

El sector audiovisual a Catalunya

Actualització Estratègica

Presentació de conclusions

18 de novembre de 2020



1. Introducció. Objectius del projecte



Objectiu i activitats realitzades

Actualitzar l'anàlisi estratègica del sector audiovisual a Catalunya revisant els principals canvis en el negoci i els reptes estratègics de les empreses que el conformen

En concret, es preveu:

- Actualització del mapeig i la quantificació del sector
- Realitzar una segmentació estratègica i una anàlisi estratègica
- Estudiar les tendències i els canvis en el negoci.
- Definició i prioritització dels principals reptes estratègics pel sector



2. El sector audiovisual



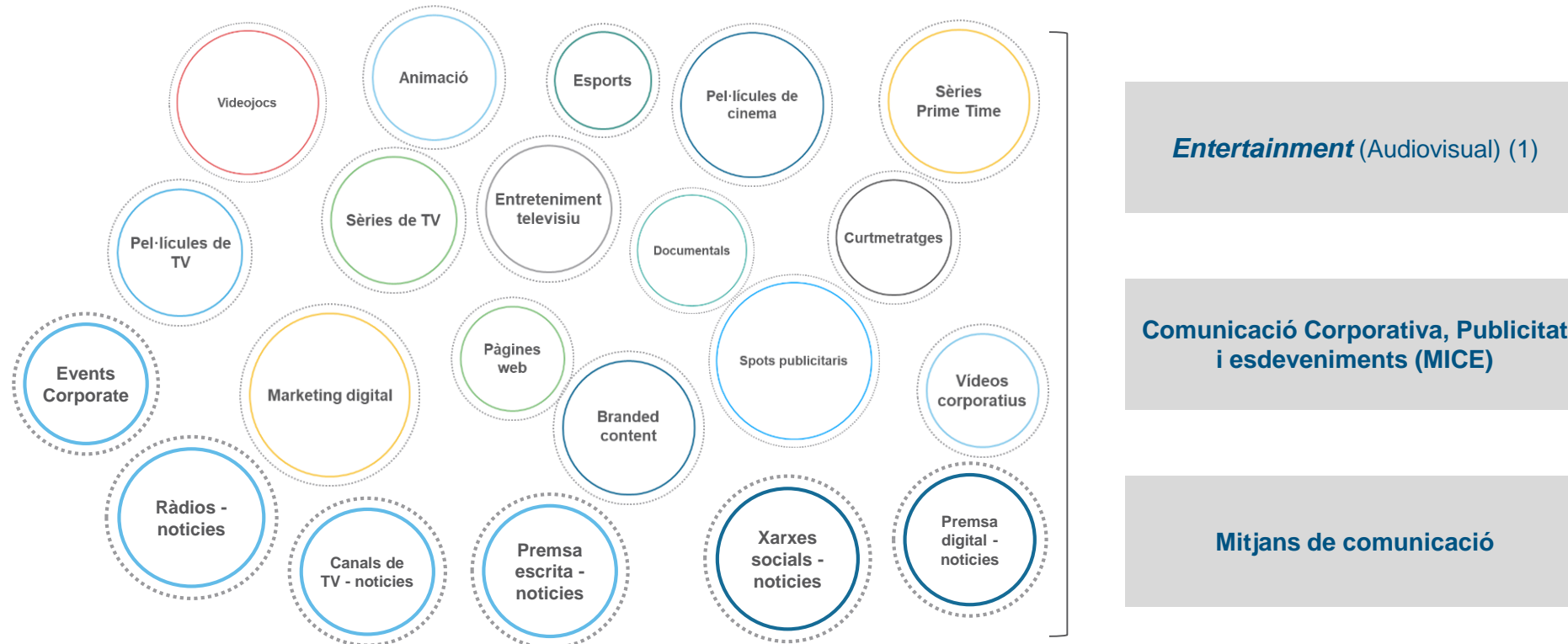
El sector audiovisual- abast del treball i caracterització del treball

- Cal considerar l'audiovisual com un macro sector (l'audició i la visió alhora) que abasta molts segments de negoci diferents
- En el món anglosaxó, tot i usar-se també el concepte "audiovisual", s'acostumen a utilitzar més sovint conceptes com "entertainment" i "media" que s'orienten més a definicions empresarials i de negoci
- Revisant definicions de molts estudis i reports de diferents països, el que s'inclou sota aquesta definició es força heterogeni doncs en ocasions s'hi pot considerar la música o els llibres per exemple.
- En aquest estudi s'han identificat 3 segments de negoci principals, ben diferents entre ells (*entertainment* audiovisual, comunicació-publicitat i Mitjans de comunicació) i s'han caracteritzat en detall al ser aquells que:
 - Tenen un component audiovisual majoritari en els seus serveis i productes finals
 - Una part considerable de la seva cadena de valor treballa amb material audiovisual
 - Tenen una ampla presència a Catalunya i són la part més significativa de projectes estratègics com el Cluster Audiovisual de Catalunya
- Actualment, l'ús de veu i imatges es pot trobar, en diferents formats, en molts altres sectors econòmics (educació, salut, domòtica,...) que no són exclusivament audiovisuals i, on analitzar-ne la vessant audiovisual, significaria una llista llarga de negocis.
- Dels 3 segments de negoci caracteritzats, s'han analitzat tendències i reptes del negoci del *Entertainment* audiovisual que inclou molts productes i serveis però forma un segment de negoci homogeni.
- S'ha analitzat aquest segment pels següents motius:
 - És el de major facturació i nombre de treballadors dels caracteritzats
 - És el que té un major creixement a nivell global degut al boom de la ficció sota demanda (VOD) i els videojocs
 - Totes les empreses de la cadena de valor d'aquest negoci són d'arrel audiovisual






El sector audiovisual- abast del treball

Cal considerar l'audiovisual com un macrosector (l'audició i de la visió alhora) que abasta molts segments de negoci diferents, identificant-ne 3 de principals en aquest projecte i caracteritzant-los en detall.



(1) S'usa el concepte anglès Entertainment per ser més englobador i entenedor a nivell internacional. La paraula Entreteniment es sol associar en el sector als programes d'Entreteniment televisiu i per això s'ha escollit la paraula Entertainment com a concepte paraigua.

Del sector audiovisual als 3 principals segments de negoci

Negoci	Tipologia de contingut	Procés de desenvolupament	Timings de desenvolupament	Tipologia de canal i client	Origen dels ingressos / finançament
Entertainment audiovisual 	Pel·lícules cinema, Pel·lícules TV, sèries <i>prime time</i> , sèries de TV, documentals, entreteniment televisiu...	Idea → Cerca de finançament → desenvolupament	> 1 any	Canals de TV, Cinemes, Plataformes de streaming	Subvencions públiques ingressos taquilla, venda de drets, llicències
	Videojocs	Idea → Desenvolupament → Venda	6-18 mesos	Publishers, Developers Consumidor	<ul style="list-style-type: none"> • Finançament a risc • Ingressos per venda i subvencions públiques
Comunicació, publicitat i MICE 	Espots, màrqueting digital, <i>branded content</i> , vídeos corporatius, pàgines web...	Finançament → Idea → Desenvolupament	1-2 setmanes	Marques, institucions	Ingressos provinents únicament del client (marca o institució)
	MICE -Organització Esdeveniments en temps real	Desenvolupament a mida del client-Subcontractació	Setmanes i execució temps real	Marques, empreses, institucions i altres agents	<ul style="list-style-type: none"> • Client (marca o institució) • Entrades assistents i stands empreses
Mitjans de comunicació 	Notícies	Fet → Desenvolupament	Diari Temps real	Anunciants Subscriptors	Publicitat, subscripcions Subvencions públiques

3. El sector audiovisual a Catalunya



Caracterització del sector audiovisual - Metodologia

- Creació d'una base de dades del sector audiovisual, englobant empreses relacionades amb els tres negocis esmentats anteriorment (entreteniment, publicitat i mitjans de comunicació), sempre que compleixin la següent premissa: han de produir, distribuir o exhibir contingut audiovisual.
- Per tal de crear aquesta base de dades s'han utilitzat diferents fonts:
 - CNAE's: tant els tradicionalment relacionats amb el sector audiovisual, com els relacionats amb el sector publicitari/comunicació i altres CNAE's no directament pertanyents al sector, però en els que es detecta un elevat nombre d'empreses relacionades.
 - Informació de fonts secundàries, com per exemple el Llibre blanc de la indústria catalana del videojoc 2018 (ICEC)
- S'ha dut a terme un filtratge que ha seguit els següents criteris:
 - Empreses actives
 - Dades disponibles de com a mínim els últims 5 anys
 - Domicili social o activitat rellevant a Catalunya
 - Facturació anual superior als 500.000€, a excepció d'algunes empreses com en el cas de les empreses de videojocs o empreses sòcies del Clúster Audiovisual de Catalunya on no s'ha aplicat un filtre de facturació mínima,
- Anàlisi individual de les empreses amb activitats directament relacionades a partir de la informació de la web, de notícies i d'altres fonts secundàries, categoritzant per activitat empresarial, segment de negoci, posició a la cadena de valor, tipologia de contingut, entre altres (descartant les empreses no pertanyents al sector).
- Ajustant dades de facturació i treballadors segons informació de les entrevistes i notícies del sector



Caracterització del sector audiovisual – Inputs BBDD

Llistat de CNAE's que s'han analitzat per a la creació de la base de dades::

CNAE'S tradicionalment relacionats amb el sector audiovisual

4763	Comercio al por menor de equipos de audio y vídeo en establecimientos especializados	5917	Actividades de distribución cinematográfica y de vídeo
5821	Edición de videojuegos	5918	Actividades de distribución de programas de televisión
5912	Actividades de postproducción cinematográfica, de vídeo y de programas de televisión	5920	Actividades de grabación de sonido y edición musical
5914	Actividades de exhibición cinematográfica	6010	Actividades de radiodifusión
5915	Actividades de producción cinematográfica y de vídeo	6020	Actividades de programación y emisión de televisión
5916	Actividades de producciones de programas de televisión	7722	Alquiler de cintas de vídeo y discos

CNAE's directament relacionats amb el sector de la comunicació, la publicitat i els esdeveniments

6391	Actividades de las agencias de noticias	7312	Servicios de representación de medios de comunicación
7021	Relaciones públicas y comunicación	8230	Organización de convenciones y ferias de muestras
7311	Agencias de publicidad		

Altres CNAE's no directament pertanyents al sector audiovisual, però en els que es detecta un elevat nombre d'empreses pertanyents al sector

4649	Comercio al por mayor de otros artículos de uso doméstico	7739	Alquiler de otra maquinaria, equipos y bienes tangibles n.c.o.p.
4652	Comercio al por mayor de equipos electrónicos y de telecomunicaciones y sus componentes	9001	Artes escénicas
4743	Comercio al por menor de equipos de audio y vídeo en establecimientos especializados	9002	Actividades auxiliares a las artes escénicas
6201	Actividades de programación informática	9003	Creación artística y literaria
7420	Actividades de fotografía	9004	Gestión de salas de espectáculos
7430	Actividades de traducción e interpretación		



Principals segments de negoci del sector audiovisual a Catalunya

SEGMENT DE NEGOCI	FACTURACIÓ	EMPRESES	TREBALLADORS
Entertainment audiovisual	3.869 M. €	406	14.102
Comunicació, publicitat i esdeveniments	2.414 M. €	656	9.254
Mitjans de comunicació	419 M. €	40	3.295
TOTAL	6.702 M. €	1.102	26.651

Font: Cluster Development. Elaboració pròpia a partir de l'anàlisi de dades del registre mercantil, informació obtinguda a les entrevistes, i de l'anàlisi individual de les empreses a partir de webs, notícies del sector o informació de les associacions relacionades.

Nota: s'han exclòs de l'anàlisi totes aquelles empreses que no compleixen els següents criteris: empresa activa, dades disponibles de com a mínim els últims 5 anys, domicili social o activitat rellevant a Catalunya encara que no hi tingui el domicili, i última facturació anual disponible superior als 0,5M€ (a excepció d'empreses de videojocs o associades al Clúster Audiovisual de Catalunya)

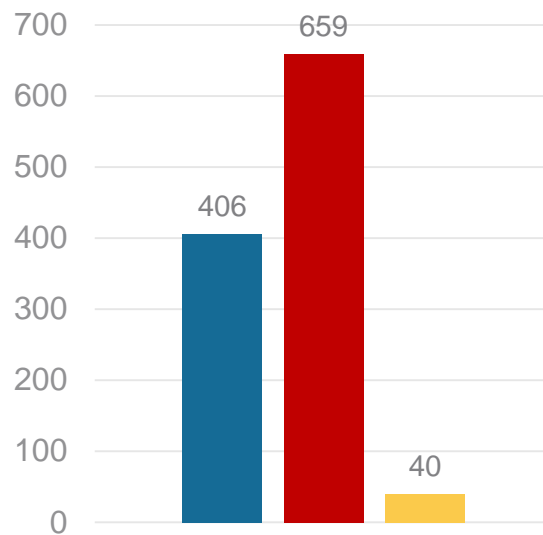
Els treballadors són els directes declarats per les empreses que estan incloses segons els criteris. No es contemplen treballadors indirectes d'empreses no incloses, ni *free-lance* o autònoms.



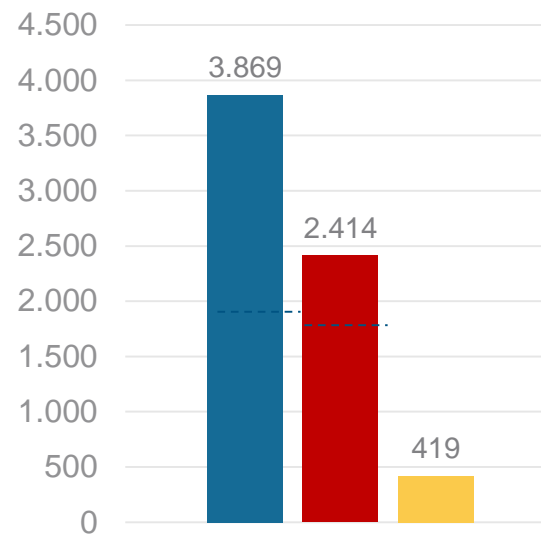
Principals segments de negoci del sector audiovisual a Catalunya

El negoci de l'Entertainment audiovisual és el primer en facturació agregada (58%), però en quant a nombre d'empreses el primer negoci és Comunicació i Publicitat (59%)

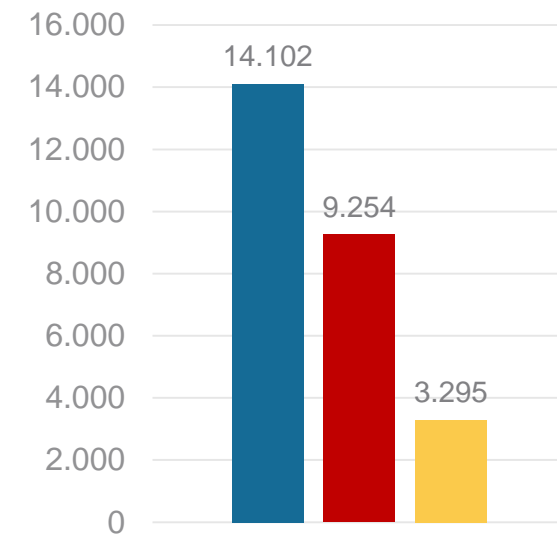
Nombre d'empreses



Facturació agregada (M€)



