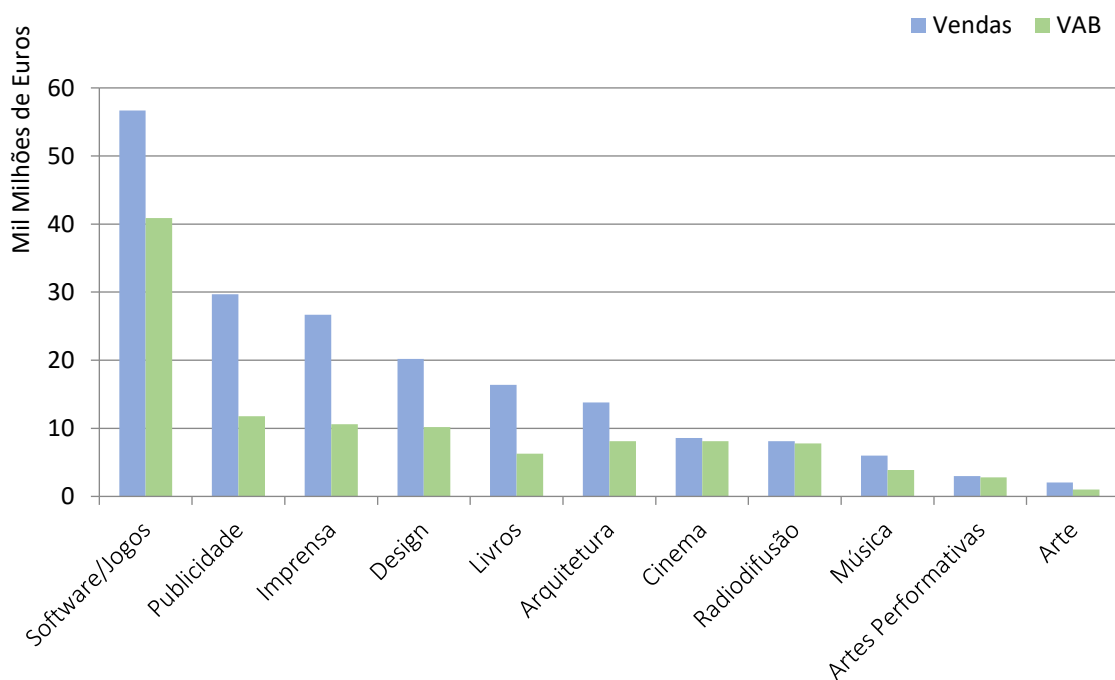
- As ICC são um setor em expansão, com grande potencial e que oferece amplas oportunidades de desenvolvimento na Alemanha. As ICC têm uma contribuição para a produção económica global do país comparável a outras grandes indústrias, como a automóvel, a mecânica e a química.



Fonte: [Destatis](#), 2022

- Em 2021, as ICC desempenharam um papel notável na economia alemã, representando 2,9% do PIB do país. O setor dos jogos destaca-se como o grande impulsionador destas indústrias, tanto a nível de vendas como de valor acrescentado bruto.

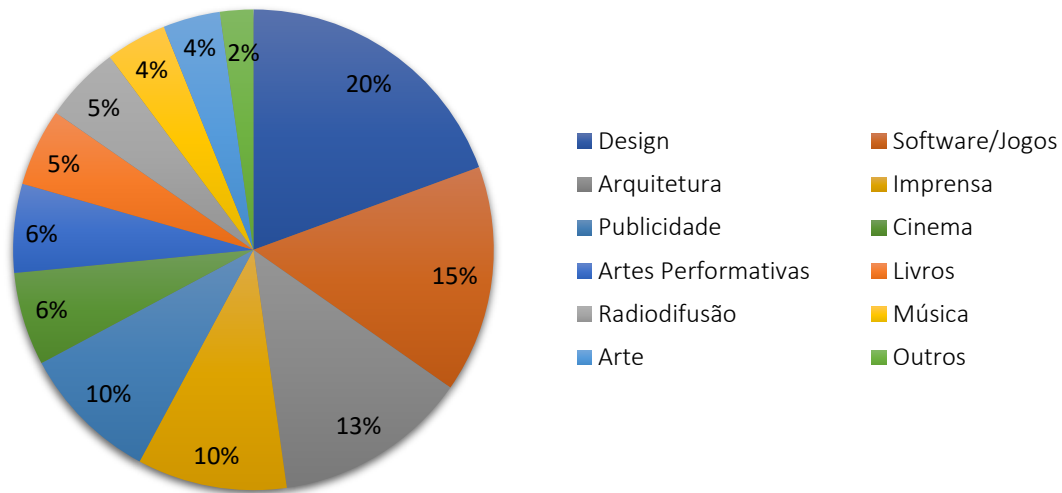
Vendas e Valor Acrescentado Bruto por submercado das ICC, em 2021



Fonte: [Destatis](#); [ZEW](#)

- Além do seu impacto financeiro, as ICC têm uma presença significativa no panorama empresarial, representando 7,6% do total de empresas. Neste aspeto, o *Design* destaca-se com o maior número de empresas.

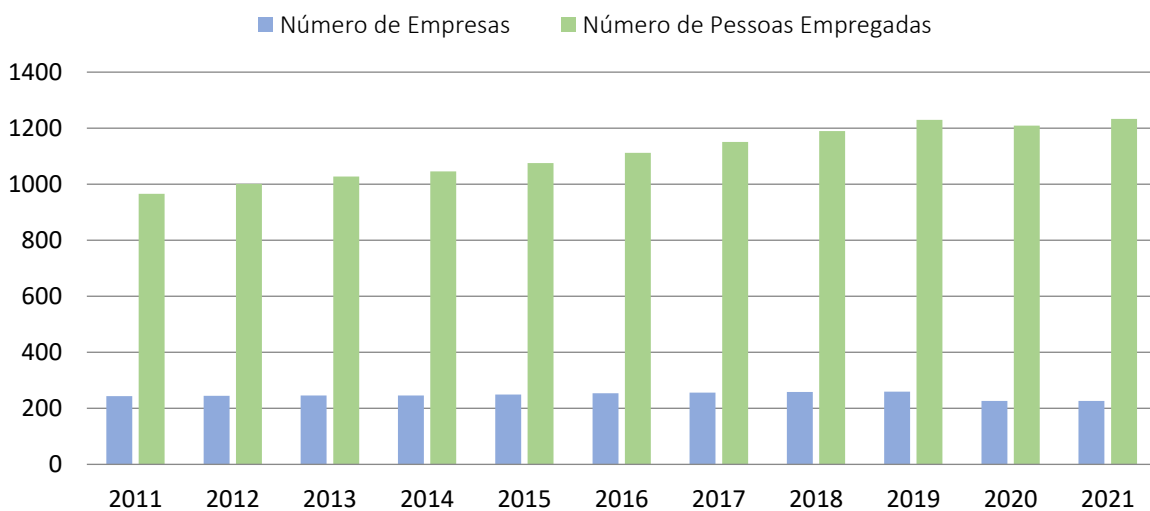
Distribuição das empresas por submercado das ICC, em 2021



Fonte: [Destatis](#); [ZEW](#)

- Salienta-se ainda que o setor das ICC impulsionou de forma distinta o emprego, com 30,6% das pessoas empregadas a atuar como trabalhadores independentes, refletindo, assim, a sua natureza empreendedora.

