



Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya

20

Tercer quadrimestre del 2021
Número 20. Gener del 2022

Sumari

Penetració de l'audiovisual a Catalunya

3



TDT

5

Oferta de TDT a Catalunya	6
La TDT d'àmbit nacional	7
La TDT d'àmbit estatal	8
La TDT d'àmbit local	9
Audiència de la TDT	12



Audiovisual en línia

15

Subscripcions a plataformes de televisió IPTV	16
Subscripcions a serveis OTT de pagament	17
Vídeo en línia. Hàbits de consum	18
Presència d'obra europea a Netflix	21
Presència del català a Netflix	22



Ràdio

23

Oferta d'emissores de ràdio a Catalunya	24
La ràdio pública	25
La ràdio privada	26
Ràdios municipals públiques per comarques	27
Audiències de la ràdio	28



L'apunt.

El sector dels e-Sports i la indústria dels videojocs 34

El sector dels e-Sports. Ingressos	35
El sector dels e-Sports. Audiència	36
El sector dels e-Sports. Plataformes principals al món	37
La indústria dels videojocs. Ingressos	38
La indústria dels videojocs. Jugadors	39
La indústria dels videojocs a Catalunya	40
eduCAC: Què t'hi jugues?	41



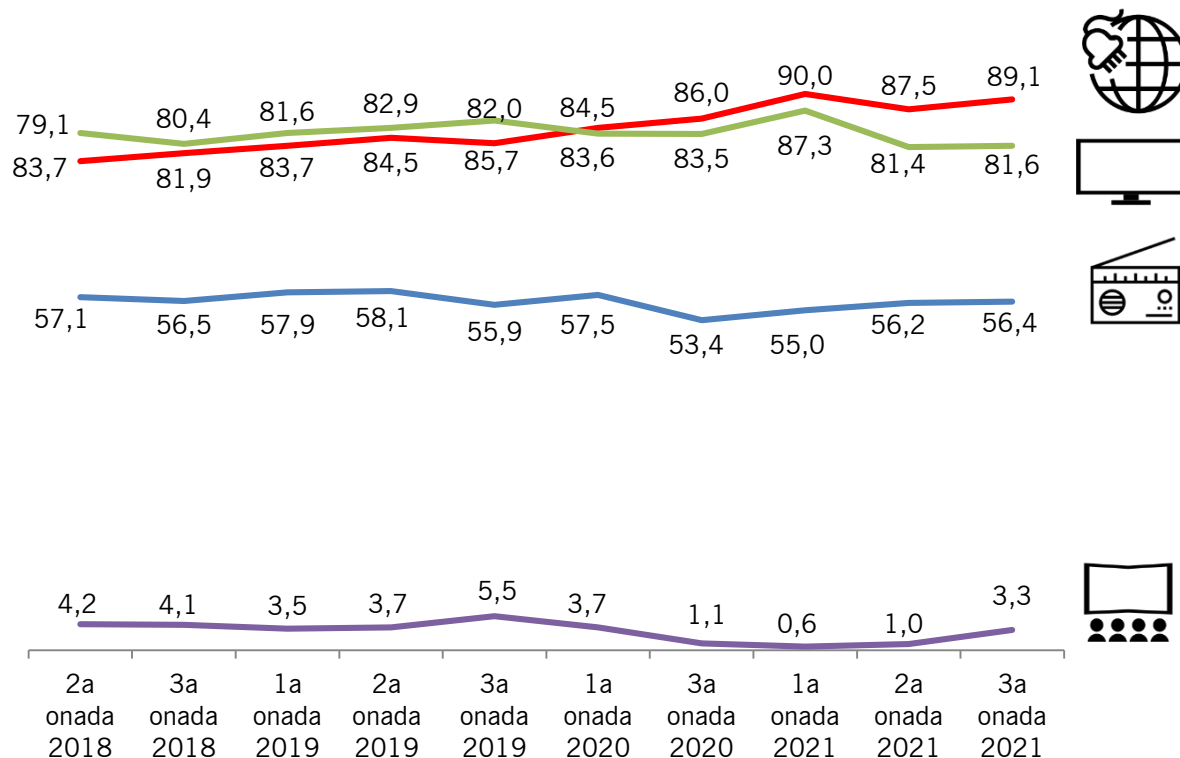
Flaixos

42



Penetració de l'audiovisual a Catalunya (1)

Penetració de l'audiovisual a Catalunya (en % sobre la població)



CONSUM A CATALUNYA

L' any 2021 s'ha consumit una mitjana diària de **3 hores i 5 minuts** de televisió.