Nombre de treballadors

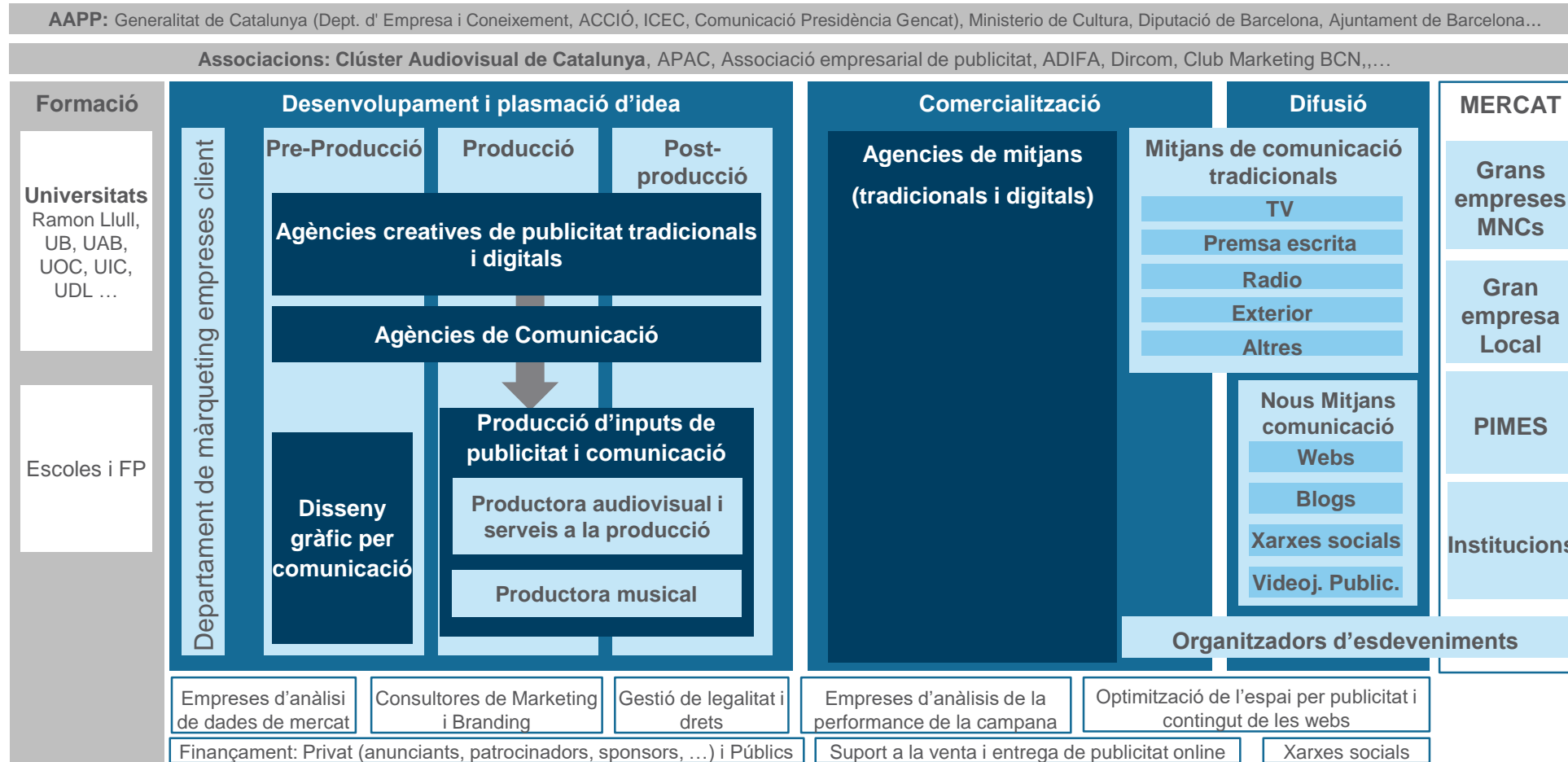


Font: Cluster Development. Elaboració pròpia a partir de l'anàlisi de dades del registre mercantil, informació obtinguda a les entrevistes, i de l'anàlisi individual de les empreses a partir de les seves pàgines webs, notícies del sector o informació de les associacions relacionades.

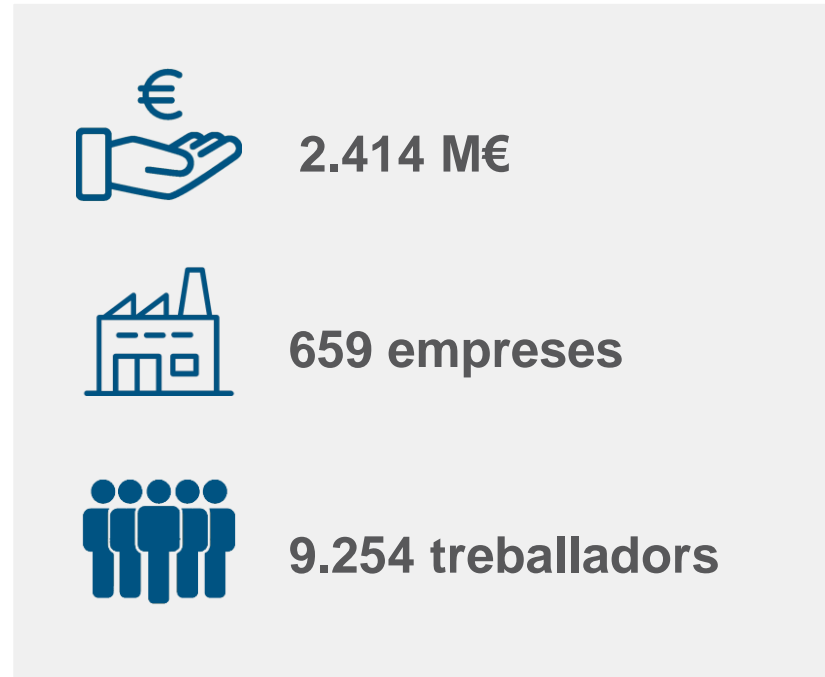
Nota: s'han exclòs de l'anàlisi totes aquelles empreses que no compleixen els següents criteris: empresa activa, dades disponibles de com a mínim els últims 5 anys, domicili social o activitat rellevant a Catalunya, i última facturació anual disponible superior als 0,5M€ (a excepció d'empreses de videojocs o associades al Clúster Audiovisual de Catalunya)



Cadena de valor de la comunicació corporativa, la publicitat i els esdeveniments



Caracterització de la comunicació corporativa, la publicitat i els esdeveniments



19	Agència de mitjans	1.021 M€
106	Organitzadors d'esdeveniments	317 M€
78	Productores	180 M€
26	Agències creatives de publicitat	137 M€
32	Consultories de marketing	98 M€
28	Agències de comunicació	68 M€
23	Serveis a producció	58 M€
6	Consultories de branding	24 M€
115	Altres serveis (mailing, displays,..)	173 M€
226	Altres Empreses ²	337 M€

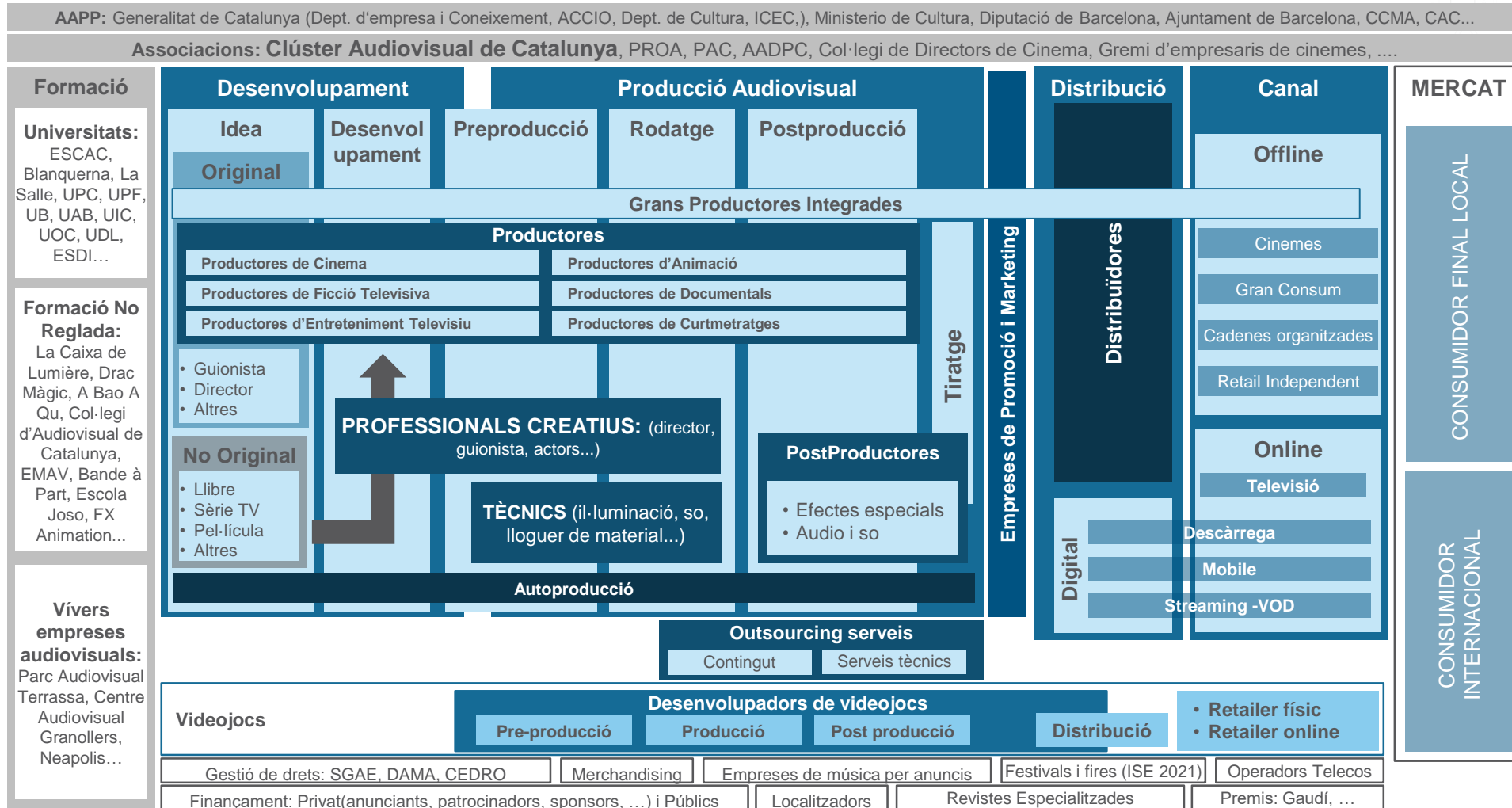
Font: Cluster Development. Elaboració pròpia a partir de l'anàlisi de dades del registre mercantil, informació obtinguda a les entrevistes, i de l'anàlisi individual de les empreses a partir de webs, notícies del sector o informació de les associacions relacionades.

Nota 1: s'han exclòs de l'anàlisi totes aquelles empreses que no compleixen els següents criteris: empresa activa, dades disponibles de com a mínim els últims 5 anys, domicili social o activitat rellevant a Catalunya, i última facturació anual disponible superior als 0,5M€ (a excepció d'empreses de videojocs o associades al Clúster Audiovisual de Catalunya)

Nota 2: Empreses de petita dimensió, pertanyents als CNAE's de Publicitat i Comunicació, no analitzades degut al seu baix nivell de facturació.



Cadena de valor de l'Entertainment audiovisual



Caracterització de l'Entertainment audiovisual



103	Producció	2.290 M€
63	Exhibició	641 M€
145	Desenvolupadors de videojocs	430 M€
1	Tecnologia de connectivitat	237 M€
60	Serveis a la producció	169 M€
12	Distribució	40 M€
22	Altres (gestió de drets, distribuïdors de DVDs...)	63 M€

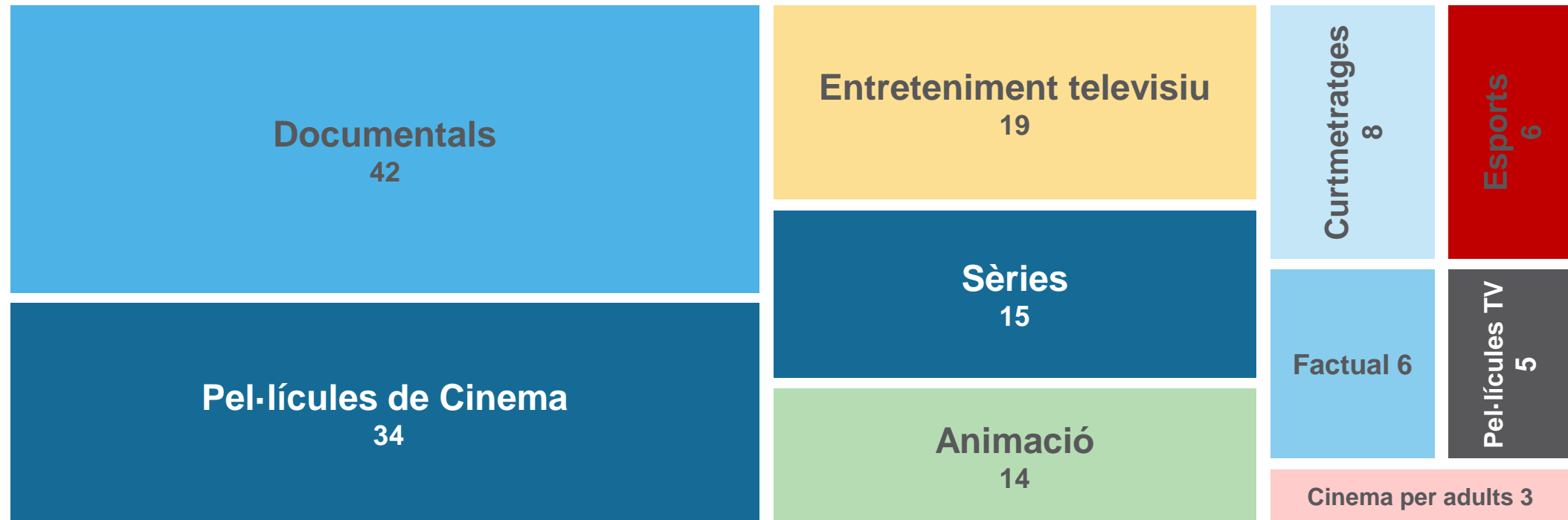
Font: Cluster Development. Elaboració pròpia a partir de l'anàlisi de dades del registre mercantil, informació obtinguda a les entrevistes, i de l'anàlisi individual de les empreses a partir de les seves pàgines webs, notícies del sector o informació de les associacions relacionades.

Nota: s'han exclòs de l'anàlisi totes aquelles empreses que no compleixen els següents criteris: empresa activa, dades disponibles de com a mínim els últims 5 anys, domicili social o activitat rellevant a Catalunya, i última facturació anual disponible superior als 0,5M€ (a excepció d'empreses de videojocs o associades al Clúster Audiovisual de Catalunya)



Productores

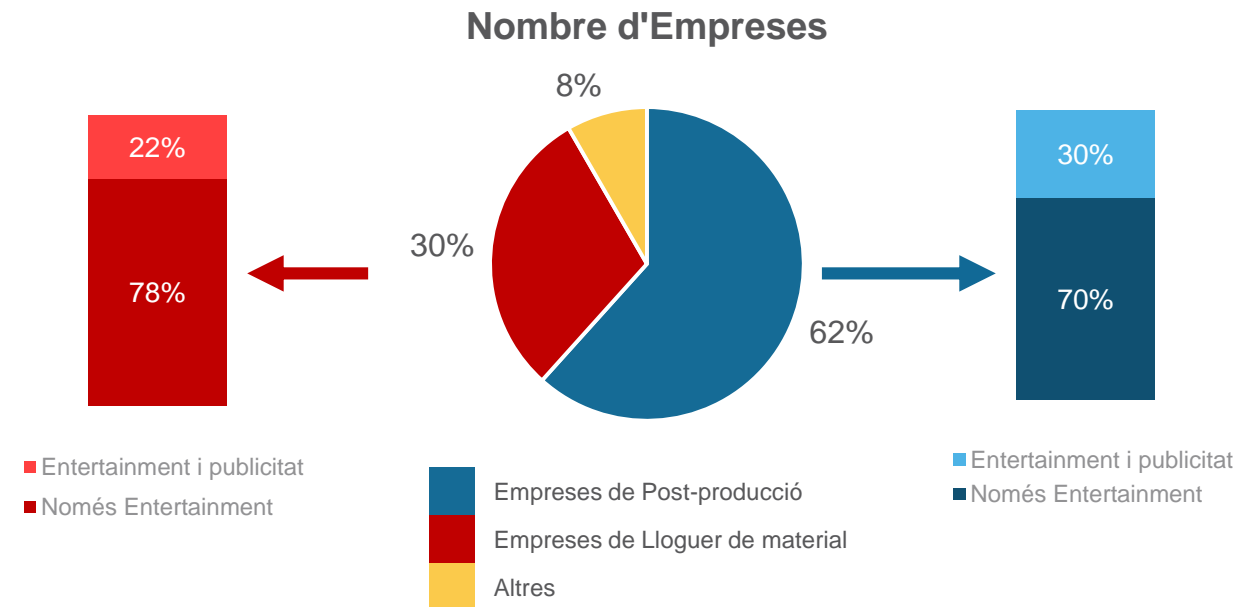
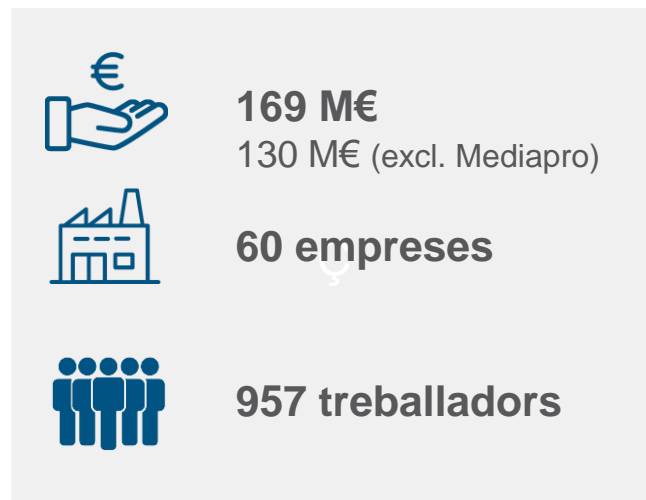
Nombre d'empreses observades per tipologia de contingut realitzat al llarg de la seva història



Font: Cluster Development. Elaboració pròpia a partir de l'anàlisi de dades del registre mercantil, informació obtinguda a les entrevistes, i de l'anàlisi individual de les empreses a partir de les seves pàgines webs, notícies del sector o informació de les associacions relacionades.
 Nota 1 : s'han exclòs de l'anàlisi totes aquelles empreses que no compleixen els següents criteris: empresa activa, dades disponibles de com a mínim els últims 5 anys, domicili social o activitat rellevant a Catalunya, i última facturació anual disponible superior als 0,5M€ (a excepció d'empreses de videojocs o associades al Clúster Audiovisual de Catalunya)
 Nota 2: Hi ha empreses que produeixen més d'una tipologia de contingut i d'altres de les quals no s'ha pogut identificar clarament el contingut que produeixen.