Número de empresas e trabalhadores das ICC (em milhares), 2011-2021

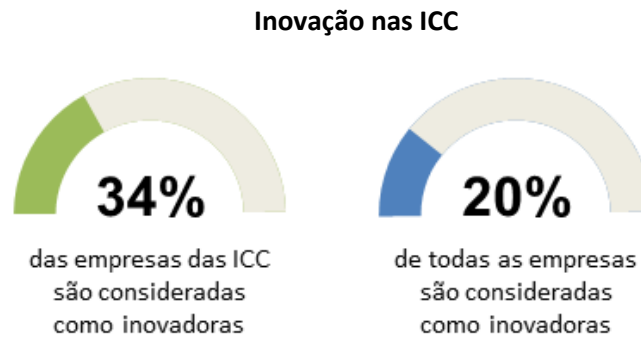


Fonte: [Destatis](#); [ZEW](#)

- As ICC são de extrema importância e a sua avaliação não se deve limitar apenas ao seu volume de negócios ou número de trabalhadores. É igualmente relevante a adoção de abordagens inovadoras que impulsionem a criatividade e estimulem a empatia em relação aos clientes e às suas necessidades. Além disso, há uma crescente procura por conteúdo digital e, mais do que

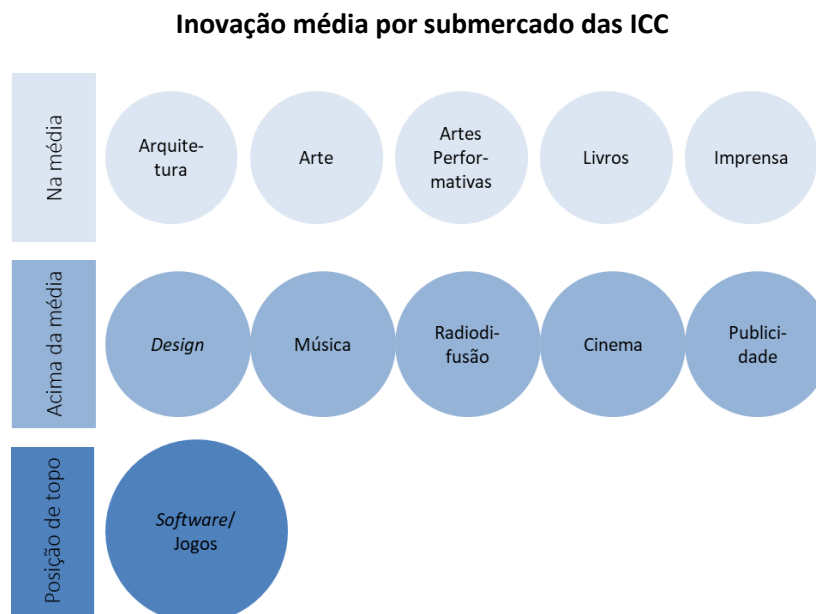
nunca, os clientes procuram uma experiência emocional ao adquirir um produto ou serviço, em vez de apenas um serviço funcional.

Inovação nas ICC



Fonte: [Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes](#), 2023

- As ICC apresentam notáveis diferenças nas suas atividades de inovação entre os diversos subsectores, sendo o segmento de *software* e jogos um claro catalisador do processo inovador.



Fonte: [Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes](#), 2023

- Os temas centrais de inovação abraçados pelas empresas das ICC abrangem um amplo espectro:
 - inovações digitais, como inteligência artificial, *big data* e realidade virtual;
 - inovações focadas na sustentabilidade, como neutralidade climática e reciclagem;
 - inovações com impacto social, como acessibilidade e inclusão;

- inovações direcionadas a aprimorar a interação com o mercado consumidor, como experiência do utilizador, *podcasts* e marketing de conteúdo.

Diferenças regionais na inovação empresarial (índice Alemanha=100)



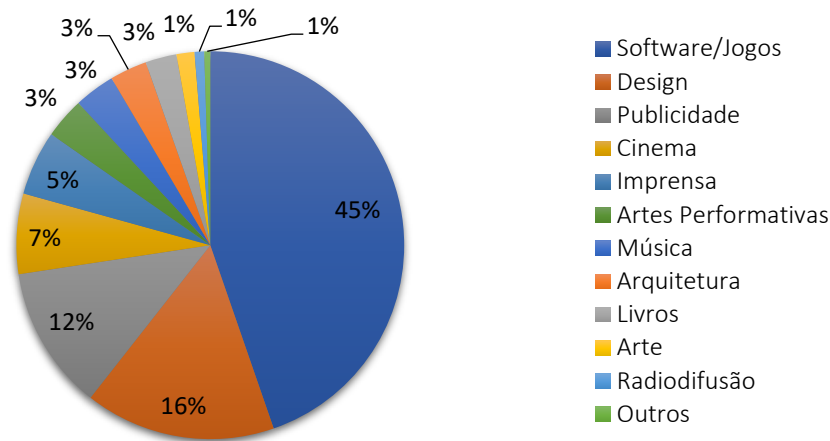
Berlim destaca-se como uma força líder em inovação no cenário das ICC: as empresas deste setor localizadas em Berlim apresentam um índice de inovação 24% superior à média alemã. Além disso, observa-se uma concentração significativa de empresas inovadoras noutras regiões chave, tais como Hamburgo, Baviera, Baden-Vurtemberg, Hesse, Bremen e Renânia do Norte-Vestefália.

Fonte: [Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes](#), 2023

Start-ups nas ICC

- As ICC contribuem significativamente para a atividade de *start-ups* na Alemanha, correspondendo a 5,1% da atividade geral.
- O setor de *software/jogos* é, sem dúvida, o principal impulsionador, representando quase metade de todas as *start-ups* do país.

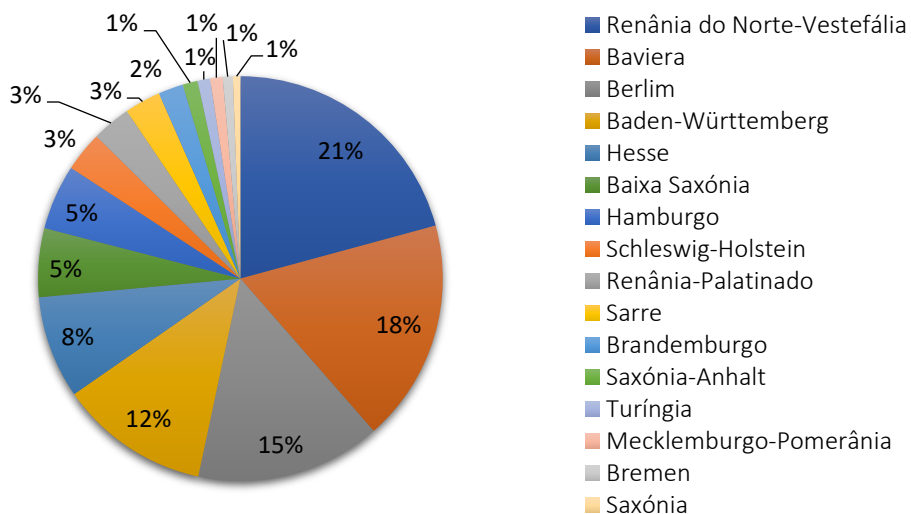
Distribuição das *start-ups* por submercado das ICC, em 2021



Fonte: [Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes](#), 2022

- Quanto à sua distribuição, os estados de Renânia do Norte-Vestefália, Baviera, Berlim e Baden-Vurtemberg destacam-se pela positiva.

Distribuição das *start-ups* por Estado Federal, em 2021



Fonte: [Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes](#), 2022

RECOMENDAÇÕES (ICC)

Abordagem ao mercado ICC

- **Parceiros locais:** estabelecer parcerias com agentes, distribuidores ou artistas locais pode ser extremamente benéfico para entrar no mercado alemão das ICC. Estas parcerias proporcionam *insights* valiosos sobre tendências e facilitam o acesso a contactos locais.

- **Presença física no mercado:** feiras e eventos similares são importantes para a divulgação de produtos e serviços, prospeção de contactos e oportunidades de negócio. Dada a dimensão e competitividade da Alemanha neste setor, a presença nos principais eventos é crucial.
- **Seguros:** os artistas podem subscrever um seguro através da [Künstlersozialkasse \(KSK\)](#). Uma visão geral das apólices de seguro está disponível no [portal da BMWK](#).
- **Contratos:** enquanto trabalhador independente ou empresário é importante ter algumas noções básicas do que procurar nos contratos. No entanto, um advogado ou notário pode também ser uma ajuda valiosa na redação. A [Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler](#) oferece informações pormenorizadas na sua publicação [ProKunst5](#).
- **Fiscalidade:** os consultores fiscais ajudam em questões de direito fiscal e de gestão empresarial, bem como na escolha da forma jurídica mais favorável. A [Bundes Steuerberater Kammer](#) e a [Deutscher Steuerberaterverband](#) podem ajudar nesta procura.

Abordagem ao cliente ICC

- **Adaptação à nova geração:** a **Geração Limbo** é uma geração que enfrenta limitações financeiras e dificuldades laborais, mas cujos hábitos de consumo são determinados pelas preocupações crescentes com a sustentabilidade e os comportamentos éticos. Perceber esta geração e os seus comportamentos facilita a tarefa das empresas que operam nos setores cultural e criativo, sobretudo para aquelas que pretendem internacionalizar-se, dado que estas questões, já visíveis em Portugal, são ainda mais prementes na Alemanha.