En **ràdio**, s'escolta diàriament una mitjana d'**1 hora i 37 minuts** de dilluns a diumenge.

Nota: A causa de la pandèmia de la Covid-19, el 2020 l'EGM no va dur a terme la segona onada.
 Penetració: percentatge que l'audiència de cada mitjà representa en relació amb el total de la població.
 Les dades relatives a internet fan referència a la connexió, indistintament de l'ús que se'n faci.
 Períodes: ràdio (dilluns-diumenge); televisió i internet (audiència del dia anterior a l'entrevista); cinema (última setmana).

Font: EGM – Dades Catalunya – 3a onada 2021.

Penetració de l'audiovisual a Catalunya (i 2)

Penetració de l'audiovisual a Catalunya. Per sexe i franja d'edat (en %)



SEXE / EDAT	INTERNET	TELEVISIÓ	RÀDIO	CINEMA
Total població	89,1	81,6	56,4	3,3
Homes	91,0	81,3	59,8	3,6
Dones	87,2	81,9	53,2	3,0
De 14 a 19 anys	98,0	73,6	45,8	4,3
De 20 a 24 anys	99,0	66,0	49,5	3,4
De 25 a 34 anys	99,2	70,6	52,4	3,0
De 35 a 44 anys	97,8	78,5	62,7	2,2
De 45 a 54 anys	96,6	85,1	65,2	5,1
De 55 a 64 anys	92,3	86,3	60,0	3,5
De 65 a 74 anys	80,2	91,0	54,5	3,1
De 75 anys i més	44,4	91,9	44,3	1,7

Font: EGM – Dades Catalunya – 3a onada 2021.



Oferta de TDT a Catalunya

 Canal TV  TV privada  TV pública



La llar catalana rep una mitjana de 35 canals de televisió en obert: 8 d'àmbit nacional, 26 d'estatal i els canals d'àmbit local.

84 canals de televisió tradicional en obert

7 de cada 10 canals de televisió són **privats** i la meitat emeten en l'àmbit **local**.

8 canals d'àmbit nacional



4 públics



4 privats



26 canals d'àmbit estatal



5 públics



21 privats



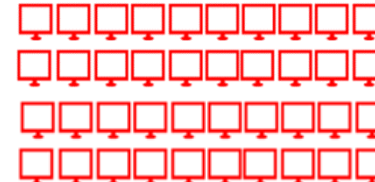
50 canals d'àmbit local



11 públics



39 privats



Nota: dins del BIAC es denomina *canals* (terme usual) als *programes* (terme tècnic i administratiu) de TDT que emeten per cada múltiplex (MUX). Aquest és el primer número del BIAC en què es comptabilitzen només una vegada els canals de televisió que emeten en *simulcast* en alta definició (TV3, Barça TV, La 1, Clan, Teleduarte, Antena 3, laSexta, Telecinco i Cuatro).

Font: CAC (canals TDT nacional i local) i Ministeri d'Economia i Empresa (canals TDT estatal). Desembre del 2021.

La TDT d'àmbit nacional

■ TV pública ■ TV privada □ Llengua vehicular

Per titularitat, oferta i llengua vehicular

□ Català

8 canals	4 canals públics 50%	Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA)	
	4 canals privats ^A 50%		

^A El mes de juliol el CAC autoritza la modificació de l'estructura accionarial del prestador Emissions Digitals de Catalunya SAU (EDICA), com a conseqüència d'una operació mercantil de transmissió d'accions a favor de la societat OC 2022 ([Acord 68/2021](#), de 15 de juliol, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya). Els canals 8tv i Verdi Classics són prestats per EDICA (societat titular del MUX); i els canals de TDT arrendats Barça TV i Fibracat per Futbol Club Barcelona i la societat Alta Tecnologia en Comunicació, respectivament.

^B El mes de novembre inicia l'emissió Verdi Classics, canal de TV en obert especialitzat en cinema. Verdi Classics substitueix BOMcine.

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Desembre del 2021.

La TDT d'àmbit estatal

■ TV pública ■ TV privada □ Llengua vehicular

Per titularitat, oferta i llengua vehicular

□ Castellà

26 canals	5 canals públics 19%	Corporación de Radio y Televisión Española (CRTVE) 1 2 24h clan tdp				
	21 canals privats 81%	Atresmedia Televisión 	Mediaset España 	NET TV 	13TV 	Secuoya 

Nota: El prestador CRTVE emet continguts en català per a Catalunya mitjançant els canals La 1, La 2 i Canal 24 Horas.