Serveis especialitzats a la producció

Tot i semblar que les empreses que ofereixen serveis a les productores haurien de ser transversals, en general (un 70%) s'especialitzen en un negoci: Entertainment o Publicitat





Font: Cluster Development. Elaboració pròpia a partir de l'anàlisi de dades del registre mercantil, informació obtinguda a les entrevistes, i de l'anàlisi individual de les empreses a partir de les seves pàgines webs, notícies del sector o informació de les associacions relacionades.

Nota: s'han exclòs de l'anàlisi totes aquelles empreses que no compleixen els següents criteris: empresa activa, dades disponibles de com a mínim els últims 5 anys, domicili social o activitat rellevant a Catalunya, i última facturació anual disponible superior als 0,5M€ (a excepció d'empreses de videojocs o associades al Clúster Audiovisual de Catalunya)

Distribució i exhibició de contingut audiovisual



Canals de TV	19 empreses 336 M€ 2.780 treballadors	A part de la CCMA, les altres empreses són canals de caire local amb una facturació mitjana de 2,5M€
Cinemes	42 empreses 277 M€ 2.084 treballadors	Tot i haver-hi 42 empreses, el 50% d'elles pertanyen a algun dels tres grans grups: 
Plataformes de streaming	2 empreses 34 M€ 168 treballadors	

Font: Cluster Development. Elaboració pròpia a partir de l'anàlisi de dades del registre mercantil, informació obtinguda a les entrevistes, i de l'anàlisi individual de les empreses a partir de les seves pàgines webs, notícies del sector o informació de les associacions relacionades.

Nota: s'han exclòs de l'anàlisi totes aquelles empreses que no compleixen els següents criteris: empresa activa, dades disponibles de com a mínim els últims 5 anys, domicili social o activitat rellevant a Catalunya, i última facturació anual disponible superior als 0,5M€ (a excepció d'empreses de videojocs o associades al Clúster Audiovisual de Catalunya)

Empreses de base tecnològica - exemples

Tot i que moltes empreses incorporen i inverteixen en tecnologia de tercers, n'hi ha menys que comercialitzen la seva pròpia tecnologia paquetitzada

EXEMPLES de TECNOLOGIA PRÒPIA
per COMERCIALITZAR

**SERVICE
VISION**


 **Fluendo**

 **OVIDE**

visyon
MEDIAPRO
GROUP

 **watchity**

 **vilynX.**

APLICACIÓ de TECNOLOGIA DE
TERCERS per FER un SERVEI o
un NOU MODEL DE NEGOCI

FUTURA
VR STUDIO

 **LAYERS**
of REALITY

 **urban enjoy**

 **REM**
EXPERIENCE

ANTAVIANA
FILMS
VFX & POSTPRODUCTION

 **deluxe**



Entorn ric, sobretot en formació, capaç d'atraure fires internacionals com ISE però amb infraestructures millorables com els platós

La infraestructura especialitzada de gravació és millorable tant en quantitat com en qualitat comparat amb altres hubs audiovisuals. Empreses de lloguer de material estan entrant en aquest negoci

Segons les entrevistes els platós a Catalunya són, en general, de petita dimensió i més enfocats a televisió. Necessitat de millorar l'oferta tecnològica (p.ex.platós amb pantalles)

Los genios del cine español se hacen en Cataluña

La ESCAC es la escuela donde se formaron Bayona, Kike Maíllo o Mar Coll. Este año tienen 9 nominados. Su máxima pasa por conseguir el "empoderamiento de los alumnos".

2 febrero, 2017 - 03:21

ISE TO RELOCATE TO BARCELONA IN 2021

Integrated Systems Europe has announced that its 2021 edition will be held at Gran Vía, part of the Fira de Barcelona exhibition complex, in Spain on 2-5 February.

The decision to permanently relocate the ISE exhibition comes after 18 months of research into the viability of remaining at the RAI Amsterdam. With annual growth in ISE exhibitors and attendees approaching 10%, it was concluded that ISE was outgrowing its popular Amsterdam location.

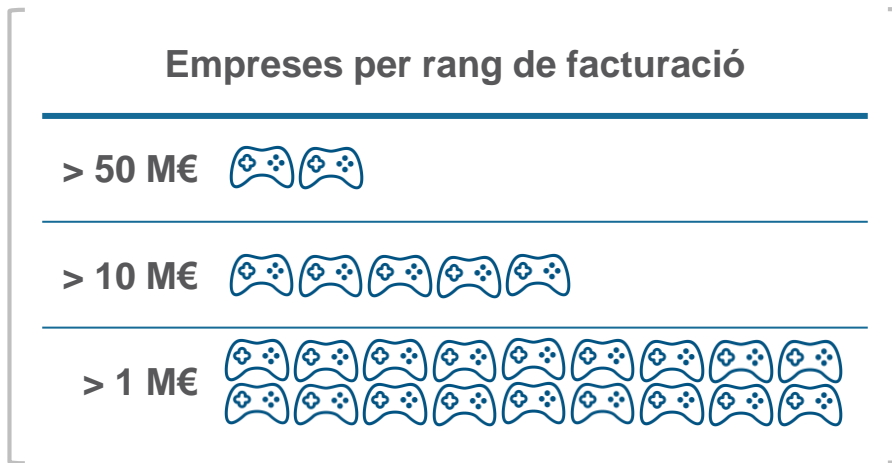
ISE 2018 attracted 80,923 attendees, of whom 22,000 were visiting the show for the first time while 1,296 exhibitors filled 53,000 net sqm of floor space in 15 halls. Subsequent to this announcement, ISE 2019 increased on these record-breaking figures.



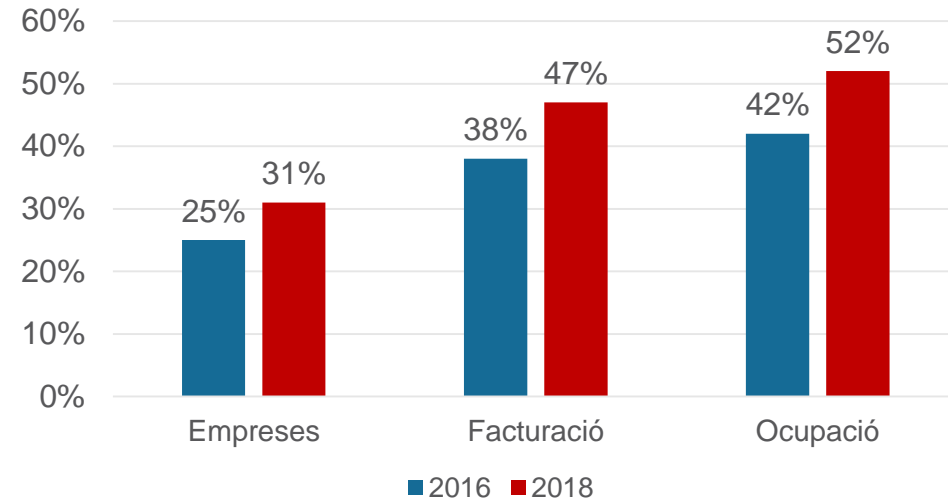
Desenvolupadors de videojocs

S'identifiquen unes 145 empreses amb una facturació agregada de 430 M € però amb molts petits estudis en fase de desenvolupament i constitució.

Catalunya lidera el sector a Espanya i és un dels hubs rellevants a Europa



Evolució del pes de Catalunya sobre el total espanyol en el sector dels videojocs, 2016-2018



Fonts: Llibre Blanc del Videojoc 2019 i Cluster Development. Elaboració pròpia a partir de l'anàlisi de dades del registre mercantil, informació obtinguda a les entrevistes, i de l'anàlisi individual de les empreses a partir de les seves pàgines webs, notícies del sector o informació de les associacions relacionades.

Nota: Les dades per rang de facturació provenen de l'anàlisi individual de les empreses elaborat per Cluster Development, en aquest anàlisi s'han exclòs totes aquelles empreses que no compleixen els següents criteris: empresa activa, dades disponibles de com a mínim els últims 5 anys, domicili social o activitat rellevant a Catalunya.

Desenvolupadors de videojocs

Catalunya (de fet, Barcelona) ha esdevingut no només un pol de creació d'empreses de videojocs sinó també un pol d'atracció d'empreses de videojocs d'arreu del món que han situat aquí centres de desenvolupament pel seu talent jove i ric ecosistema

Grans empreses de videojocs que han dut a terme inversions a Barcelona



Desenvolupadors de videojocs

Els videojocs, tot i ser un segment dins de l'Entertainment Audiovisual pel seu producte i el canals cap al consumidor, és un negoci amb fortes especificitats

- Tot i que els videojocs són evidentment entertainment audiovisual han aparegut molt poques interaccions amb les empreses entrevistades, tothom les desitja però trobem pocs exemples
- Els propis desenvolupadors que poden tenir una distribució directe, vendre a publishers tercers i/o mitjançant *stores* agregadores generalistes (Apple o Google) o especialitzades
- Les empreses de videojocs de producte propi (no les de serveis) desenvolupen i busquen després comercialitzar online – és un model de negoci diferent
- El ric ecosistema català de videojocs sembla un ecosistema diferent en termes d'estructura empresarial, regles de negoci, pool de talent i reptes de futur
- Existeixen associacions específiques (Devicat,..) i accions de recolzament ad hoc des d'altres agents (ICEC). També sembla que els aspectes tecnològics i formatius es concentren en àmbits diferents (ESCAC vs graus específics de videojocs, com per exemple l'ENTI-UB o La Salle)



El negoci de l'Entertainment audiovisual a Catalunya

ESTRATEGIA I ESTRUCTURA EMPRESARIAL

- Les principals empreses són les **productores audiovisuals, els serveis a la producció i les empreses de videojocs**.
- Un gran grup com **Mediapro** (amb una política d'adquisicions). Només **20 empreses superen els 10M€**, la resta són pimes
- Productores força centrades en **contingut televisiu local**. Els **continguts que creixen més en el mercats globals (ficció d'alt pressupost per les plataformes) encara pesen poc en el sector**. Fort potencial de créixer en aquests mercats i clients, tant a nivell nacional com internacional. **Escàs nivell de vendes internacionals**
- Algunes productores orientades al desenvolupament de continguts (ficció, TV, cine, docs,..) i altres orientades a serveis de valor afegit pels mercats català i espanyol
- Entrades de **grups internacionals en el capital** d'empreses destacades.
- Destaquen els videojocs amb un ecosistema ric, #1 a Espanya, de pimes *indies* petites, poques empreses locals grans i MNC estrangeres.

DEMANDA I CLIENTS

- **El dinamitzador “tradicional” del sector (CCMA) ha deixat de ser-ho** els darrers anys per motius pressupostaris
- Absència de seus de grans plataformes de producció original concentrades en altres hubs
- Limitades polítiques de demanda (atracció, deduccions,..)

ENTORN I TALENT

- **Teixit professional creatiu i tècnic molt reconegut** però amb mobilitat per ser “captat” i per treballar arreu.
- **Proveïdors de formació de talent** que són referents. Es fan molts festivals i atracció recent **fires de referència (ISE)**
- **Infraestructura especialitzada** de gravació és **millorable** tant en quantitat com en qualitat comparat amb altres hubs europeus
- Ecosistema TIC i tecnològic rellevant (Barcelona Tech City, Mobile,..) amb fort potencial d'interacció amb el sector audiovisual



4. Tendències i canvis de l'Entertainment audiovisual



Tendències i canvis en l'Entertainment audiovisual

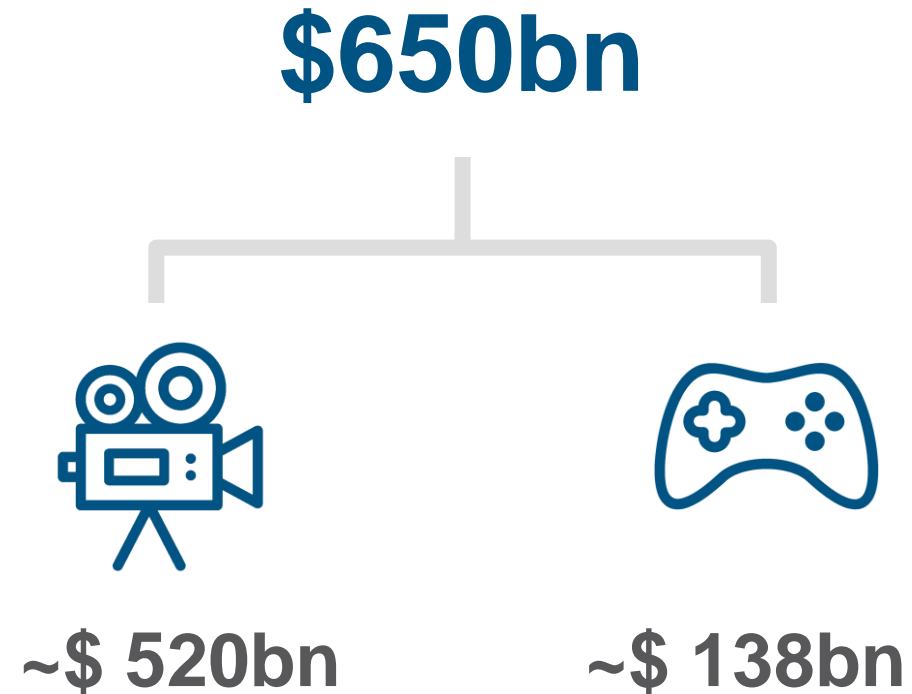


CANVIS EN EL CONSUMIDOR

- El pastís global de l'entertainment creix (\$650bn) destacant el contingut de ficció, els videojocs i els esports i altres segments més estables o a la baixa (TV obert, cinema tradicional).
- La ficció per clients de tot tipus és el motor de creixement del sector i s'ha accelerat durant la crisi
- Augment del consum digital: contingut audiovisual online / diferit supera el 50%.
- Es produeix cada més ficció i de més qualitat en diferents formats (sèries, films,..) per diferents pantalles generant una forta demanda de continguts i de serveis per a generar-los i distribuir-los
- Videojocs: smartphones són dispositius més utilitzats i creixen. Els adults són els principals consumidors de videojocs