FORMAS DE APOIOS LOCAIS (ICC)

Apoios ICC

- **Start-ups:** vários estados federais oferecem consultoria gratuita para *start-ups* ou subsídios para compensar os custos. Há uma visão geral dessas ofertas no [portal de start-ups da BMWK](#).
- **PMEs:** as pequenas e médias empresas podem beneficiar do programa [Förderung von Unternehmensberatungen für KMU](#) se:
 - forem juridicamente independentes e atuarem no setor comercial ou em profissões liberais;
 - tiverem a sua sede social e operações comerciais na Alemanha;
 - tiverem menos de 250 empregados e um volume de negócios anual não superior a 50 milhões de euros ou um balanço anual não superior a 43 milhões de euros.

- **Crowdfunding:** o *crowdfunding* pode ser uma forma de os profissionais independentes angariarem o capital necessário para um projeto, trabalho ou até mesmo para fundar uma empresa. Não existem critérios de exclusão, como garantias ou capital próprio insuficientes, e não há exclusão dos setores que geralmente não são financiados pelos bancos. Além disso, o *crowdfunding* vai além de questões de financiamento, sendo também uma importante ferramenta de *marketing*.

Associações setoriais ICC

O Ministério Federal da Economia e da Proteção do Clima (BMWK) fornece uma [lista](#) extensa de centros de aconselhamento, associações, iniciativas e outros agentes das indústrias culturais e criativas.

- [Arbeitsagentur](#)
- [Auswärtige Amt](#)
- [Bayernkreativ](#)
- [Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien](#)
- [BMWK- Expertenforum](#)
- [Bundesverband Deutscher Stiftungen](#)
- [Bundesweite Gründerinnenagentur](#)
- [Camões Berlim](#)
- [Creative City Berlin](#)
- [CREATIVE.NRW - Kompetenzzentrum Kreativwirtschaft](#)
- [Crew United](#)
- [Deutscher Kulturrat](#)
- [Dock 11 - Promoting Creative Industries Saarland](#)
- [Germany Trade & Invest - GTAI](#)
- [Hamburg Kreativ Gesellschaft](#)
- [Industrie- und Handelskammer](#)
- [Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft](#)
- [Institut für Freie Berufe](#)
- [Klub Dialog](#)
- [Koalition Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland](#)
- [Kompetenzteam Kultur- und Kreativwirtschaft München](#)
- [Kompetenzzentrum Kreativwirtschaft der Stadt Frankfurt/Main](#)

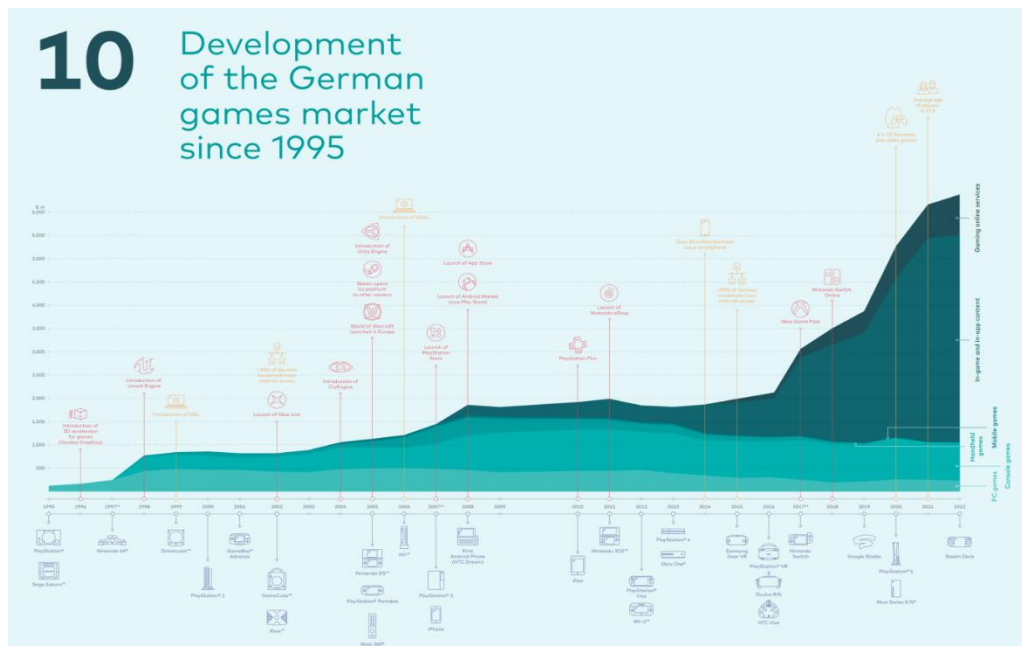
- [Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes](#)
- [Kreativ Kultur Berlin](#)
- [Kreativagentur Bradenburg](#)
- [Kreative Deutschland - Bundesverband der Kultur - und Kreativwirtschaft Deutschland](#)
- [Kreative MV](#)
- [KREATIVES SACHSEN](#)
- [Kreativwirtschaft Sachsen - Anhalt](#)
- [Kreativwirtschaft Schleswig - Holstein](#)
- [Kultur - und Kreativwirtschaft Hessen](#)
- [Kultur - und Kreativwirtschaft Niedersachsen](#)
- [Kulturförderberatung Berlin](#)
- [Kulturprojekte Berlin](#)
- [Kulturstiftung des Bundes](#)
- [Kunst - und Kreativwirtschaft](#)
- [Künstlersozialkasse](#)
- [Markterschließungsprogramm](#)
- [Mediennetzwerk.NRW](#)
- [MFG Kreativ](#)
- [Portal "Kreatives Brandenburg"](#)
- [Projekt Zukunft](#)
- [Servicecenter Kultur MV](#)
- [Thüringer Agentur für die Kreativwirtschaft](#)
- [Touring Artists](#)
- [WFB Wirtschaftsförderung Bremen](#)

SOFTWARE E JOGOS

Este setor abrange o desenvolvimento e o lançamento de diversos tipos de produtos de *software*, incluindo jogos de computador, videogames, jogos *online* e jogos para dispositivos móveis.

- As raízes da indústria alemã de jogos remontam aos primórdios dos videogames, nas décadas de 1980 e 1990, quando os sistemas de computadores domésticos ganharam popularidade.
- A década de 2000 marcou um ponto de viragem para esta indústria: com a ascensão da *internet* e os avanços tecnológicos, o panorama dos jogos expandiu-se rapidamente.
- A Alemanha tornou-se um centro de desenvolvimento de jogos, com vários estúdios e programadores a produzirem uma vasta gama de jogos, desde títulos para telemóveis a experiências complexas para *PC* e consolas.

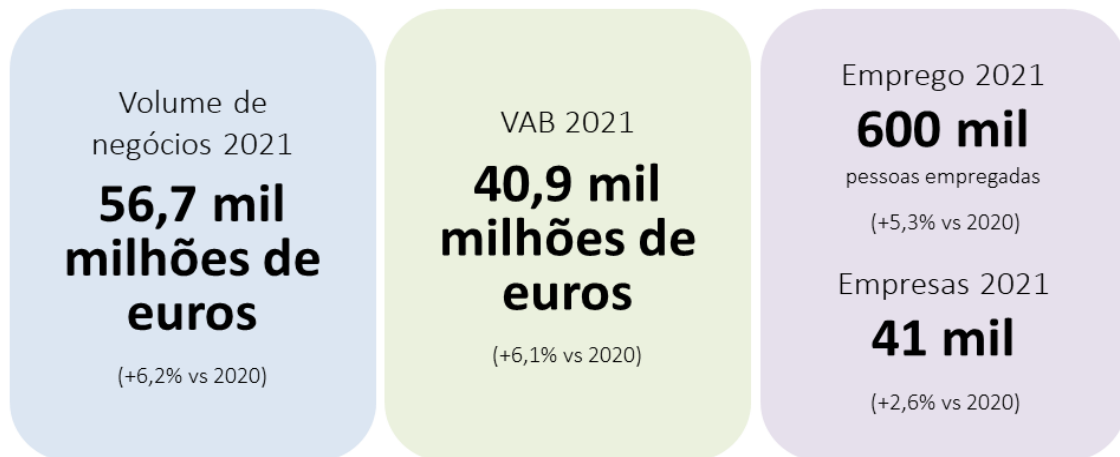
Desenvolvimento do mercado alemão de jogos desde 1995



Fonte: [Annual Report of the German Games Industry, game, agosto 2023](#)

O Mercado

- A indústria do *software* e jogos é o submercado mais dinâmico das ICC: [a Alemanha é, atualmente, o quinto maior mercado de jogos mundial e o maior da Europa](#), impulsionado por um ambiente privilegiado para empresas inovadoras, graças a uma combinação de custos moderados, excelentes infraestruturas e uma grande reserva de talentos.



