

5 d'octubre de 2021

NOTA DE PREMSA

El sector audiovisual català factura 6.702 milions d'euros i dona ocupació a 26.651 treballadors, segons l'Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2020

- El segment més destacat és de l'entreteniment audiovisual (3.869 milions d'euros), seguit del segment de la comunicació-publicitat (2.414 milions) i el dels mitjans de comunicació (419 milions)
- La davallada del consum a causa de la Covid-19 va afectar profundament el sector de la publicitat al llarg del 2020, amb baixades per a tots els mitjans audiovisuals
- La pandèmia va provocar l'augment de la contractació de serveis de televisió de pagament en *streaming*. La plataforma líder va ser Netflix, amb 1.500.600 llars abonades
- Catalunya compta amb 262 emissores de ràdio en FM i 92 canals de TDT
- La cadena de televisió més vista a Catalunya el 2020 va ser TV3, amb un lideratge per onzè any consecutiu i que va mantenir amb el 14,6% de *share*. La van seguir Telecinco (11,0%) i Antena 3 TV (9,0%)
- La mitjana de temps de consum de ràdio per persona va ser de 192 minuts diaris durant el 2020, un 92% més que durant el 2019

L'Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2020, elaborat pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), mostra que el sector audiovisual català va facturar 6.702 milions d'euros i estava format per 1.102 empreses, que donaven ocupació a 26.651 treballadors.

Les dades fan referència al sector audiovisual com un macrosector format per diversos segments de negoci amb cadena de valor pròpia, dels quals destaquen tres segments de negoci principals: els **mitjans de comunicació** (notícies de ràdio i televisió, xarxes socials i premsa digital), l'**entreteniment audiovisual**

(pel·lícules de cinema i de televisió, sèries de televisió i videojocs) i la **comunicació-publicitat** (espots, màrqueting digital, *branded content*, vídeos corporatius i pàgines web).

L'informe del CAC assenyala que dels 6.702 milions d'euros de facturació, 3.869 milions pertanyen al segment de l'entreteniment audiovisual, seguit de la comunicació-publicitat amb 2.414 milions d'euros. En tercera posició hi ha els mitjans de comunicació (419 milions d'euros).

Quant a nombre d'empreses, el segment capdavanter el 2020 va ser el de la comunicació-publicitat (656 empreses amb seu social o amb activitat rellevant a Catalunya), seguit del segment de l'entreteniment, amb 406 empreses, i del segment dels mitjans de comunicació, amb 40 empreses.

Pel que fa al nombre de treballadors, el segment de l'entreteniment audiovisual tornava a ocupar la primera posició (14.102 treballadors), seguit del segment de la comunicació-publicitat (9.254) i dels mitjans de comunicació (3.295 treballadors).

Aquestes dades estan extretes de l'informe *El sector audiovisual a Catalunya. Actualització estratègica*, elaborat per la Direcció General d'Indústria del Departament d'Empresa i Coneixement de la Generalitat en col·laboració amb el Clúster Audiovisual de Catalunya i amb el treball de la consultora Cluster Development. Aquest estudi, realitzat durant el període 2019-2020, va ser presentat el novembre del 2020 i ha estat incorporat a l'Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2020 del CAC.

L'informe del CAC assenyala que a Catalunya la **indústria del videojoc** té una importància rellevant. Està formada per moltes pimes petites, poques empreses locals grans i diverses corporacions internacionals de videojocs que han situat els seus centres de desenvolupament a Barcelona, veient la riquesa en recursos humans especialitzats i un entorn tecnològic (TIC) favorable i molt relacionat amb l'audiovisual.

En aquest sentit, el desembre del 2020 el Govern va presentar el projecte "Catalunya, motor de la innovació audiovisual i del videojoc del sud d'Europa" amb l'objectiu d'esdevenir un centre de referència de recerca i producció per als sectors audiovisual i de continguts digitals a Catalunya.

Pel que fa als **mitjans tradicionals** (ràdio en FM i televisió en TDT), a Catalunya operaven 262 emissores de ràdio i 92 canals de televisió, segons les dades del Registre de prestadors dels serveis de comunicació audiovisual de Catalunya del CAC, consultades el desembre del 2020.

Cal consignar que, el novembre del 2020, el CAC va obrir un **concurs públic** per a l'adjudicació de sis llicències de titularitat privada per a la prestació de

serveis de ràdio en FM. La previsió és atorgar les sis noves llicències al llarg de l'any 2021.

Pel que fa a l'estructura econòmica de les ràdios i la TDT que operaven a Catalunya el 2020, la majoria dels *broadcasters* formaven part d'un **grup de comunicació**. En el sector televisiu, pel nombre de canals que editen, cal destacar el grup de comunicació Mediaset España (Fininvest), el grup Atresmedia (Planeta DeAgostini) i els dos grups de comunicació públics encarregats de gestionar els mitjans de comunicació del Govern d'Espanya i de la Generalitat de Catalunya: la RTVE i la CCMA, respectivament.

En ràdio, els grups que tenen més presència en nombre d'emissores són Prisa i COPE.

Així mateix, el 2020 la majoria de mitjans locals a Catalunya també formaven part de grups de comunicació multimèdia o cadenes radiofòniques o televisives. Entre aquests grups de comunicació multimèdia, cal destacar el Grup Segre, ETV, Cadena Pirenaica, Mola, L'Ebre, Corisa Media Grup, Costa Brava Global Media, i Prosa, principalment. En televisió de proximitat, Teve.cat i Taelus. I en cadenes radiofòniques, GUM, Simalro i Ràdio Marina.