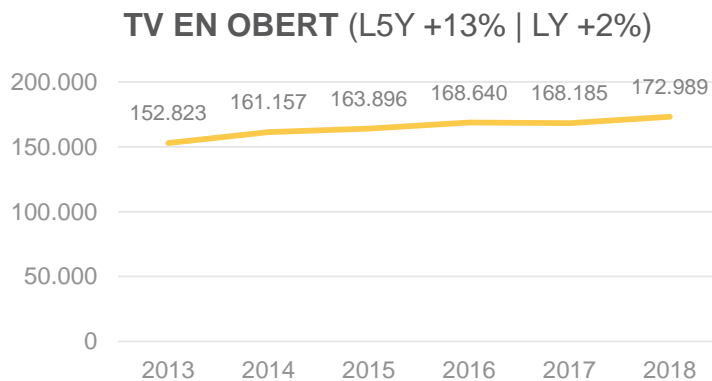
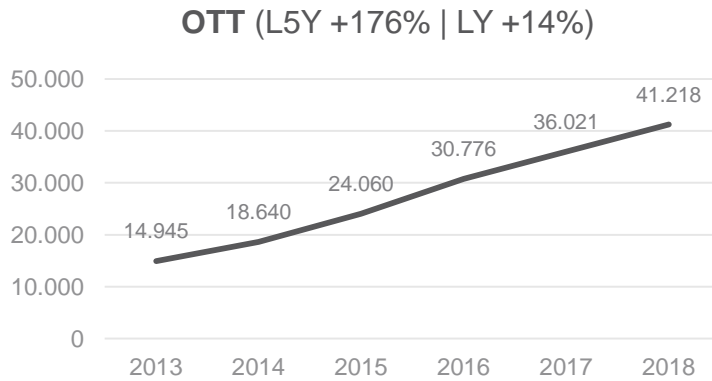


L'Entertainment audiovisual al món



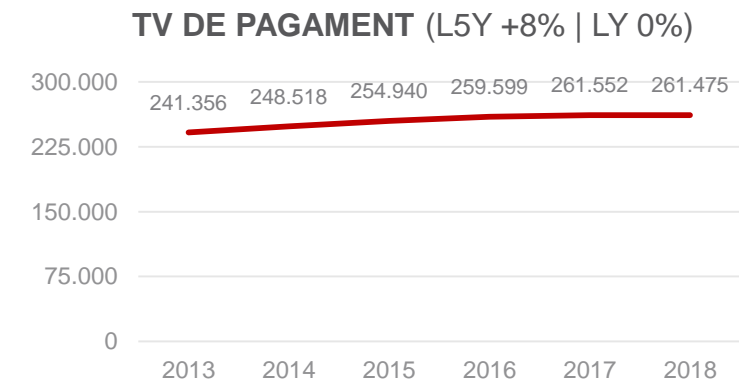
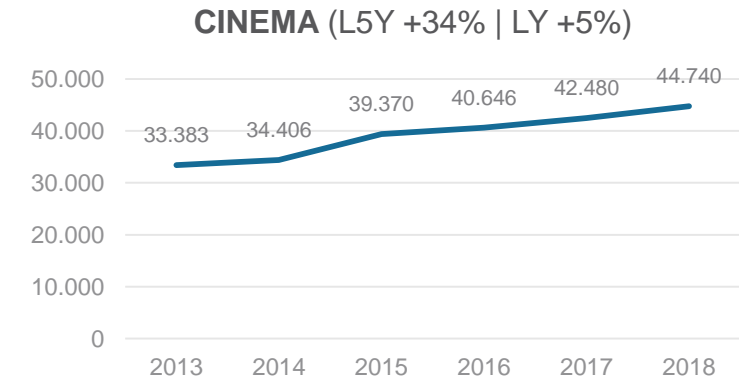
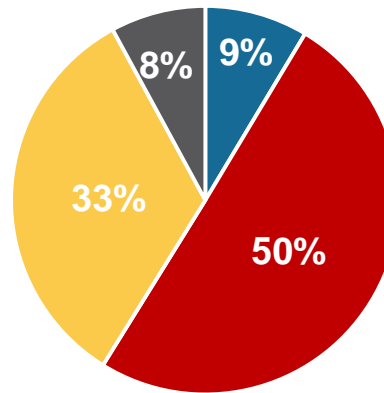


Les 4 grans indústries del contingut audiovisual (excl. videojocs) creixen però a ratis molt diferents (dades mundials)



\$520bn

INGRESSOS EN M\$





A nivell europeu, tot i que el Video On demand representa encara un % petit del mercat total, és el gran motor de creixement del sector

- Mercat audiovisual a UE en el seu conjunt està estancant en termes reals i **només creix un 1,9%** en els darrers 10 anys
- El segment de SVOD (Suscribers Video On demand), va suposar el **82% del creixement del sector l'any 2018** tot i que encara representa un **% petit del total** del mercat UE audiovisual (entre 5-10% el 2018 segons les dades)
- Les **high-end series** creixen a un fort ritme del **10% anual entre 2015 i 2018**
- Les **high-end series** representen el **52%** del total de TV films&series
- L'any 2018 els **Broadcasters** eren el **92% dels comissioners** i els **SOVD** **només el 8%** però aquests darrers amb un fort creixement

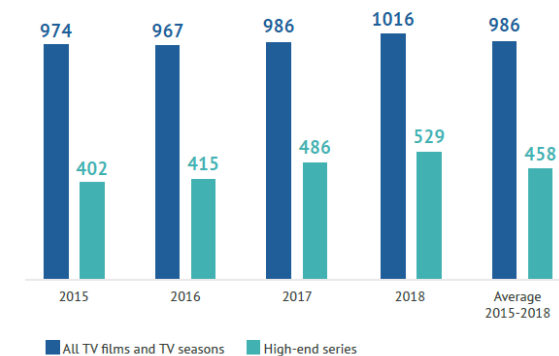
? What was the high-end TV fiction production growth rate in Europe from 2015 to 2018?



32%

529 high-end fiction series were produced in Europe in 2018, compared to 402 in 2015

High-end series vs total fiction production in Europe (2015-2018)

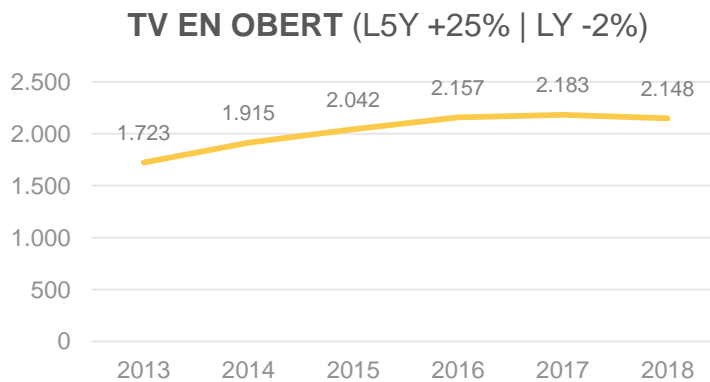
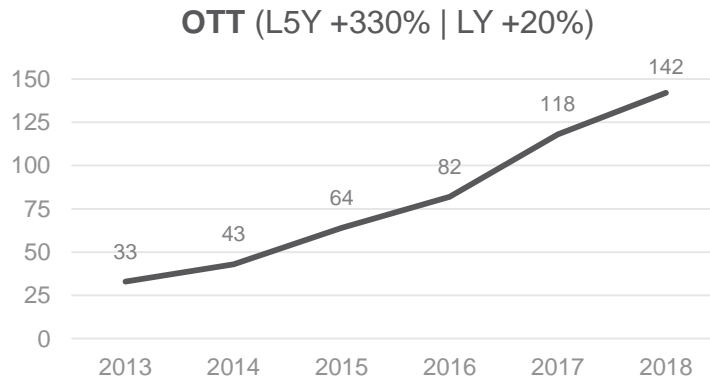


Source: European Audiovisual Observatory analysis of European Metadata Group data

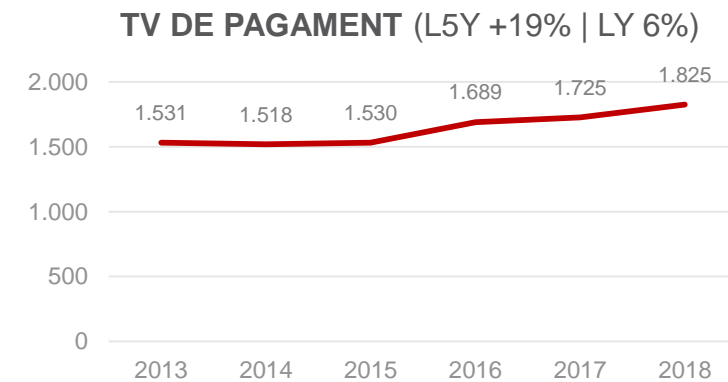
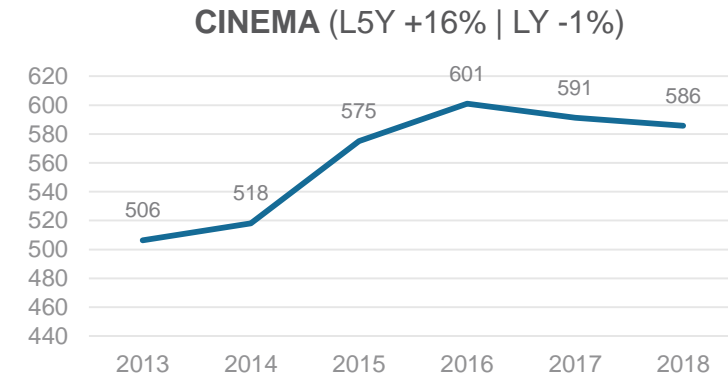
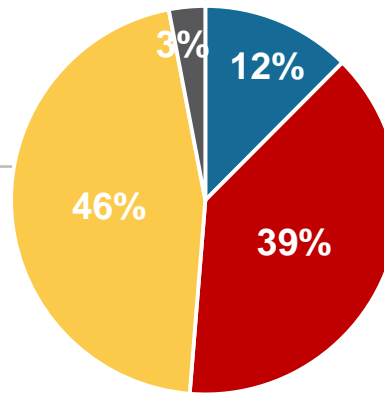




A nivell espanyol...

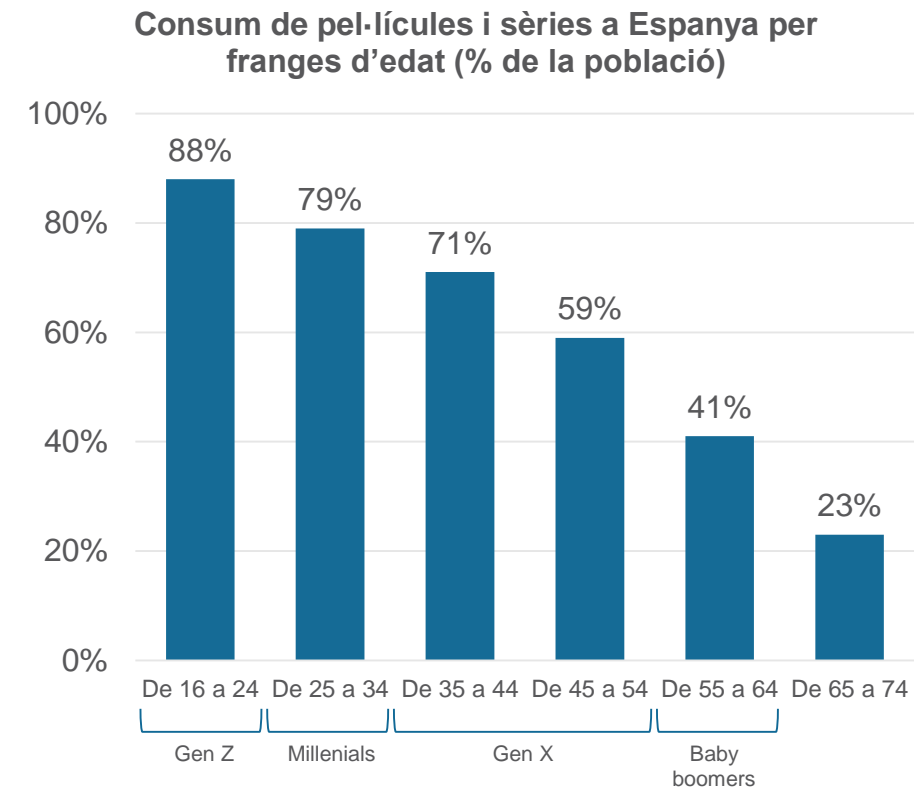
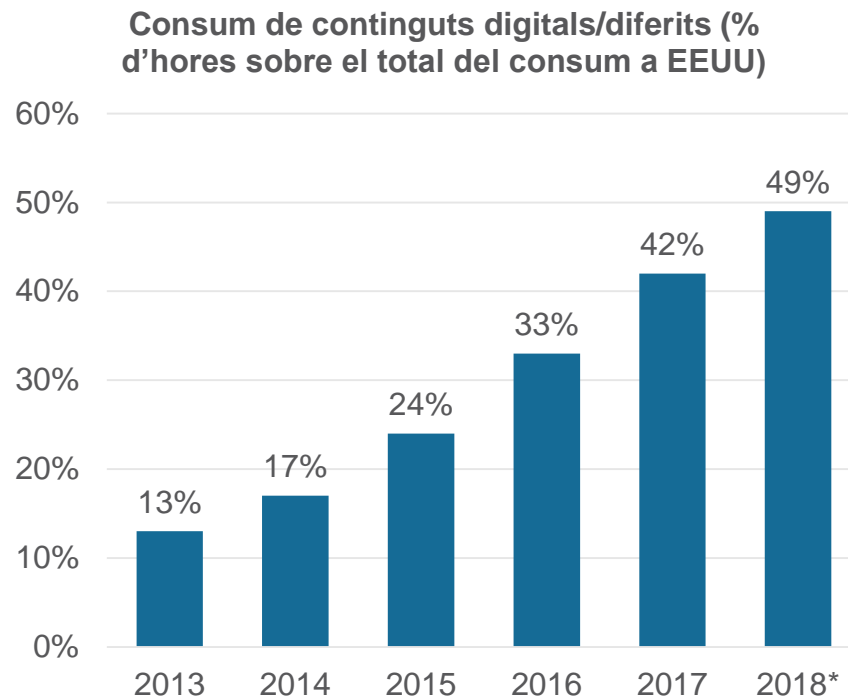


4.701 M€
INGRESSOS EN M€

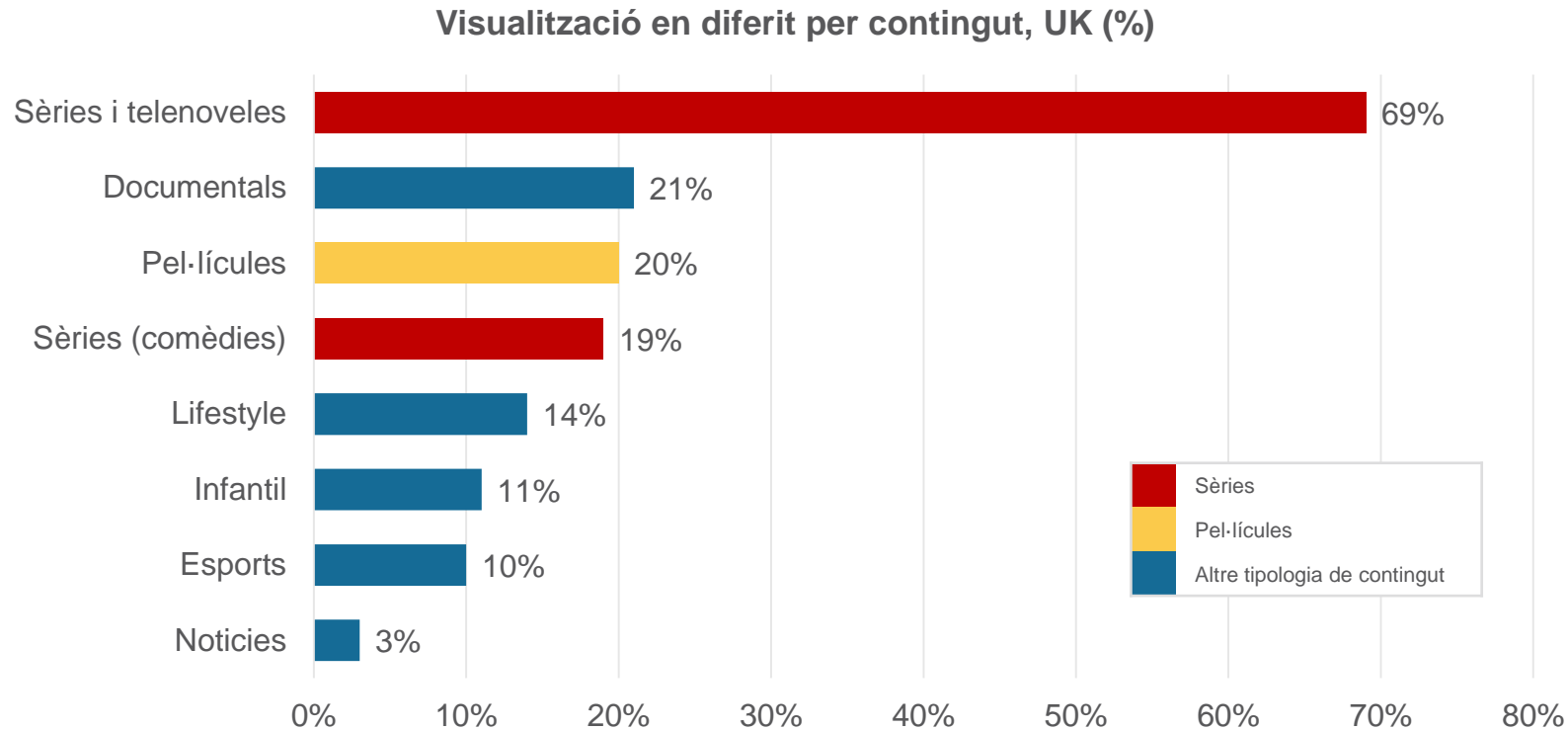




El consum del contingut audiovisual online ja és el 50% del contingut reproduït impulsat sobretot per la població més jove