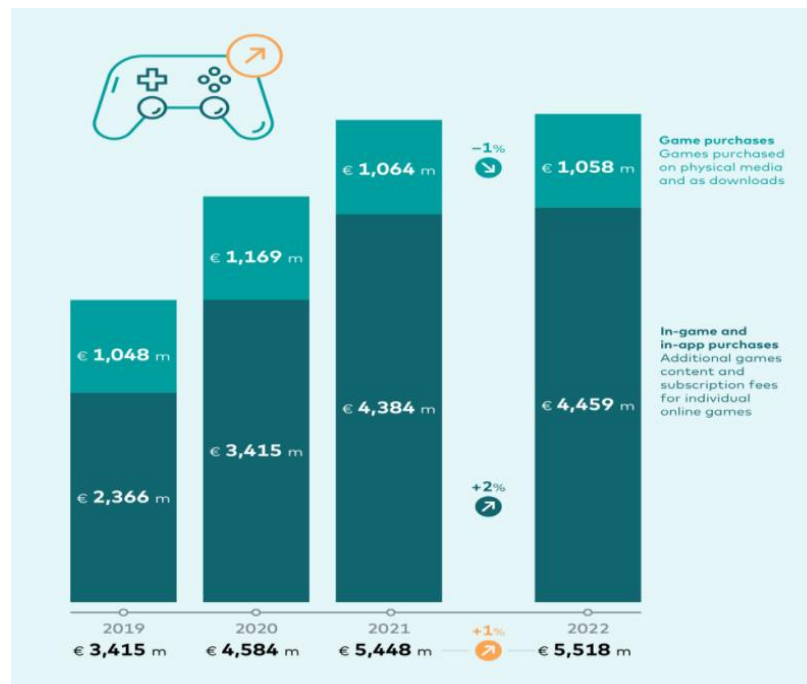
Fonte: [Destatis](#), 2022



Fonte: [Destatis](#), 2022; [BMWK](#), 2023; [GTAI](#); [game](#), 2021

- Após grandes aumentos nas receitas de vendas em 2020 e 2021, o mercado alemão de jogos estabilizou a um nível elevado em 2022.
- Enquanto a pandemia e outros fatores tinham anteriormente resultado num crescimento anual de 32% e 17%, respetivamente, em 2022, as receitas de vendas de jogos, *hardware* de jogos e taxas de serviços *online* aumentaram apenas 1%.

Evolução e distribuição das vendas, em 2022



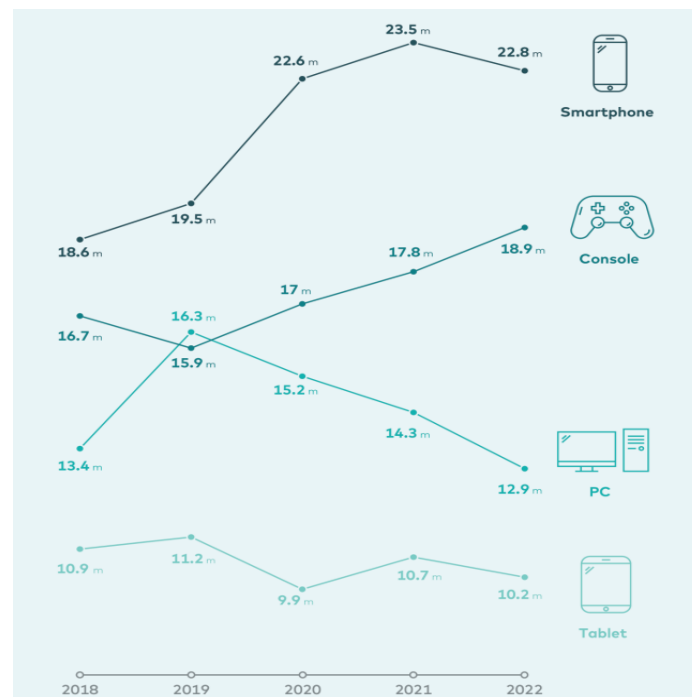
Fonte: [Annual Report of the German Games Industry, game, agosto 2023](#)

- A empresa [game](#) disponibiliza o [gamesmap](#) - um mapa interativo que mostra a localização dos representantes da indústria dos jogos na Alemanha, que operam nas áreas da produção, dos meios de comunicação social, do setor público e da formação.

Principais segmentos de mercado

- Os *smartphones* continuam a ser o dispositivo mais popular na Alemanha, no entanto, depois de ter aumentado continuamente nos últimos anos, o número de pessoas que utilizam o seu *smartphone* para jogar diminuiu, pela primeira vez, em 2022.

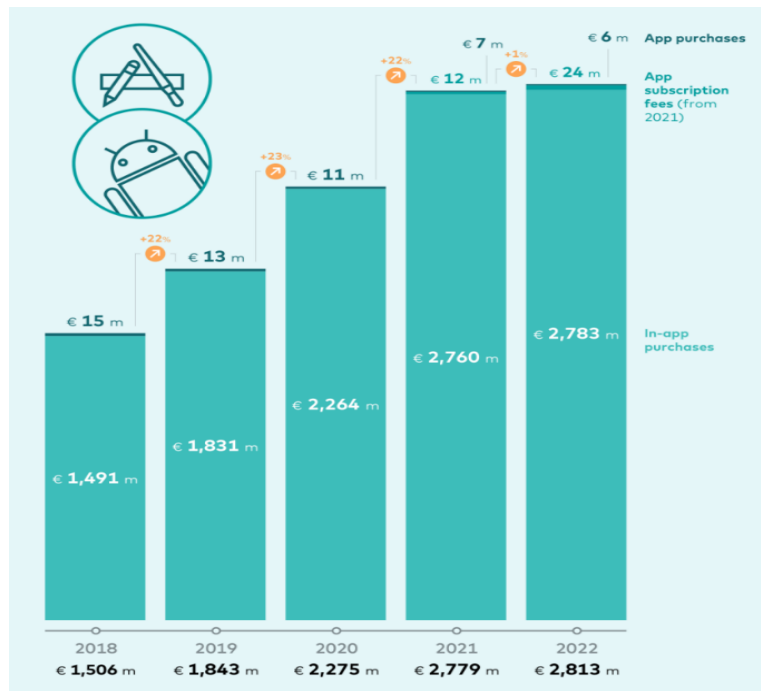
Evolução da utilização de cada tipo de dispositivo de videogames (2018-2022)



Fonte: [Annual Report of the German Games Industry, game, agosto 2023](#)

- Jogos para dispositivos móveis:** os jogos para telemóvel têm sido um motor significativo do crescimento do mercado alemão de jogos. A adoção generalizada de *smartphone*, a disponibilidade de planos de dados acessíveis e a larga abrangência dos jogos gratuitos contribuíram para a popularidade destes jogos entre todos os grupos etários. As receitas das vendas de jogos para *tablet* e *smartphone* continuaram a crescer em 2022, embora mais lentamente, ultrapassando os 2,8 mil milhões de euros. As compras *in-app* continuam a impulsionar o crescimento das receitas, representando 99% do total deste segmento.