En l'àmbit local, la Xarxa Audiovisual Local (XAL), amb 176 entitats adherides, va aprovar el novembre del 2020 el Pla estratègic 2021-2025.

Així mateix, també hi ha els **serveis d'IPTV**, que a Catalunya provenen de tres empreses de telecomunicacions que hi operen, amb serveis de televisió de pagament (Movistar+, Orange, Vodafone).

I, finalment, estan els **serveis OTT**, oferts per empreses que no són propietàries de la xarxa per on es transmet el senyal. Hi ha dos tipus d'OTT: d'una banda, els serveis sota demanda, que ofereixen un menú tancat (tot i que molt extens) de continguts sobre els quals posseeixen els drets d'explotació comercial. I, de l'altra, les plataformes d'intercanvi de vídeos (PIV) i els serveis de vídeo de les xarxes socials.

Pel que fa als serveis sota demanda que ofereix la base de dades MAVISE, de l'Observatori Europeu de l'Audiovisual (Consell d'Europa), comptabilitza fins a un total de 1.492 serveis audiovisuals a petició a Europa, entre els quals hi ha Amazon Prime, Apple TV, EuroSport (filial de Discovery), HBO i YouTube Premium. A Espanya, MAVISE comptabilitza fins a un total de 38 serveis audiovisuals a petició.

La davallada del consum de béns i serveis a causa de la Covid-19 va afectar profundament el **sector de la publicitat** al llarg del 2020. Quan el mercat publicitari tot just s'havia recuperat de la crisi econòmica del 2008, el consum va tornar a caure i, de retruc, l'activitat publicitària. El descens generalitzat de la

inversió publicitària va afectar tots els mitjans, però en graus diversos. En aquest sentit, mentre que la publicitat digital va patir menys les conseqüències de la crisi del coronavirus, els mitjans convencionals se'n van ressentir força. En concret, la televisió estatal en obert va patir una reducció dels ingressos publicitaris del 19,2% en relació amb el 2019, la televisió de pagament, del 8,9%, l'autònoma, del 12,6% i la local, del 16,9% segons dades d'InfoAdex referides a Espanya.

L'Associació Catalana de Ràdio (ACR) estima que la ràdio generalista va concentrar el 68,8% d'aquesta inversió (29,8 M€), mentre que les temàtiques van continuar perdent quota i en van representar el 31,2% (13,5 M€).

La pandèmia de Covid-19 va afectar greument el teixit econòmic i social global. Per intentar donar resposta a la situació, les administracions i els governs van desplegar polítiques públiques d'urgència. El sector audiovisual a Catalunya va rebre durant el 2020 un total de 68,8 milions d'euros en concepte **d'ajuts econòmics i financers** per part d'entitats públiques, dels quals gairebé 10 milions es van destinar a mitigar les conseqüències de la crisi sanitària.

L'any 2020 va estar marcat per la pandèmia de Covid-19, que va dur associada unes mesures excepcionals que van repercutir en els **hàbits del consum audiovisual**. Aquestes mesures van modificar els hàbits, l'oci i les necessitats de les persones consumidores, i van afavorir, d'una banda, la reconexió de les audiències amb els mitjans de comunicació tradicionals (especialment la televisió) i, de l'altra, l'augment del consum audiovisual en línia.

En primer lloc, es constata un increment del consum global de televisió entre tots els grups d'edats, tot i que amb intensitats diferents. Aquest augment es va distribuir de manera força equilibrada entre les diverses cadenes, però va afavorir les públiques. Quant a formats, la situació va propiciar un consum més alt de continguts informatius –sobretot teleinformatius–, de ficció i d'entreteniment.

Amb caràcter general, la cadena de **televisió** més vista a Catalunya el 2020 va ser TV3, amb un lideratge per onzè any consecutiu i que va mantenir amb el 14,6% de *share*. La van seguir Telecinco (11,0%) i Antena 3 TV (9,0%), tot i que amb una quota lleugerament més baixa que la del 2019.

Una de les conseqüències dels canvis mediàtics arran de la Covid-19 durant el 2020 va ser l'augment de la contractació de **serveis de televisió de pagament** IPTV, com Movistar+ i Orange TV, i, sobretot, l'increment de subscripcions a plataformes OTT de contingut de pagament sota demanda, com Netflix, Amazon Prime Video, Disney+ o Filmin. El líder de les plataformes de televisió de pagament (tant OTT com IPTV) va ser Netflix, amb 1.500.600 llars abonades, la qual cosa significa 3.241.434 persones.

D'acord amb les dades de l'Estudi General de Mitjans, la mitjana de temps de consum de **ràdio** per persona va ser de 192 minuts diaris durant el 2020, xifra que representa un 92% més que el mateix període del 2019.

Quant a emissores, RAC1 va continuar com a líder d'audiència a Catalunya amb 781.000 oients (de dilluns a diumenge), Catalunya Ràdio, en segona posició amb 583.000 oients i la Cadena SER, en tercer lloc amb 393.000. Les segueixen la COPE amb 187.000 oients, Onda Cero amb 111.000 i RNE amb 89.000.

L'audiovisual a Catalunya (2020)

Més informació: **Comunicació del CAC** • C/ dels Vergós, 36-42 • 08017 Barcelona
Tel.: 935 575 000 i 627 480 483 • Fax: 935 575 003
Adreça electrònica: comunicacio.cac@gencat.cat
Web: www.cac.cat