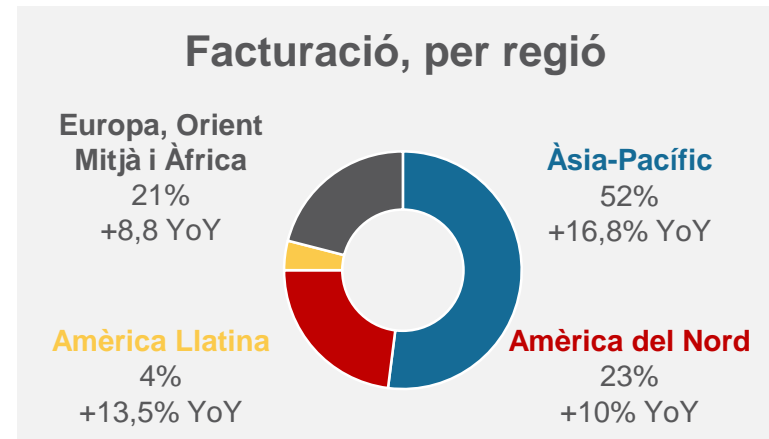
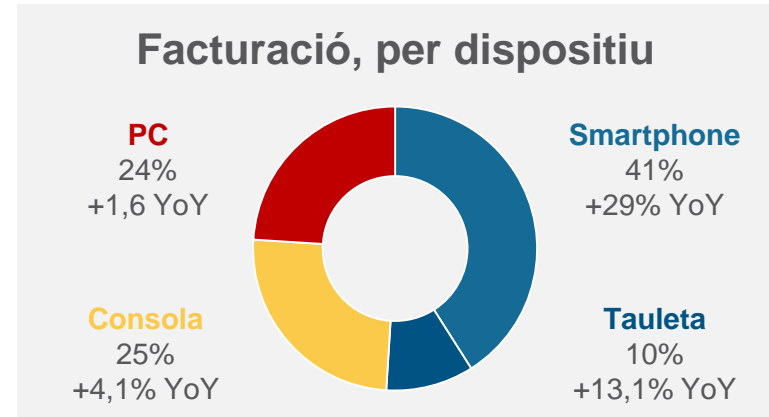
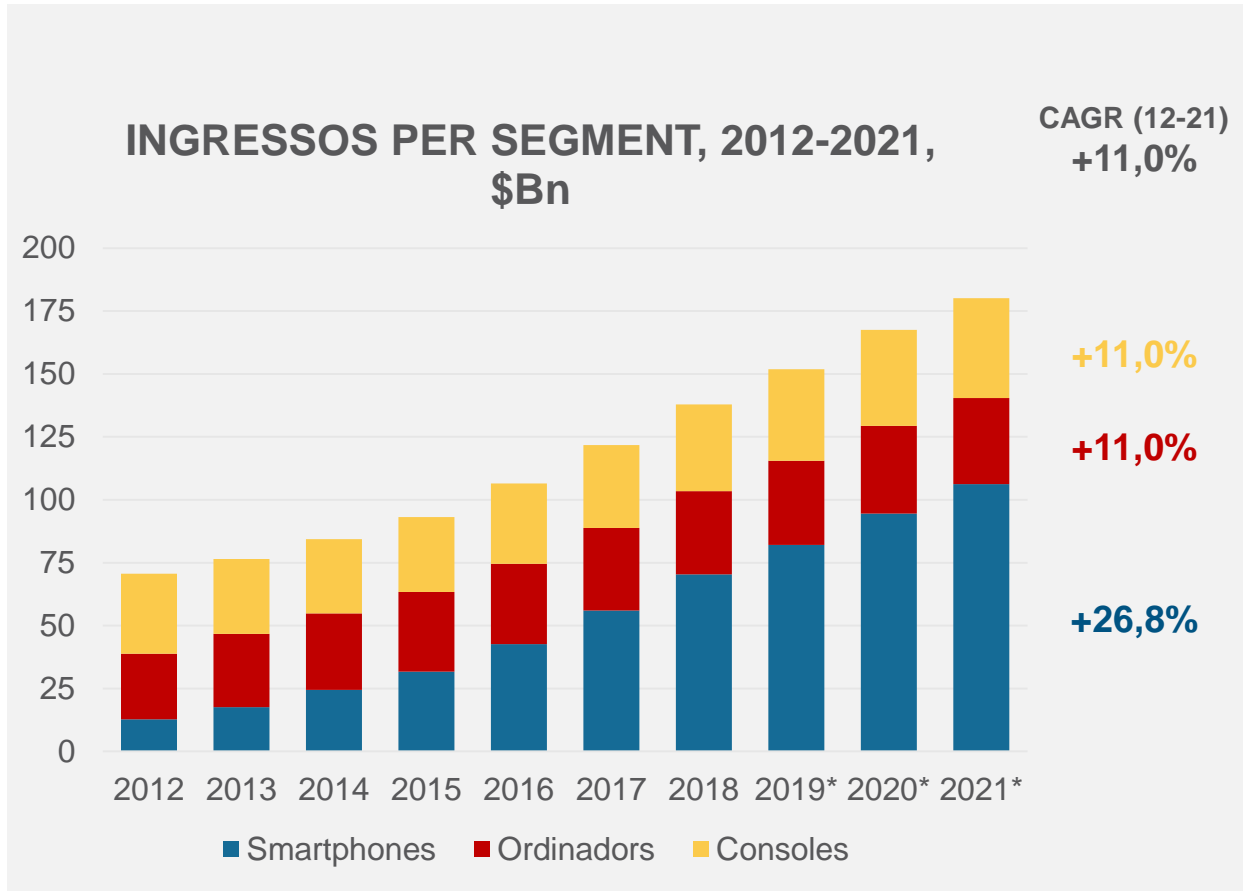
Les sèries són la tipologia de contingut que més es consumeix en diferit



*Percentatge de cada tipologia de contingut que es consumeix en diferit (time-shifted) sobre el total del consum d'aquella tipologia..



La indústria dels videojocs creix molt, sobretot en dispositiu mòbil i a la regió d'Àsia-Pacífic



Tendències i canvis en l'Entertainment audiovisual



CANVIS EN LA INDÚSTRIA

- Procés de concentració
- Entrada de nous players – Integració de la cadena
- Inversió en continguts
- **Desintermediació.** Creixent importància dels creatius / showrunners enfront les productores.
- **Co-produccions** internacionals
- Noves tecnologies impulsores de canvis
- Plataformes **especialistes**
- **Polítiques actives** dels països per atraure producció audiovisual via incentius fiscals i ajudes
- Tendències dels **videojocs**: GaaS, streaming, augment de la qualitat, focus en *Mobile*, mutliplataforma, e-sports, regulacions, experiències immersives



CANVIS EN EL CONSUMIDOR

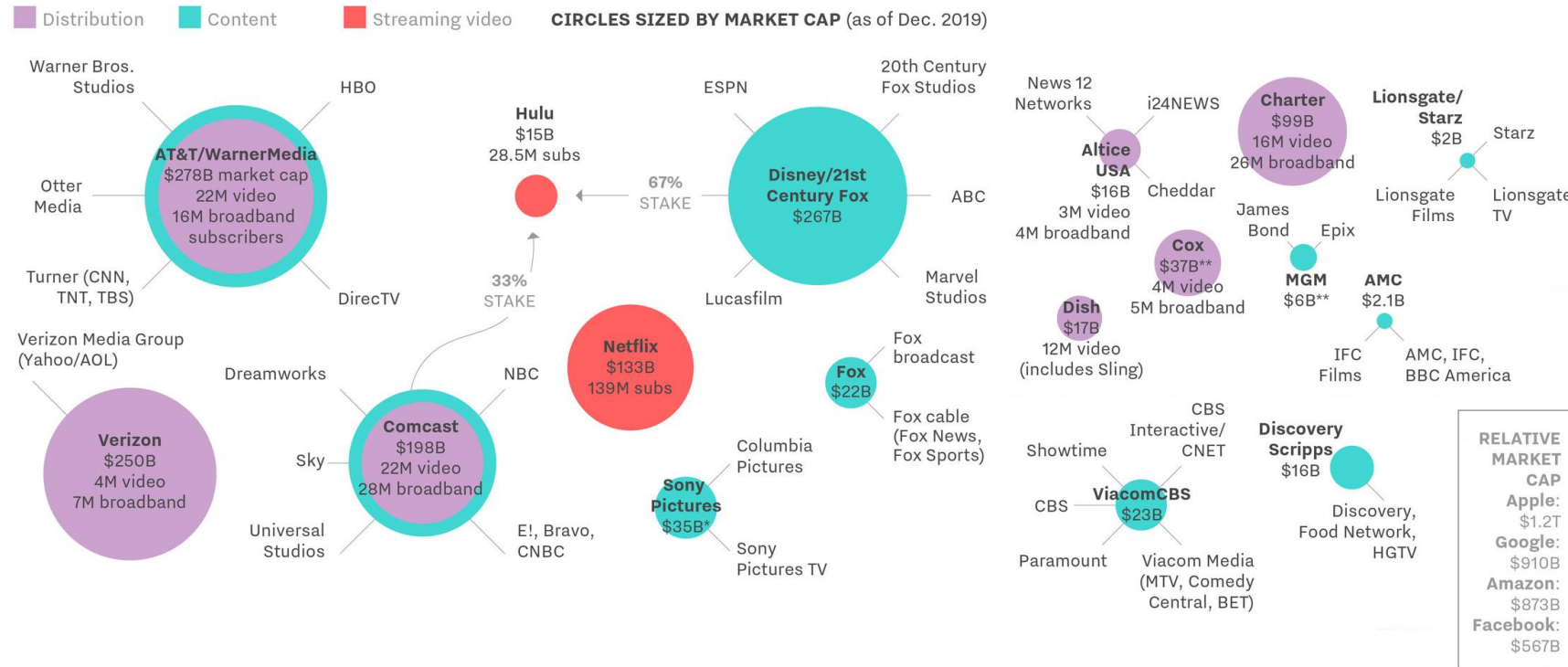
- El pastís global de l'entertainment creix (\$650bn) destacant el contingut de ficció, els videojocs i els esports i altres segments més estables o a la baixa (TV obert, cinema tradicional).
- La ficció per clients de tot tipus és el motor de creixement del sector i s'ha accelerat durant la crisi
- Augment del consum digital: contingut audiovisual online / diferit supera el 50%.
- Es produeix cada més ficció i de més qualitat en diferents formats (sèries, films,..) per diferents pantalles generant una forta demanda de continguts i de serveis per a generar-los i distribuir-los
- Videojocs: Smartphones són dispositius més utilitzats i creixen. Els adults són els principals consumidors de videojocs





Indústria molt concentrada, que tendeix a una major concentració

Media landscape

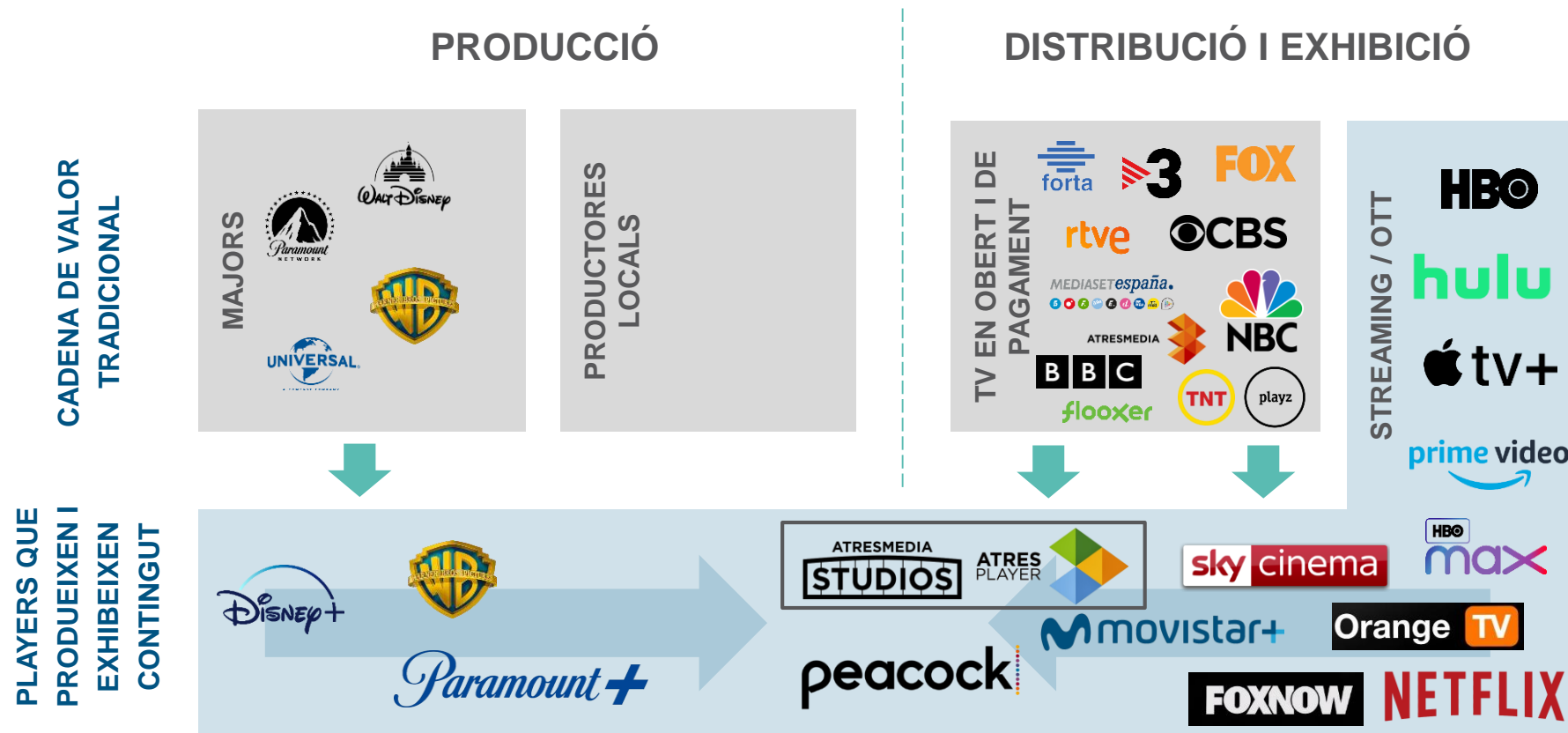


Note: *Assumes 3.8 revenue multiple **Assumes 3.1 revenue multiple
 Source: the companies, news reports, Leichtman Research Group (cable/internet subs)