Evolução das receitas de vendas do segmento das aplicações para dispositivos móveis (2018-2022)



Fonte: [Annual Report of the German Games Industry, game, agosto 2023](#)

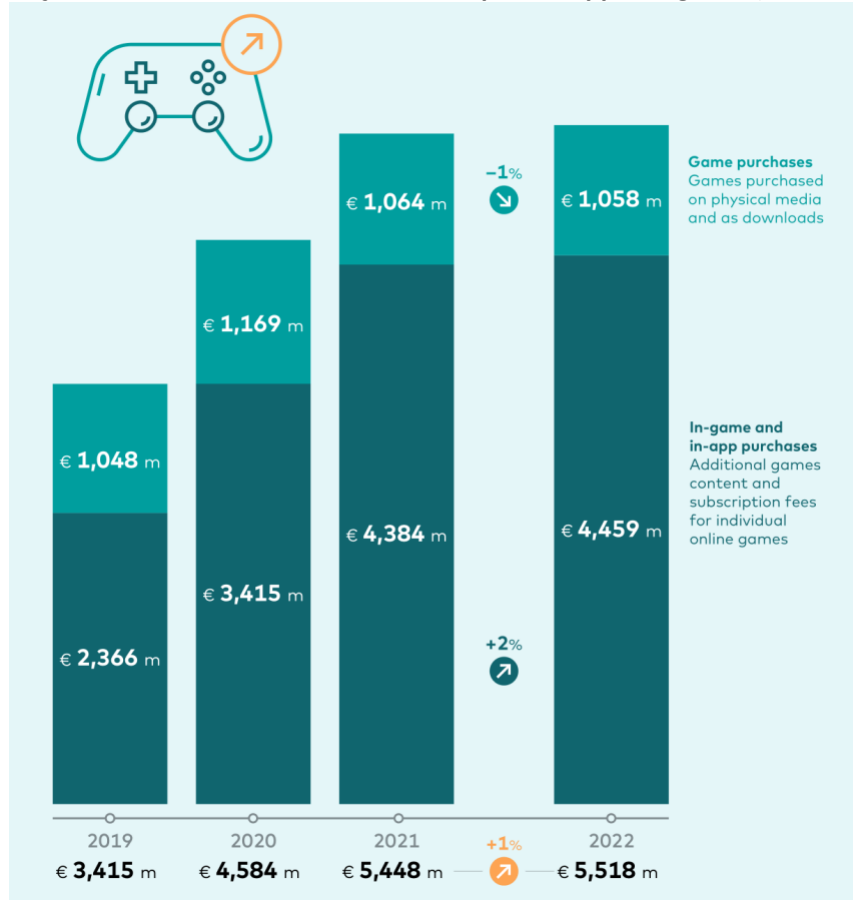
- **Jogos para PC:** [a quota de mercado dos jogos para PC é significativa, tornando-a uma das plataformas de jogos dominantes na Alemanha, no entanto, esta continua a diminuir. Só em 2022, houve uma perda de 1,4 milhões de jogadores de PC.](#)
- **Jogos para consolas:** as consolas, como a PlayStation, a Xbox e a Nintendo Switch, também têm uma quota de mercado considerável na Alemanha. Os jogos de consola atraem os jogadores que procuram experiências imersivas e títulos com classificação AAA¹ com gráficos e jogabilidade de alta qualidade. Também os dispositivos de jogos portáteis, como as consolas portáteis da Nintendo, detêm uma quota de mercado de nicho na Alemanha.
- **eSports e streaming:** a ascensão dos *eSports* e do *streaming* de jogos teve um impacto significativo no mercado alemão de jogos. Nos últimos anos, os *eSports* passaram de uma atividade de nicho a um fenómeno de massas e, atualmente, milhões de pessoas assistem às competições através de transmissões ao vivo e em estádios lotados. Cada vez com mais frequência, as emissoras tradicionais de televisão transmitem os principais eventos de *eSports*. Milhões de espectadores seguem também os torneios e as ligas através de serviços de transmissão *online*, como o *Twitch* e o *Mixer*, que se especializaram neste conteúdo e se

¹ A classificação "AAA" em videojogos é frequentemente utilizada para identificar títulos de alta qualidade e produção, geralmente associados a jogos de grande orçamento e grande visibilidade na indústria de jogos.

tornaram parte integrante do ecossistema. Além disso, o *YouTube* e o *Facebook* estão a oferecer cada vez mais programação de *eSports* nas suas plataformas.

- **Compras *in-game***: nos últimos anos, as compras *in-game* têm superado as simples compras de jogos, impulsionando o crescimento dos serviços *online*. A fácil acessibilidade dos jogos gratuitos proporciona aos criadores de jogos um ponto de acesso atrativo a partir do qual podem promover as compras *ingame* junto dos jogadores.

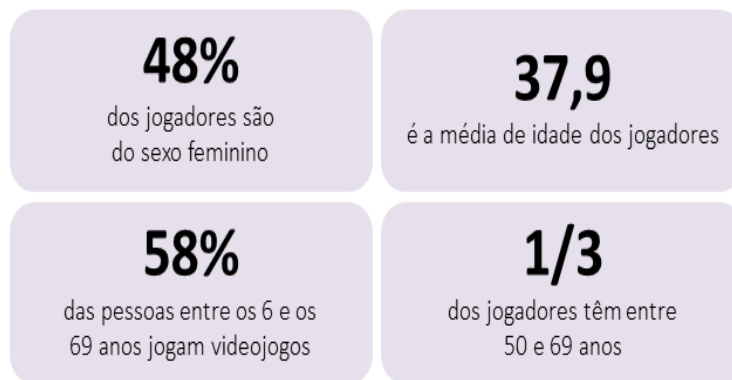
Evolução das receitas do mercado de compras *in-app* e *in-game* (2019-2022)



Fonte: [Annual Report of the German Games Industry, game, agosto 2023](#)

Perfil do consumidor

- A Alemanha tem o maior número de utilizadores de *internet* na Europa, o que cria um potencial significativo para as empresas do setor.



Fonte: [Annual Report of the German Games Industry, game, agosto 2023](#)

Clusters regionais

- As grandes cidades alemãs e os seus arredores estão continuamente a expandir os seus centros de jogos, abrangendo empresas de desenvolvimento, editoras e fornecedores, bem como centros de formação e educação especializados.

As melhores localizações na Alemanha, classificadas por empresas da indústria de jogos



Fonte: [Annual Report of the German Games Industry, game, agosto 2023](#)

- Vários estados reforçaram consideravelmente o seu compromisso regional com a indústria dos jogos nos últimos anos, o que resultou em melhores condições, como níveis de financiamento mais elevados e específicos, cimeiras de jogos ou centros dedicados.

RECOMENDAÇÕES

- Entrar no mercado alemão de jogos pode ser uma oportunidade lucrativa para as empresas portuguesas, mas requer uma boa estratégia para o sucesso numa indústria competitiva e dinâmica.

Abordagem ao Mercado

- Agentes e distribuidores: para criadores de jogos iniciantes, a opção mais comum para distribuição dos jogos é através de um editor ou distribuidor especializado. Uma alternativa é considerar a distribuição digital, por meio de lojas de aplicações como a App Store ou a Google Play. Outras opções são lançar o jogo numa plataforma de jogos online ou utilizar as lojas das principais consolas de jogos. Colaborar com influenciadores de jogos e criadores de conteúdo alemães pode também ser um passo importante para promover os jogos e criar alguma expectativa entre a comunidade de jogadores.
- Estratégia de longo prazo: a entrada no mercado alemão de jogos exige um compromisso e um investimento a longo prazo. É essencial desenvolver uma estratégia de negócio sustentável que inclua apoio contínuo, atualizações e conteúdos pós lançamento para manter o interesse e a satisfação dos jogadores.

Abordagem ao Cliente

- **Idioma e localização:** o idioma alemão é fundamental para a entrada no mercado. Oferecer suporte ao cliente em alemão é importante para estabelecer confiança e criar uma base sólida de utilizadores satisfeitos. Além disso, as redes sociais e comunicações também devem ser adaptadas ao idioma para alcançar o público local de forma mais eficaz. Além do idioma, entender a cultura alemã é crucial para o sucesso, dadas as preferências específicas dos jogadores em relação a temas, humor, referências culturais e valores.
- **Qualidade e inovação:** os jogadores alemães apreciam a qualidade e a inovação, pelo que será positiva a oferta de experiências de jogo únicas e inovadoras que incorporem gráficos de alta qualidade. Explorar oportunidades em experiências de jogos de realidade virtual e aumentada, pode ser uma forma de diferenciação no mercado.

Ambiente Regulamentar

A entrada no mercado alemão requer uma compreensão sólida dos aspetos legais e regulatórios relacionados com a indústria de jogos.