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya i webs corporatius dels prestadors de serveis de comunicació audiovisual. Desembre del 2021.

La TDT d'àmbit local (1)

■ TV pública ■ TV privada □ Llengua vehicular

Per titularitat, oferta i llengua vehicular

□ Català

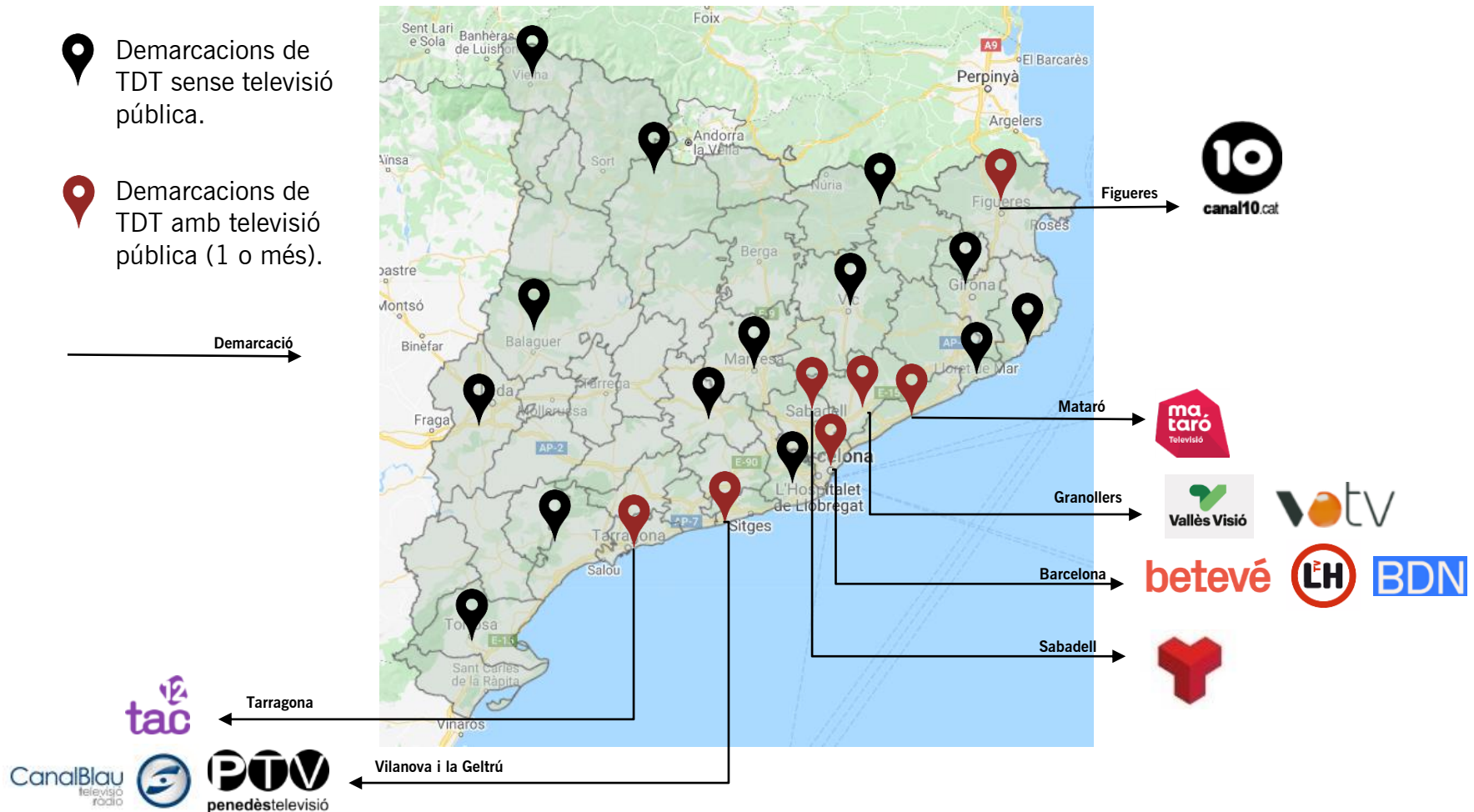
50 canals	11 canals públics 22%	
	39 canals privats 78%	Tevecat tevecat Ebre te Segre TO7 lleida televisió Corisa Media Grup tvr TV Ripollès Taelus taronja CB Global Media CB TV ETV etv Prosa EL 9 TV Cadena Pirenaica RTV TO7 pirineus tv Doble Columna L21 Mola mola tv

Nota: Els canals privats s'agrupen per grups de comunicació, si escau. El quadre comptabilitza els 3 canals de TDT-L privats de les demarcacions de Manresa, Vilanova i la Geltrú i Tortosa.