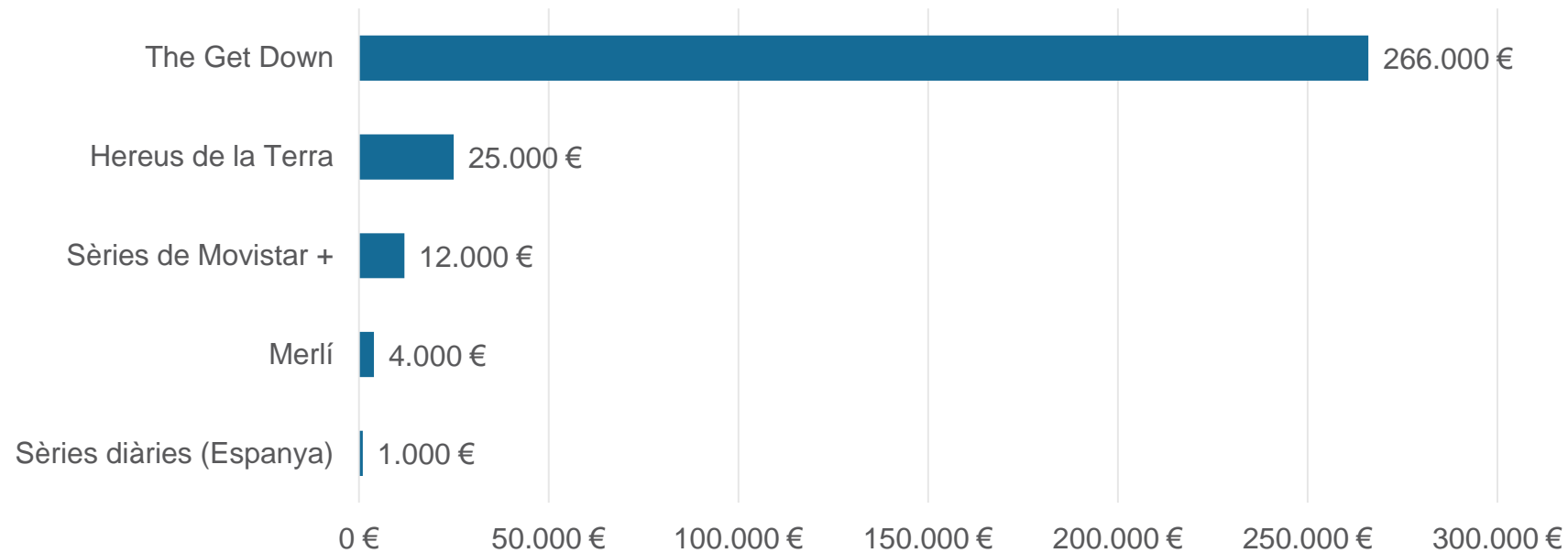
Entrada de nous players han fet que la línia entre producció i distribució/exhibició es difumini





Comparant el cost/minut de diferents sèries, es veu que són mercats totalment diferents

COMPARATIVES EN COST PER MINUT





El perfil de caire més creatiu, com els guionistes i els *showrunners* guanyen importància dins del sector

Segons *The Hollywood Reporter*, l'explosió de la producció audiovisual generada per l'aparició de plataformes com Netflix –que té un 50% de subscriptors de fora dels Estats Units-, ha propiciat que **creadors d'arreu del món trobin noves oportunitats pels seus projectes**. *Showrunners* com Àlex Pina s'han convertit en objecte de **desig de les plataformes**, que els ofereixen acords d'exclusivitat com el que va signar el creador de *La casa de papel* amb Netflix o Phoebe Waller-Bridge amb Amazon. Actualment, Pina està rodant *Sky Rojo*, la seva nova sèrie per a Netflix.

Pero aquí en Barcelona por ejemplo está la ESCAC de donde sale una **calidad de talento increíble**: un talento que se queda a trabajar en Catalunya, por qué no, y que cuenta historias que interesan aquí.

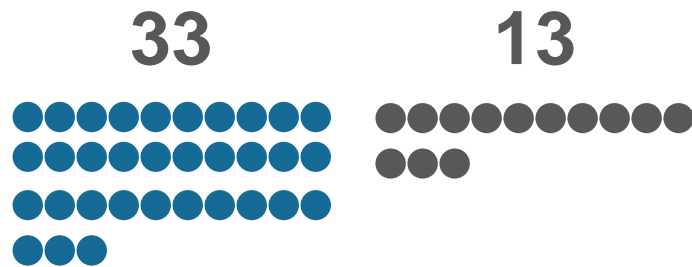
Verónica Fernández, Responsable de continguts de Netflix





Localització i producció de sèries rodades a Espanya l'any 2019 per les OTT i les grans cadenes espanyoles

Sèries noves vs. Noves temporades



Nous clients (26) vs. clients tradicional (20)

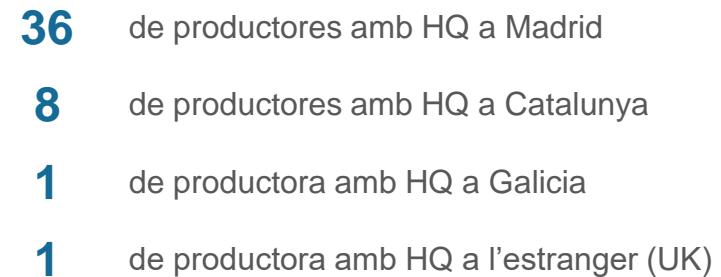


46
sèries

Localitzacions



HQ de la productores





Què fan i demanen clients de continguts que creixen?

NETFLIX

- Estratègia de **llenguatge i contingut local i “autèntic”**
- Tant el contingut local com les llengües “viatgen”, **a más local, más global (Roma, Casa de Papel)**
- 150 M subscriptors a NETFLIX . 50% veuen content que no és en anglès ni en la seva llengua nativa
- Fins ara Hollywood dominava **storytelling** i això ha canviat completament, creixent importància d'Europa amb **noves veus i creadors → Diversitat d'històries i propostes**
- Tria de Madrid com a hub de producció europeu és degut al **talent i el seu scope cultural amb LATAM**
- Entre Espanya i Latam, l'any 2019 es van produir **més de 30 produccions** (10 a Espanya, Mèxic i Brasil...)
- **Procés de selecció de projectes amb els creatius:** desenvolupar idees amb socis, guionistes i productores
- **Com han de ser les productores?** Productores amb ganes, amb empreses més grans i sòlides, per la dimensió de les produccions. Augmenta requeriments de qualitat. Cal indústria consolidada a cada país i competitiva (hubs)

ENTREVISTES CLIENTS ESPANYA

- Cadenes de TV creen productores o fan acords amb operadors (Buendia-ATresMedia Studios-Movistar)
- Hi ha players que poden invertir 70 M. € any i fer més de 10 sèries de diferent pressupost
- Les sèries pensades per streaming → canvien el **nombre de:** temporades, capítols per temporada i minuts per capítol.
- Importància de l'equip i del “**segell autoral**”
- Cerca de **talent de qualitat** i que aquest treballi lliurement, no busquen executors.
- Només amb bons creadors no n'hi ha prou, **calen bons productors** que tinguin un compromís amb el que creen i que comparteixin la visió sobre la producció.
- Cerca de **projectes molt locals** que mostrin la **diversitat geogràfica, de gènere,**... i siguin escalables
- Es grava allà on hi ha la història amb talent local, **els platós són necessaris però no diferencials per escollir contingut**





Desenvolupament de hubs per produir amb el talent local



In 2018, over 13,000 cast, crew and extras have worked on Netflix originals. This year, that number is set to increase to 25,000 -- including *La casa de papel* and *Las chicas del cable*, both of which have been international hits.

“Our aim is to be part of the Spanish creative ecosystem. We are investing for the long term, We are here to stay and to participate”, said Reed Hastings during the presentation. “Our goal is to work with the best storytellers to create great shows and films that delight our members. It’s been amazing to see Spanish shows like *Elite* and *La casa de papel* win the hearts of fans not just in Spain, but globally.

This is our first European production hub and we’re excited about the great stories that will be produced here in Spain, and watched by the world.”

Aquests hubs de producció han incentivat la inversió local en facilities, com per exemple en el cas d’Espanya, la inversió del Grup Secuoya: Madrid Content City





A part de les grans plataformes VOD generalistes, hi ha un més d'una vintena de VOD especialitzats en cinema independent a Europa

A Europa hi ha una associació de plataformes VOD especialitzades en cinema europeu i independent: **EUROVOD**.

A part de la tipologia de contingut, també es diferencien amb les plataformes de VOD en que són molt menys internacionalitzades ja que els drets de les pel·lícules independents estant molt més atomitzats; poden arribar a tenir més de 700 proveïdors.

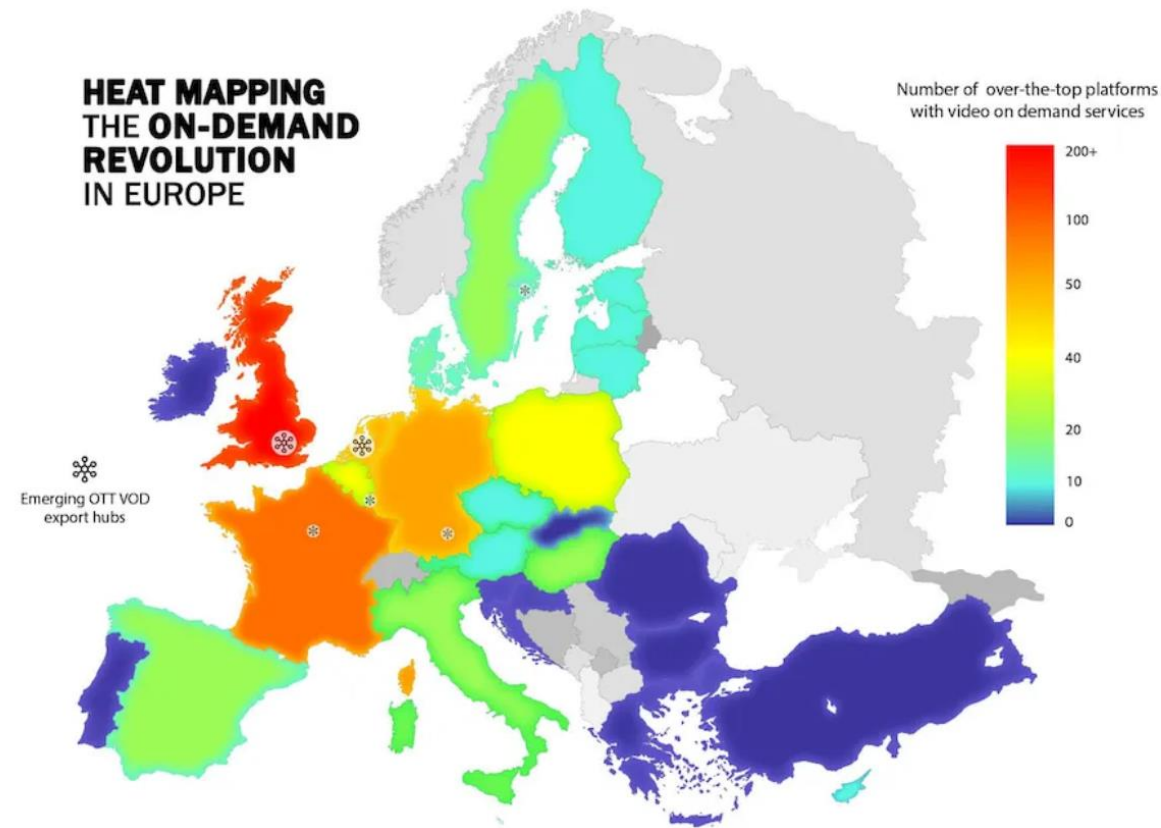
EUROVOD està formada per 24 membres *core* i 8 membres *associates* i té 4 grans objectius:

1. Network & Benchmark
2. Promoure la competitivitat
3. Informar i promoure els negocis de VOD a Europea.
4. Representativitat internacional





No tot son les noves plataformes ! En forces països hi ha un elevat nombre de jugadors de ficció amb serveis de video-on-demand siguin d'originals o de distribució





Rellevants reptes tecnològics

Aplicacions a tota la cadena de valor



- Ús de la Big Data i AI per
 - Identificar de guions d'èxit.
 - Definir la millor duració d'una sèrie (en capítols per sèrie i minuts per capítol)
 - Predir l'èxit d'una pel·lícula o sèrie.
 - Identificar el target potencial d'una pel·lícula o d'una sèrie.
- Ús de la veu i el so per a la creació de nous productes (i.e. Podcasts...)
-



- Reducció de costos via VR per a simulació de localitzacions, d'actors...
- Noves capacitats de gravació gràcies tant a HW (incloent ús de drons) i SW
- Reconstrucció 3D a partir d'imatges multivista.
- Platós amb pantalles
- Restauració d'imatges mitjançant tècniques automàtiques de segmentació, restauració d'imatge
- Gravació, producció i postproducció d'àudio (veu, música...) en 3D.
-



- Ús de la Big Data i AI per:
 - Recomandar continguts adaptats a l'usuari.
 - Personalitzar tràilers i portades
- Ús del blockchain en seguretat i control
- Reconeixement de patrons i logotips en vídeo i televisió.
-



- Experiències immersives de l'espectador via VR, AR...
- Aplicació del 5G amb impacte en streaming i visualització en realtime
- Drons per experiències immersives i en primera persona
- Música i veu en 3D.
- Sistemes immersius d'exhibició d'àudio 3D.
-



Àrees de R&D de Netflix



Analytics



ML and Experimentation Platform



Video Encoding & Quality



Machine Learning



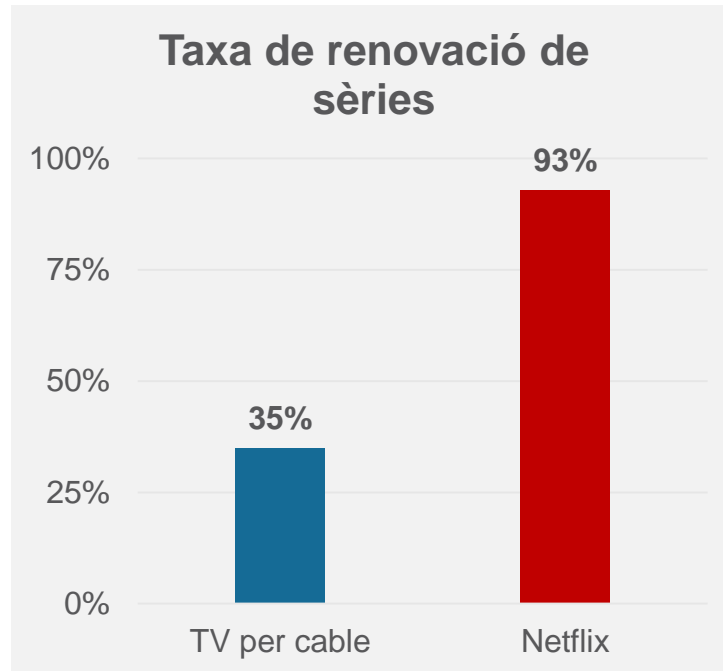
Recommendations



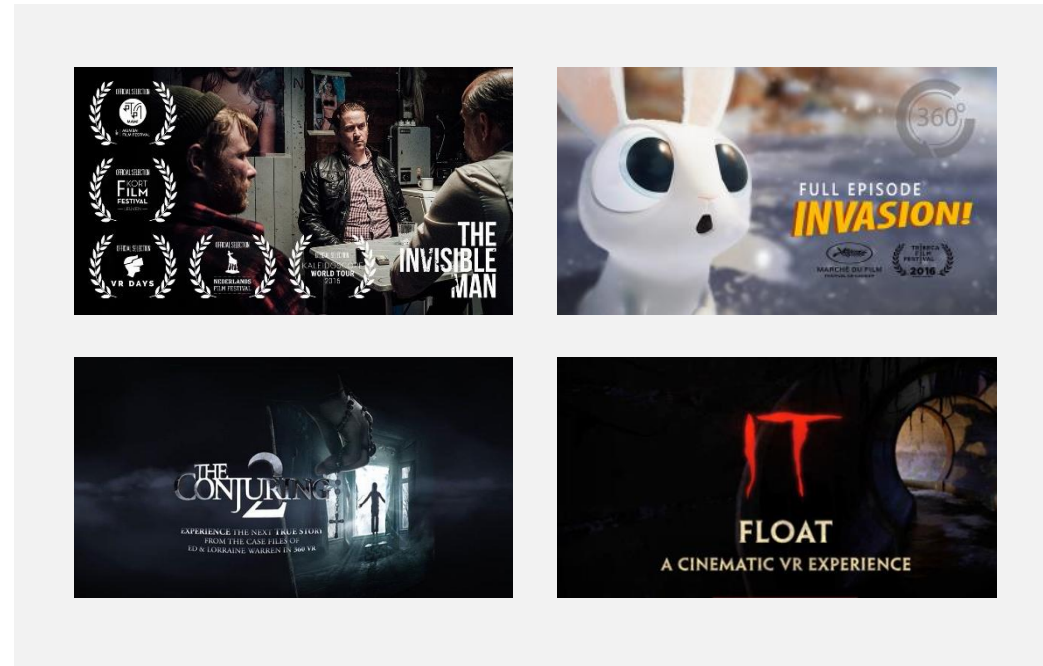
Experimentation & Causal Inference



Un parell d'exemples...