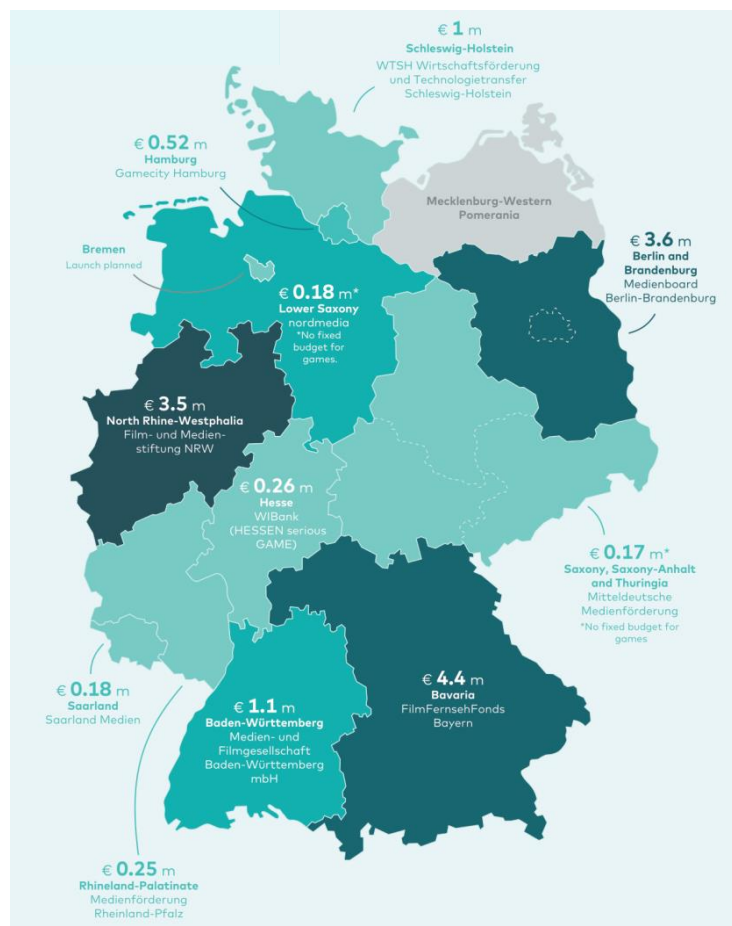
- **Classificações etárias:** a Alemanha possui um sistema rigoroso de classificação etária para jogos, garantindo que conteúdos inadequados para certas faixas etárias sejam restritos. A [USK](#) é o organismo de autorregulação do *software* de entretenimento, sendo responsável pela avaliação dos videojogos na Alemanha. As classificações etárias têm impacto na distribuição e nas vendas de jogos, uma vez que os retalhistas aplicam frequentemente restrições de idade quando vendem jogos com classificação etária para garantir o cumprimento da lei.
- **Direitos de autor e proteção da propriedade intelectual:** a pirataria coloca sérios problemas à indústria dos jogos e ameaça a subsistência económica de muitos criadores e editores de jogos. Os fornecedores de *software* de entretenimento utilizam várias ferramentas, como dispositivos técnicos de proteção contra cópia ou jogos baseados em servidores, para proteger a propriedade intelectual de muitos criadores. No entanto, os danos são substanciais e continuam a aumentar através da utilização de servidores piratas e da venda ilegal.
- **Proteção de dados:** as leis de proteção de dados regem a recolha, o armazenamento e o processamento de dados pessoais na indústria dos jogos. As empresas têm de cumprir estes regulamentos para proteger a privacidade dos utilizadores e a segurança dos dados. É, portanto, necessário ter uma política de privacidade transparente e acessível aos utilizadores, detalhando como os dados pessoais são colecionados, usados e protegidos.
- **Proteção do consumidor:** a distribuição de videojogos está sujeita às mesmas regras de proteção do consumidor de todos os outros bens e serviços. Estas leis abrangem questões como termos e condições injustos e o direito ao reembolso de produtos defeituosos.
- **Lei da concorrência:** as leis da concorrência impedem práticas comerciais desleais, incluindo publicidade enganosa e comportamentos anti concorrenciais na indústria do jogo.
- **Registo empresarial:** as empresas portuguesas poderão efetuar o seu registo no mercado alemão, utilizando uma das formas jurídicas reconhecidas na Alemanha, como *GmbH - Gesellschaft mit beschränkter Haftung* ou *UG - Unternehmergesellschaft*. É necessário definir a sede social, apresentar documentos às autoridades competentes e registar a empresa no Registo Comercial Alemão ([Handelsregister](#)) para fins de transparência e legalidade. Dependendo do tipo de atividade, podem ainda ser necessárias licenças específicas para operar no setor dos jogos.

- **Vistos para eSports:** os jogadores profissionais de eSports e respetivas equipas devem poder viajar para a Alemanha para competir em torneios e para treinar, com o mínimo de burocracia. Devido às taxas de participação e aos prémios em dinheiro, os cidadãos de países terceiros necessitam geralmente de uma autorização de residência para poderem exercer uma atividade remunerada.

FINANCIAMENTO

- A Alemanha oferece uma variedade de incentivos para empresas de jogos em diferentes fases do processo de investimento. [O financiamento total para o setor de jogos ultrapassa os 80 milhões de euros anuais.](#)

Programas regionais de financiamento de jogos



Fonte: [Annual Report of the German Games Industry, game, agosto 2023](#)

- Também é possível obter capital para concretizar uma ideia através de *crowdfunding*. Ao apresentar uma ideia numa plataforma especializada, os utilizadores interessados no jogo contribuem com fundos para o tornar realidade. Algumas plataformas de *crowdfunding* são:
 - [Indiegogo](#)
 - [Kickstarter](#)
 - [Startnext](#)
 - [Visionbakery](#)

CONCORRÊNCIA

- A indústria de jogos na Alemanha é altamente competitiva, com uma variedade de empresas locais e internacionais a atuar no mercado.

Concorrência local

- **Empresas estabelecidas:** a Alemanha abriga várias empresas de jogos que já têm uma base de jogadores fiéis. Estas têm uma ampla variedade de jogos de sucesso no seu portefólio e uma sólida reputação no mercado, pelo que qualquer concorrência neste segmento exigirá diferenciação, inovação e uma estratégia de *marketing* eficaz.
- **Estúdios independentes:** muitos estúdios independentes têm produzido jogos inovadores e criativos, ganhando destaque através de plataformas digitais e eventos de jogos. Embora possam não ter os recursos das grandes empresas, são uma concorrência significativa ao oferecer experiências únicas e inovadoras aos jogadores.

Alguns dos principais concorrentes são:





- As estratégias para lidar com a concorrência incluem apostar na inovação e qualidade, em estratégias de *marketing*, no envolvimento com a comunidade e em parcerias estratégicas.

Concorrência estrangeira

Além da concorrência local, as empresas portuguesas também enfrentarão a competição das empresas globais e dos seus jogos lançados na Alemanha, como por exemplo:

- **Jogos AAA:** estes são jogos produzidos a partir de um orçamento gigantesco ou lançados por empresas já consolidadas no mercado, a nível internacional. Grandes títulos produzidos por empresas internacionais atraem uma base de fãs leais, o que pode dificultar a penetração no mercado para novos jogos de empresas estrangeiras de menor dimensão.
- **Plataformas de distribuição digital:** as plataformas de distribuição digital, como *Steam*, *Epic Games Store* e *GOG*, desempenham um papel importante na distribuição de jogos. Estas plataformas oferecem acesso direto e podem ajudar a impulsionar as vendas, mas também significa que as empresas competirão por visibilidade numa extensa biblioteca de jogos.

Apesar da evolução positiva no número de empresas de jogos e de trabalhadores do setor, a Alemanha continua a ser menos competitiva como local de implementação da indústria de jogos, em termos relativos.

Classificação da competitividade internacional alemã pelas empresas de jogos



Fonte: [game](#), 2022

Oferta portuguesa

- **Empresas estabelecidas:** Portugal tem um cenário emergente na indústria de videojogos, com várias empresas a ganhar destaque. Algumas das empresas portuguesas de videojogos presentes na Alemanha:



- **Internacionalização:** a maioria das empresas portuguesas de videojogos tem as suas instalações apenas em território nacional. [As poucas empresas que têm filiais no estrangeiro optam por países como França, Espanha, Reino Unido e Países Baixos.](#)
- Entre 23 e 27 de agosto de 2023, realizou-se, em Colónia, a [gamescom](#) - a maior feira de videojogos do mundo. Nesta edição, Portugal esteve representado pela [ACIF- CCIM](#), [Anybrain](#) e [PagSeguro](#).

CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

- Na Alemanha, tal como em muitos outros países, os jogos são distribuídos através de vários canais, de acordo com as preferências de diferentes tipos de jogadores. Estes modelos de distribuição evoluíram com os avanços tecnológicos e mudanças no comportamento dos consumidores.