L'alta diferència en la taxa d'èxit s'explica gràcies a l'ús de les dades



Exemples de experiències en VR i immersió 360°





Els cinemes busquen maneres d'atraure i fidelitzar els espectadors

- Tot i que l'empresa Moviepass que oferia un programa de subscripció per anar al cinema ha tancat, ha obert la porta a que les grans cadenes de cinemes provin noves formes d'engagement amb els clients i nous sistemes de subscripció

See Up to 3 Movies Every Week

AMC Stubs
A★LIST

With AMC Stubs A-List, it's easy to make **FREE online reservations anytime** for up to 3 movies every week. Choose **any format**, including IMAX® and Dolby Cinema.

There are **no blackout dates**. You could have a triple feature in one day, or watch movies throughout the week. If you really, really like a movie, watch it **again and again**. Your benefits reset every Friday, so you can check out the **latest movies every week** at any AMC near you.

AMC STUBS PREMIERE™

Treat Yourself to Premium Perks

AMC Stubs Premiere has all the perks of Insider and so much more. Join now for just \$15+tax/year and watch your membership pay for itself in just a few visits.

Join Premiere

Renew / Upgrade


Questions? The answer may be in our [FAQs](#).

AMC Stubs
PREMIERE™





La cerca d'experiències úniques i no replicables a casa







EXPERIENCE

Since the ICE dedicated entrance, let's your audience enter in an absolute immersive universe. With the exclusive innovative LightVibes technology, ICE immediately offers new visual sensations. Differentiate your Cinema by offering the next generation of Movie Theater, with an entirely immersive experience. Brings the whole audience in the heart of the image, and be the first to show blockbuster in LightVibes format.





Els països intenten atraure produccions audiovisuals via incentius fiscals i ajudes a la producció

				
Deducció	20-25% 40% Illes Canàries 30% País Basc 35% Navarra	30%	20-25%	25%
Import màxim	3M € (o 50% dels costos) 5,4M € (Canàries)	30M €	25M €	Sense import màxim
Altres restriccions	<ul style="list-style-type: none"> Despesa mínima a ESP: 1M € 50% de la base deduïble correspon a despeses a ESP Per optar a la deducció de Canàries, cal un mínim de 2 setmanes de gravació a les illes 	<ul style="list-style-type: none"> Despesa mínima a França: 250.000€ o com a mínim el 50% del pressupost de producció, si és inferior a 250.000€ No inclou documentals ni anuncis. 	<ul style="list-style-type: none"> Despesa mínima a alemanya: 8M € Producció a Alemanya de com a mínim el 25% del pressupost Estableix pressupostos mínims en funció de la categoria de contingut (animació, documental...) 	<ul style="list-style-type: none"> Despesa mínim a UK. 10% dels costos Base deduïble: 80% del cost total

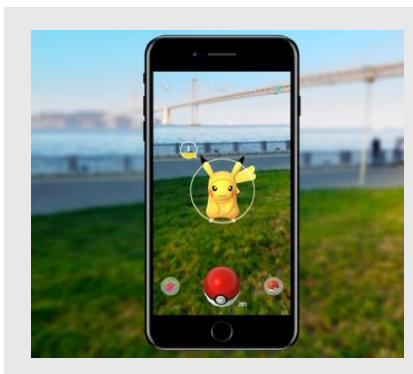
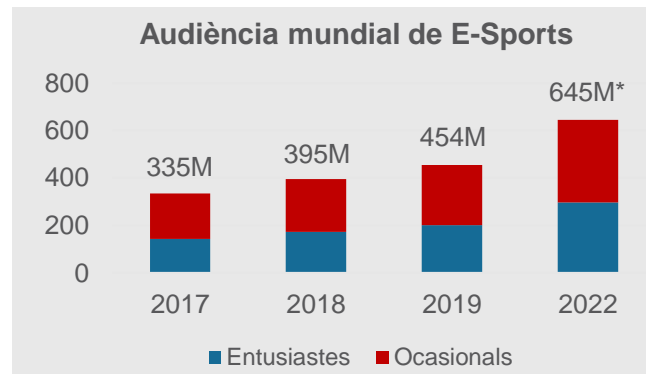
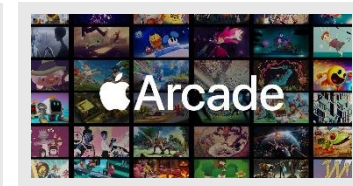
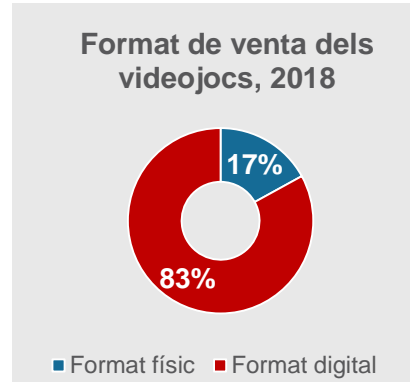
En comparació amb altres països europeus, els incentius fiscals a Espanya són **poc competitius i complexos**. Van enfocats principalment a **produccions de menor pressupost**





Tendències de la indústria dels videojocs

- Creixement del **Game as a Service (GaaS)**.
- Creixement del **Game Streaming**.
- Augment de la **qualitat dels videojocs en dispositiu mòbil**, arribant a la qualitat dels videojocs de consola.
- Entrada de les **grans franquícies als dispositius mòbils** (via spinoff).
- Creació de **jocs multi-plataforma**.
- Creixement dels **e-sports** (\$1.1Bn l'any 2019) i de **“live videogames streaming”**
- Creació de noves **regulacions en “in-game purchases”**.
- Apareixen noves formes de **monetització**.
- Molt focus en el desenvolupament **d'experiències immersives i realitat augmentada**.



Impacte de la crisi generada per la Covid-19 (a Novembre 2020)

Accelera tendències de consum existents però a curt termini té impactes negatius evidents

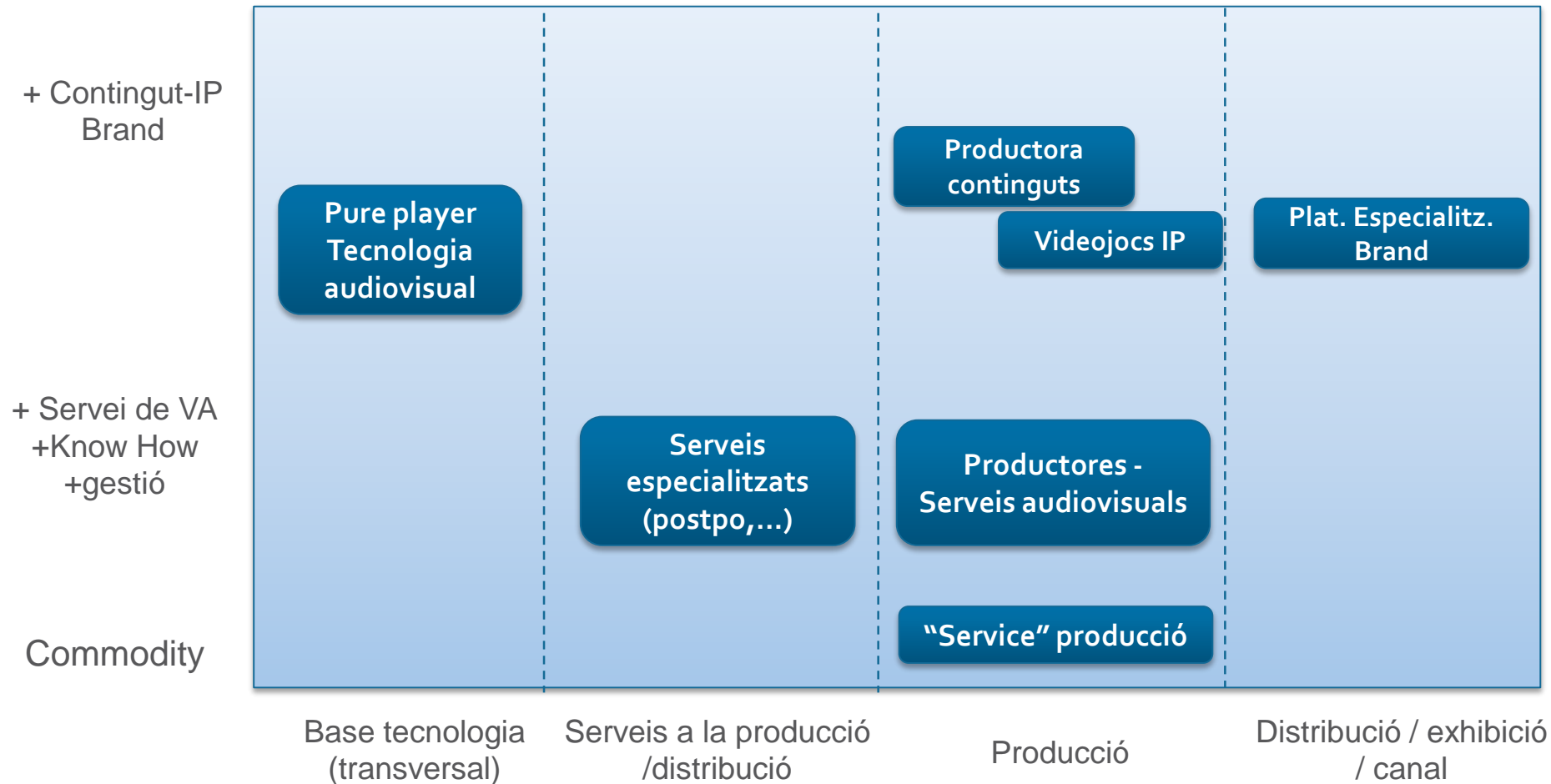
- Impacte asimètric (cinemes tancats, augment consum audiovisual)
- S'ha accelerat encara més el consum audiovisual on line generant la necessitat constant de nous continguts
- Els nous Continguts son el que traccionen la cadena de les productores i dels serveis i per tant es preveu un efecte arrossegament positiu. Molts continguts en el *pipeline*
- Efectes negatius a curt termini en l'exhibició física (cinemes) però també a mig termini perquè haurà accentuat nous hàbits consumidor
- Endarreriments en la part presencial i física (rodatges). Fins quan?
- Ha consolidat el treball on line, permeten, encara més, poder oferir serveis especialitzats encara que no es tingui proximitat física amb el client. Noves oportunitats
- La tecnologia com a facilitadora per reduir costos i pensar nous processos