Os maiores retalhistas de jogos da Alemanha

1.  **MediaMarkt**
2.  **amazon.de**
3.  **SATURN**
4.  **GameStop**
5.  **Müller**
6.  **real**
7.  **expert**
8.  **EURONICS XXL**
9.  **OTTO**
10.  **McMEDIA**

Fonte: [Games Wirtschaft](#), 2016

Físicos

- **Retalho físico:** as lojas tradicionais de venda a retalho ainda desempenham um papel importante na distribuição de jogos na Alemanha. As cópias físicas dos jogos estão disponíveis em lojas e em pontos de venda gerais, como lojas de eletrónica e supermercados.
- **Lojas especializadas:** as lojas especializadas, tanto grandes cadeias como retalhistas independentes, oferecem uma vasta seleção de jogos e acessórios.
- **Mercado em segunda mão:** existe um grande mercado de jogos em segunda mão na Alemanha, onde os jogadores podem comprar e vender jogos usados através de comunidades de jogos ou lojas físicas.

Digitais

- **Plataformas de distribuição:** as plataformas de distribuição digital são muito populares na Alemanha. Os jogadores podem comprar e descarregar jogos diretamente para os seus dispositivos através de plataformas como a [Steam](#), a [Epic Games Store](#), a [GOG](#) e a [Origin](#). Estas oferecem uma vasta biblioteca de jogos, incluindo títulos independentes e lançamentos AAA.
- **Lojas digitais de consolas:** consolas como a [PlayStation](#), a [Xbox](#) e a [Nintendo Switch](#) têm as suas próprias lojas digitais, permitindo aos jogadores comprar e transferir jogos diretamente para as suas consolas.
- **Serviços de subscrição mensal:** serviços de subscrição como [EA Play](#), [Xbox Game Pass](#), [Ubisoft+](#) e [Apple Arcade](#) estão a tornar-se cada vez mais populares. Oferecem acesso ilimitado a uma biblioteca selecionada de jogos por uma taxa mensal fixa, dando aos jogadores a oportunidade de explorar uma variedade de títulos sem comprar cada jogo individualmente.
- **Lojas de aplicações:** no caso dos jogos para dispositivos móveis, a distribuição é efetuada principalmente através de lojas de aplicações como a [App Store](#) e a [Google Play](#). Os jogadores podem descarregar jogos diretamente para os seus *smartphones* ou *tablets*.
- **Plataformas de financiamento coletivo:** os criadores de jogos independentes utilizam por vezes plataformas de *crowdfunding* para financiar o desenvolvimento dos seus jogos e oferecer acesso antecipado ou recompensas exclusivas aos apoiantes.

COMUNICAÇÃO

Feiras setoriais

Na Alemanha, as feiras desempenham um papel importante no setor das ICC. Estes eventos reúnem empresas, profissionais e *stakeholders* da área, fornecendo uma plataforma para exibir e promover produtos, serviços e projetos. Eles proporcionam oportunidades valiosas para se conectar com profissionais do setor, explorar as últimas tendências e promover projetos e negócios.

- [ADAC SimRacing Expo](#) - Dortmund - 13 a 15.10.2023
- [CAGGTUS Leipzig](#) - Leipzig - 05 a 07.04.2024
- [Gamescom](#) - Colónia - 21 a 25.08.2024
- [MAG-C](#) - Erfurt - 03 a 04.02.2024
- [Spielwarenmesse](#) - Nuremberga - 30.01 a 03.02.2024

Associações setoriais

O Ministério Federal da Economia e da Proteção do Clima (BMWK) fornece uma [lista](#) extensa de centros de aconselhamento, associações, iniciativas e outros agentes das indústrias culturais e criativas.

- [Bitkom](#)
- [Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware](#)
- [Eco - Verband der deutschen Internetwirtschaft](#)
- [eSport - Bund Deutschland](#)
- [eSports Player Foundation](#)
- [game - Verband der deutschen Games - Branche](#)
- [Interactive Media Foundation](#)
- [Stiftung Digitale Spielkultur](#)

Prémios e Incentivos

Para além dos inúmeros programas de financiamento disponíveis para as ICC na Alemanha, existem ainda diversos concursos e prémios para as diferentes áreas. Estas distinções assumem um papel crucial no reconhecimento e incentivo à excelência artística e criativa.

Prémio / Incentivo	Descrição
Deutscher Computerspielpreis	Anualmente, o Governo Federal e a game organizam o Prémio Alemão de Jogos de Computador. Podem participar todos os editores e criadores de jogos estabelecidos na Alemanha.
Deutscher Entwicklerpreis	O Prémio Alemão para Criadores é uma premiação anual que celebra os melhores jogos desenvolvidos na Alemanha.
Deutscher Games - Fonds	A Alemanha oferece anualmente um financiamento de 50 milhões de euros aos criadores de videojogos ativos no país.
Förderdatenbank	Base de dados de financiamento (federal, estatal e da UE) que contém informações sobre financiamento de projetos.
Initiative "Ein Netz für Kinder"	São elegíveis as ofertas de informação, educação e entretenimento para crianças que garantam um elevado nível de segurança.
Kreatives Europa	Europa Criativa - Programa de financiamento da Comissão Europeia para o setor audiovisual das ICC.
Kultur- und Kreativpiloten Deutschland	A Iniciativa das Indústrias Culturais e Criativas do Governo Federal concede anualmente o título de "Pilotos Culturais e Criativos da Alemanha". Este prémio é destinado a pessoas

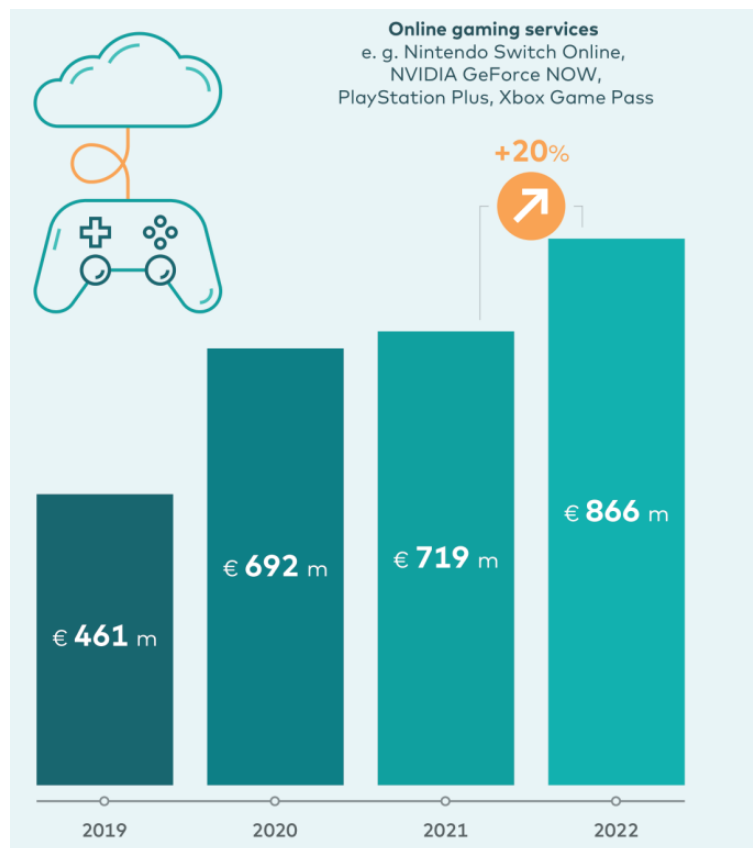
	que desejam iniciar um negócio com uma ideia criativa ou cultural especial.
Young Innovators	O financiamento é concebido para a participação de jovens empresas inovadoras num stand comum organizado pelas entidades organizadoras das feiras.

TENDÊNCIAS

A indústria dos jogos é altamente dinâmica e está sujeita a mudanças contínuas, impulsionadas pelos avanços tecnológicos, pelas tendências do mercado e pelas preferências dos consumidores. Aqui reúnem-se algumas ideias sobre as perspectivas futuras da indústria de jogos na Alemanha:

- **Domínio dos jogos para dispositivos móveis:** os jogos para dispositivos móveis continuam a dominar o mercado alemão. Com a comodidade dos *smartphones* e *tablets*, cada vez mais jogadores optam pelas plataformas móveis para experiências de jogo rápidas e acessíveis;
- **Crescimento dos eSports:** os *eSports* registam um crescimento substancial na Alemanha. Os torneios profissionais, tanto *online* como *offline*, atraem grandes audiências e as equipas e jogadores alemães de *eSports* alcançam reconhecimento internacional;
- **Ascensão dos jogos independentes:** os criadores de jogos independentes estão a ganhar proeminência no mercado alemão de jogos. O sucesso dos títulos independentes demonstrou que os jogadores estão ansiosos por experiências de jogo inovadoras e únicas, para além das ofertas tradicionais;
- **Desenvolvimento tecnológico:** à medida que os acessórios se tornam mais acessíveis e a tecnologia se integra nos dispositivos, os programadores exploram novas formas de proporcionar experiências de jogo imersivas e interativas:
 - a tecnologia de realidade virtual revolucionou as experiências de jogo e abriu novas possibilidades para os criadores explorarem diversos géneros e mecânicas de jogo. No entanto, a adoção desta tecnologia tem sido atrasada pelo elevado custo do hardware e pela sua acessibilidade limitada;
 - da mesma forma, a tecnologia de realidade aumentada chegou ao mercado de forma atrativa, como jogos como o *Pokémon GO* a demonstrarem a atração das massas e o seu potencial para envolver grandes audiências;
 - a adoção generalizada da tecnologia 5G conduzirá a ligações à internet mais rápidas e mais fiáveis, o que pode melhorar significativamente as experiências multijogador online e o desempenho dos serviços de jogos na nuvem (cloud);

- a Inteligência Artificial é também utilizada para melhorar as experiências de jogo, desde a criação de personagens mais realistas até à otimização de elementos de jogo com base no comportamento individual do jogador;
- as tecnologias de reconhecimento facial e de controlo por gestos podem levar a experiências de jogo mais naturais e intuitivas. Da mesma forma, os sensores biométricos e as tecnologias de deteção de emoções podem permitir que os jogos se adaptem e respondam aos estados emocionais e às reações físicas dos jogadores;
- **Modelos *free-to-play*:** os modelos *free-to-play* (*F2P*) com compras na aplicação são cada vez mais populares nos jogos para telemóvel e *PC*. Os jogos *F2P* permitem que os jogadores os descarreguem e joguem gratuitamente, com compras opcionais posteriores, conduzindo a modelos de receitas sustentáveis para os programadores;
- **Jogos multiplataforma:** os jogos multiplataforma estão a tornar-se mais frequentes. Os jogadores querem ter a flexibilidade de aceder às suas experiências de jogo em vários dispositivos, permitindo-lhes continuar os jogos a partir do ponto onde os tinham deixado;
- **Sustentabilidade:** os jogadores e programadores estão a mostrar um interesse crescente em práticas ambientalmente sustentáveis. As empresas de jogos estão a fazer esforços para reduzir a sua pegada de carbono e adotar iniciativas ecológicas. Além disso, os jogos com impacto social estão a ganhar força, abordando questões do mundo real através de experiências de jogo;
- **Inclusão e diversidade:** a inclusão e a diversidade estão a ser cada vez mais valorizadas na indústria dos jogos. Os programadores trabalham no sentido de representar personagens e narrativas diversas, promover funcionalidades de acessibilidade e fomentar uma comunidade de jogo inclusiva;
- **Streaming e criação de conteúdos:** a transmissão em direto e a criação de conteúdos em plataformas como o *Twitch* e o *YouTube Gaming* estão a tornar-se uma parte integrante da cultura dos jogos. Os *streamers* e os criadores de conteúdos interagem com o seu público, oferecendo entretenimento e conhecimentos sobre os jogos, ao mesmo tempo que contribuem para as vendas e a popularidade dos jogos. As críticas positivas e a transmissão de jogos de *streamers* populares podem ter um impacto significativo nas vendas de jogos e no interesse dos jogadores.

Evolução das receitas dos serviços de jogos *online* (2019- 2022)

Fonte: [Annual Report of the German Games Industry, game, agosto 2023](#)

- [Em 2020, os serviços *online* para jogos destacaram-se como um dos principais impulsionadores do crescimento do mercado de jogos, registrando um aumento de 50%. Esta tendência manteve-se constante em 2021, com um acréscimo adicional de 4% nas receitas de vendas neste segmento. No ano de 2022, novamente se verificou um aumento positivo, desta vez de 20%, nos serviços *online*. Em 2023, a expectativa é de que essa tendência de crescimento continue.](#)

ANÁLISE SWOT

Pontos Fortes

- Forte tradição no desenvolvimento de software e soluções TI vendidas internacionalmente
- Melhores práticas em proteção de dados e cibersegurança, alinhadas com padrões e certificações internacionais líderes da indústria. Portugal é consistentemente classificado como um dos países mais inovadores e favoráveis aos negócios da UE em termos de inovação, digitalização e conhecimento técnico
- O segmento de software e serviços de TI inclui um ecossistema robusto de *start-ups* e 7 unicórnios
- Universidades de topo que consolidam parcerias com instituições de renome internacional: MIT, Universidade do Texas, Carnegie Mellon, Fraunhofer e Sanford, entre outras

Pontos Fracos

- Dimensão do mercado (interno) português relativamente pequena
- Baixo número de patentes a nível europeu, poucas multinacionais com centros de I&D, talento a emigrar

Oportunidades

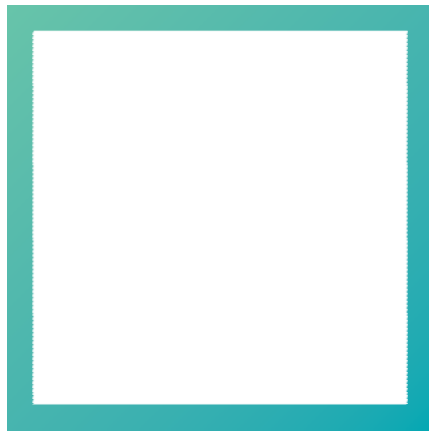
- Jogos móveis e casuais: o aumento dos jogos móveis e casuais apresenta oportunidades significativas para os criadores de jogos na Alemanha. A popularidade dos dispositivos móveis e das experiências de jogos casuais abrem as portas a um público vasto e diversificado.
- Tecnologias emergentes: há muitas oportunidades para explorar e desenvolver jogos para tecnologias emergentes como a realidade virtual, a realidade aumentada e os jogos na *cloud*. Estas tecnologias podem oferecer novas experiências e atrair novos públicos.
- Expansão internacional: os criadores de jogos têm a oportunidade de expandir o seu alcance para mercados globais.
- Desenvolvimento de jogos independentes: a crescente popularidade dos jogos independentes representa uma oportunidade para os pequenos estúdios de jogos criarem experiências únicas e de nicho. Os jogos independentes podem prosperar em plataformas de distribuição digital e ganhar reconhecimento através de comunidades de jogos.

- Crescimento pós-pandémico: a crise da COVID-19 teve um efeito aparentemente favorável na indústria dos jogos, impulsionando a procura. [O volume de negócios total dos jogos de computador, videojogos e hardware relacionado cresceu 32% em 2020, atingindo um valor recorde de 8,5 mil milhões de euros.](#)

Ameaças

- Concorrência global: a indústria alemã de jogos enfrenta uma intensa concorrência global de outros países com centros de jogos estabelecidos, como os Estados Unidos, o Japão e a Coreia do Sul. A concorrência pela quota de mercado e pelo talento pode ser um desafio.
- Pirataria e violação de direitos de autor: a indústria enfrenta a ameaça da pirataria e da violação dos direitos de autor, que podem afetar as vendas e as receitas dos jogos.
- Mudança nas preferências dos consumidores: as tendências dos jogos e as preferências dos consumidores evoluem rapidamente. A incapacidade de adaptação às novas exigências pode fazer com que os jogos percam relevância e atração no mercado.
- Incerteza económica: os fatores económicos e os eventos globais atuais, como recessões e tensões geopolíticas, têm impacto nos gastos dos consumidores, afetando o crescimento global da indústria.

INFORMAÇÃO LEGAL: Este documento tem natureza meramente informativa e o seu conteúdo não pode ser invocado como fundamento de nenhuma reclamação ou recurso. A AICEP não assume a responsabilidade pela informação, opinião, ação ou decisão baseada neste documento, tendo realizado todos os esforços possíveis para assegurar a exatidão da informação contida nas suas páginas.



aicep Portugal Global