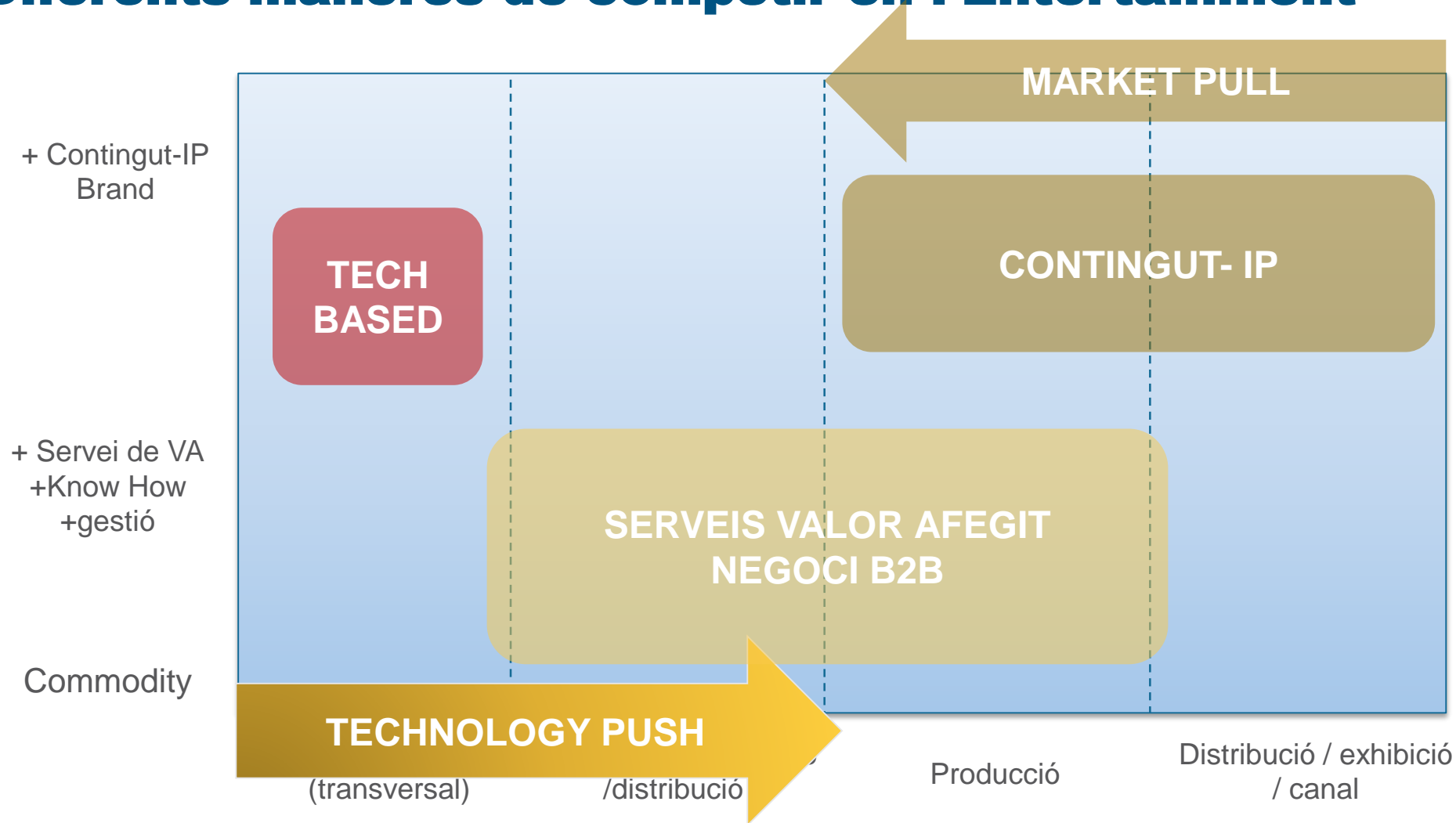
5. Reptes del sector



Diferents maneres de competir en l'Entertainment



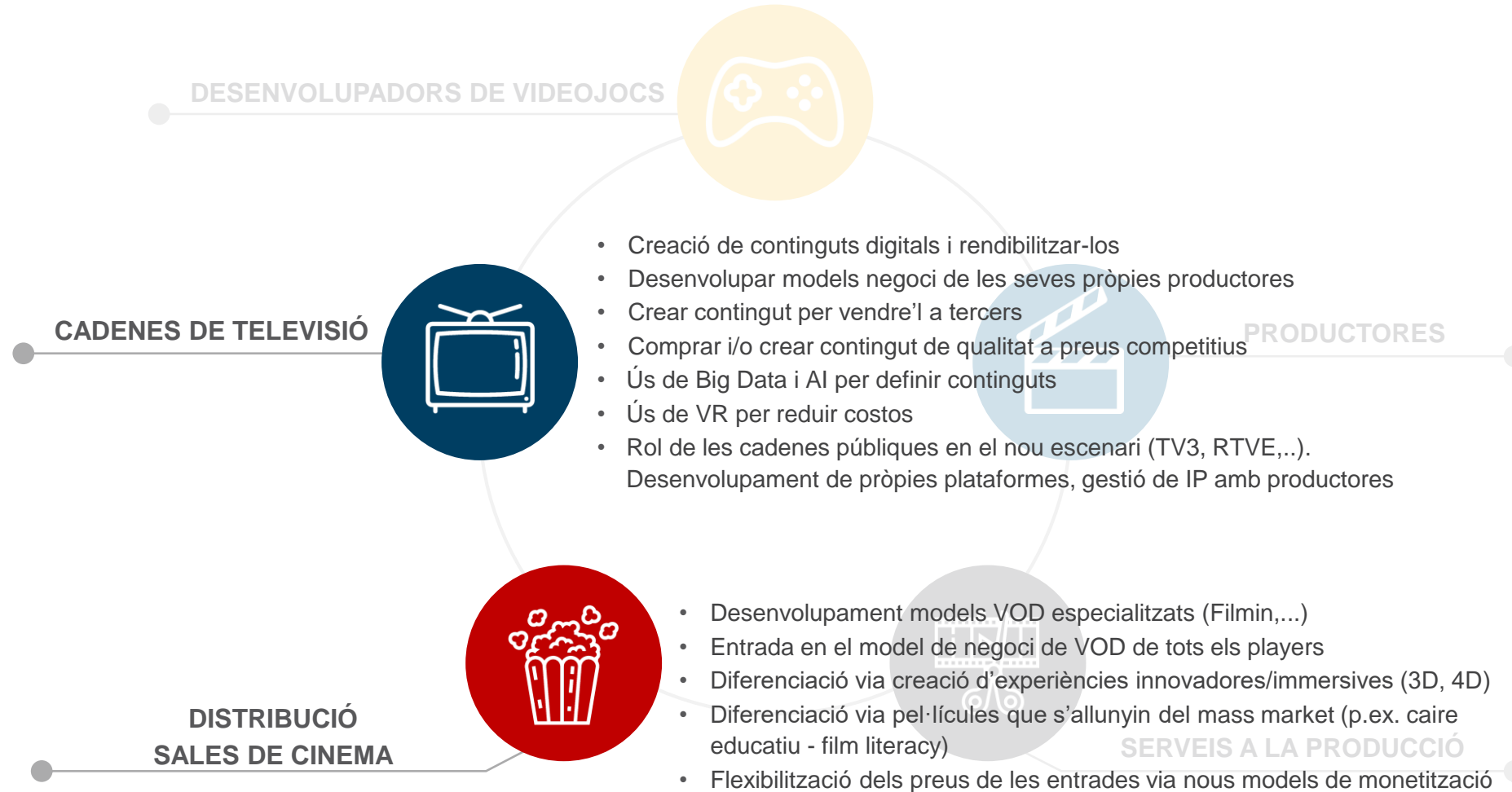
Diferents maneres de competir en l'Entertainment



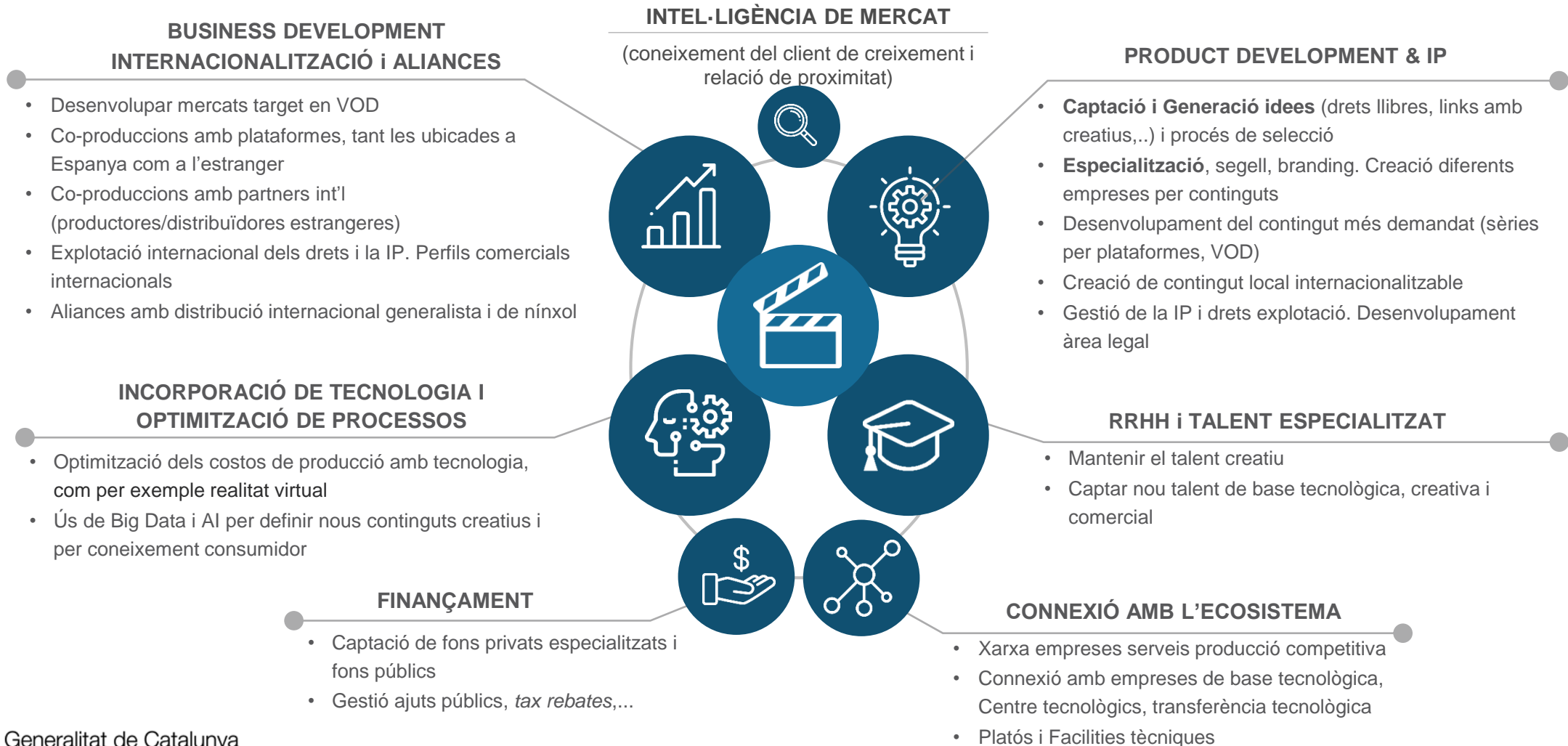
Reptes principals del sector



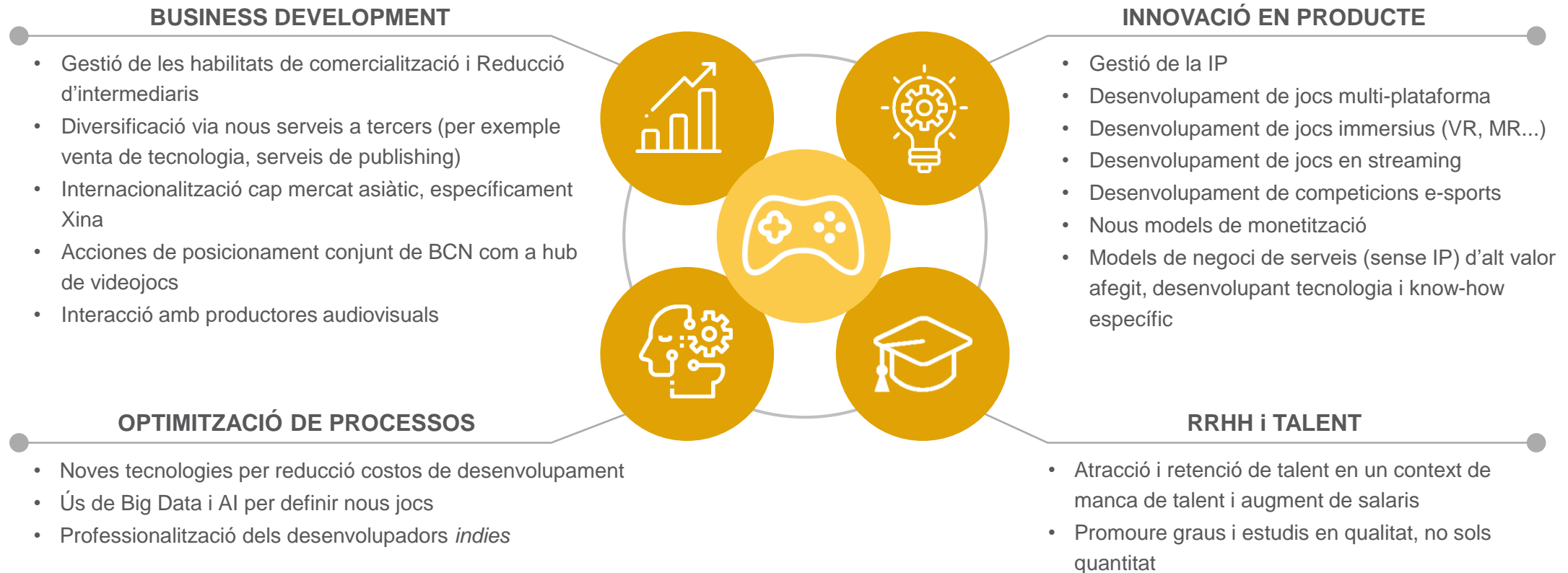
Reptes principals del sector



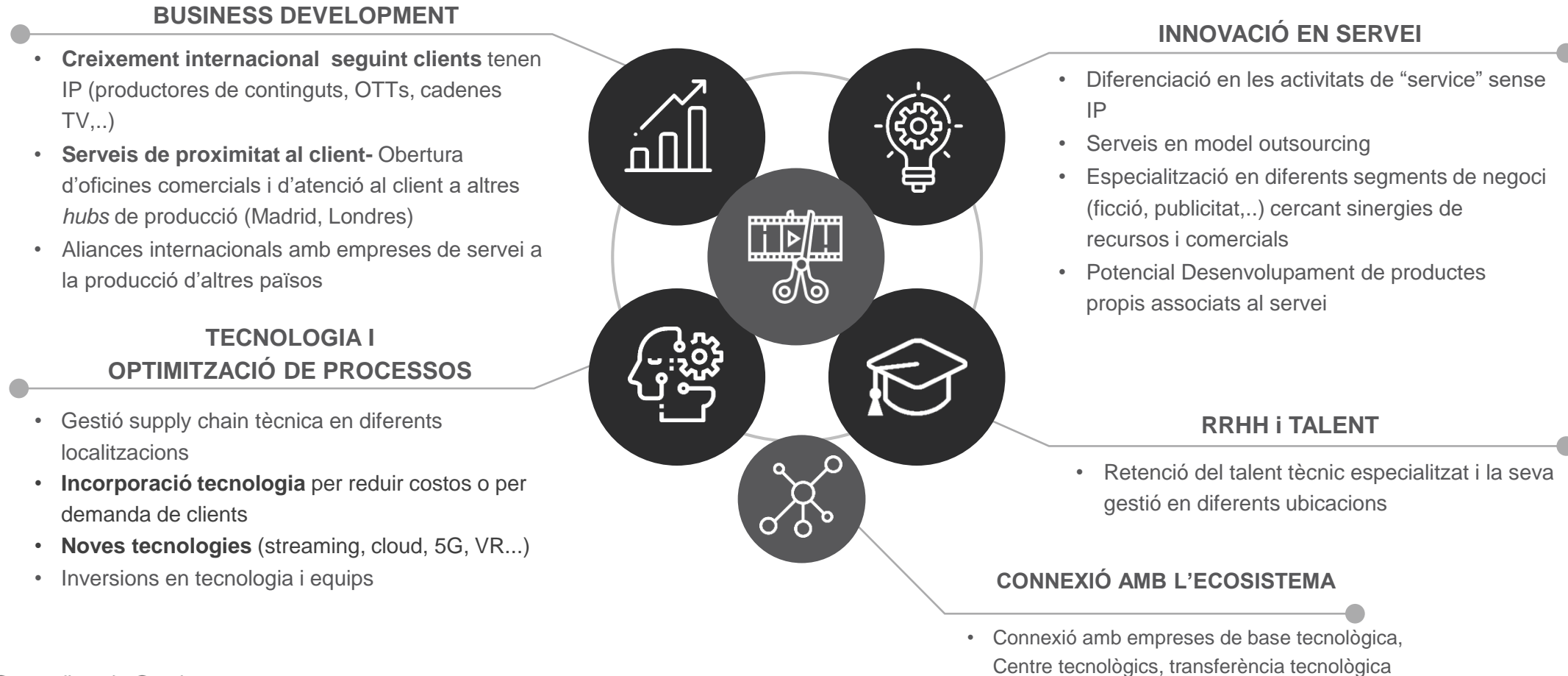
Reptes – Continguts Entertainment



Reptes principals del sector – Continguts (Videojocs)



Reptes principals del sector - Serveis audiovisuals i a la producció



Dels reptes a les àrees de treball: Continguts + Serveis Producció

Intel·ligència de mercat	<ul style="list-style-type: none"> • Accions conjuntes de Intel·ligència de mercat de clients de major creixement • Estudi mercat de productores amb forts creixements (UE i Latam) (SERVEIS)
Product Development & IP	<ul style="list-style-type: none"> • Accions d'internacionalització en la fase de captació i de desenvolupament • Accions d'enfortiment de la gestió de IP i dels drets (acord TV3 per facilitar la comercialització,..) • Identificació inflow creatiu nacional i internacional
Business Development Internacionalització	<ul style="list-style-type: none"> • Atracció de seus de plataformes a BCN i atracció de produccions de tot tipus de clients a BCN • Accions d'internacionalització agrupades per especialitats (sèries, documentals, animació,..) • Cerca de aliances i co-produccions internacionals per mercats geogràfics prioritzats • Creixement internacional seguint clients de continguts i d'altres verticals (publicitat) (SERVEIS) • Enfortir les Accions de visibilitat de Barcelona com a Hub audiovisual
Finançament i incentius	<ul style="list-style-type: none"> • Cerca de Venture capital privat especialitzat i internacional. Potencial atracció a Barcelona • Polítiques de demanda més actives (marc legal, gestió IP, tax rebate,..)
Talent especialitzat	<ul style="list-style-type: none"> • Atracció i retenció de talent tècnic i creatiu orientat contingut (guionista, directors, showrunners,..) • Atraure i desenvolupar els Perfils comercials internacionals i els de Product Development
Incorporació tecnologia	<ul style="list-style-type: none"> • Incorporació de noves tecnologies en les diferents fases dels serveis de producció (SERVEIS) • Projectes de I+D entre demandants finals, serveis i tecnòlegs- transferència de tecnologia • Suport a les empreses audiovisuals de base tecnològica per desenvolupar mercat
Connexió Ecosistema i millora entorn	<ul style="list-style-type: none"> • Major interacció amb l'ecosistema BCN TECH i el ventall de tecnologies aplicables a Entertainment • Espai de trobada entre la tecnologia i l'audiovisual (espais innovació, incubació,..)- Hub Audiovisual • Necessitat de millorar l'oferta en platós en quantitat i qualitat (platós amb pantalles) respecte altres hubs



Palanques de desenvolupament futures

CONTINGUT -IP

- **Estratègies de creixement en entertainment audiovisual** (Productores i la seva cadena de valor) pels segments de mercat de major creixement (ficció, OTTs,..)
- **Estratègies de creixement via desenvolupament videojocs de IP pròpia**

SERVEIS DE VALOR AFEGIT

- **Creixement i diferenciació de les empreses de Serveis pel Entertainment audiovisual**
 - Business Development Internacional seguint clients de continguts
 - Incorporació noves tecnologies en el procés des de la creació, producció i comercialització
- **Desenvolupar el potencial audiovisual del vertical Corporate, Comunicació, publicitat i MICE**
 - Diagnosi per clients (marques, institucions,..), mapa de la seva cadena de valor, canvis negoci que s'estan produint en el negoci i agents a involucrar

MILLORA de l'ECOSISTEMA

- Suport a empreses de base tecnològica i Major interacció amb l'ecosistema Barcelona i les tecnologies aplicables a Entertainment. Atracció d'empreses
- Espai de trobada entre la tecnologia, talent i indústria audiovisual (espais innovació, incubació,..)- HUB AUDIOVISUAL
- Necessitat de millorar l'oferta en platós en quantitat i qualitat (platós amb pantalles) respecte altres hubs





Àrea d' Anàlisi Estratègica

**Estudi realitzat per Cluster Development.*