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Desembre del 2021.

La TDT d'àmbit local (2)

11 televisions públiques distribuïdes en 7 demarcacions de TDT

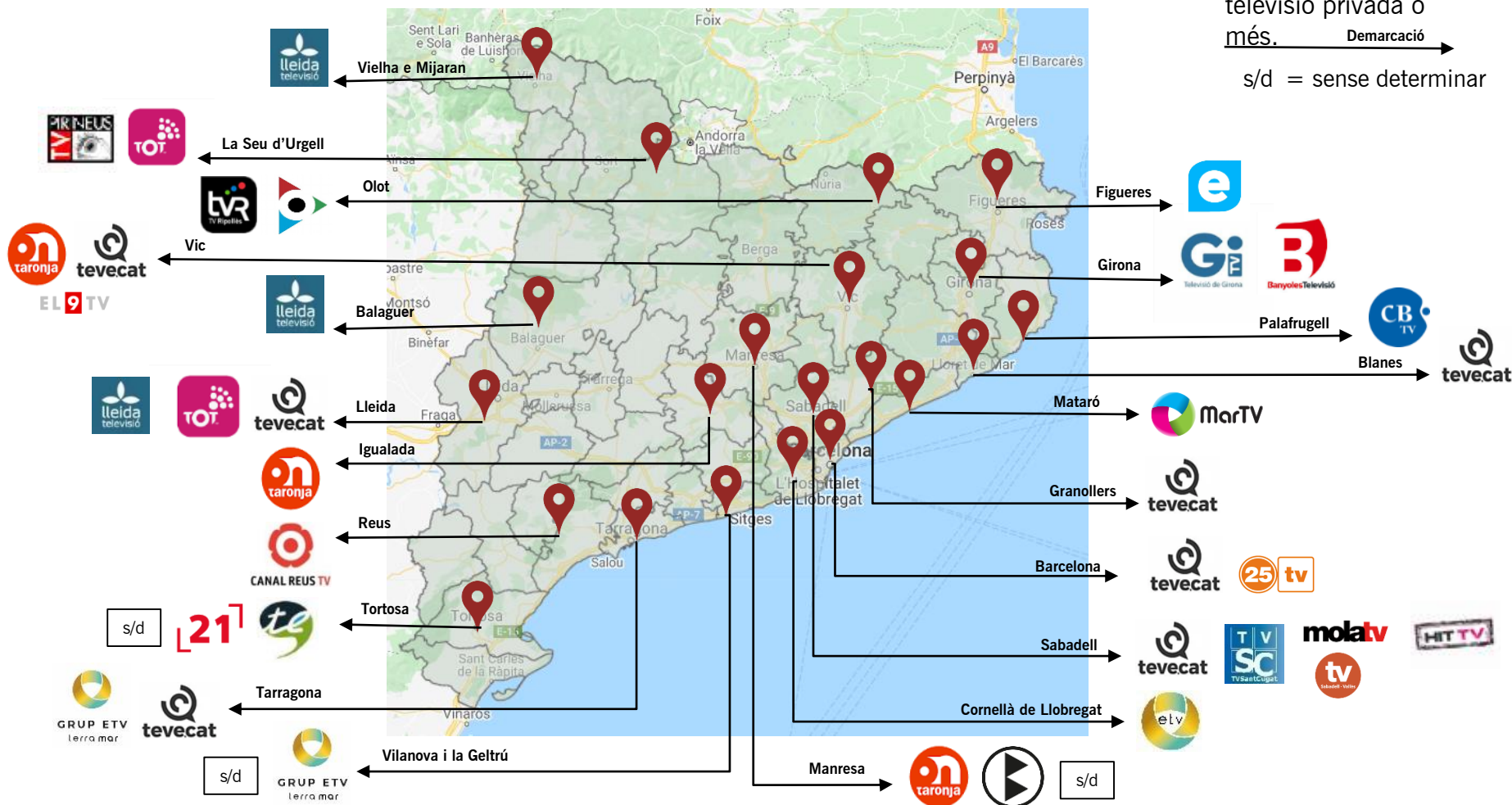


Font: [Mapa de mitjans audiovisuals de Catalunya](#) del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Desembre del 2021.

La TDT d'àmbit local (i 3)

39 televisions privades distribuïdes en 21 demarcacions

Demarcacions de TDT amb 1 televisió privada o més.
Demarcació
s/d = sense determinar

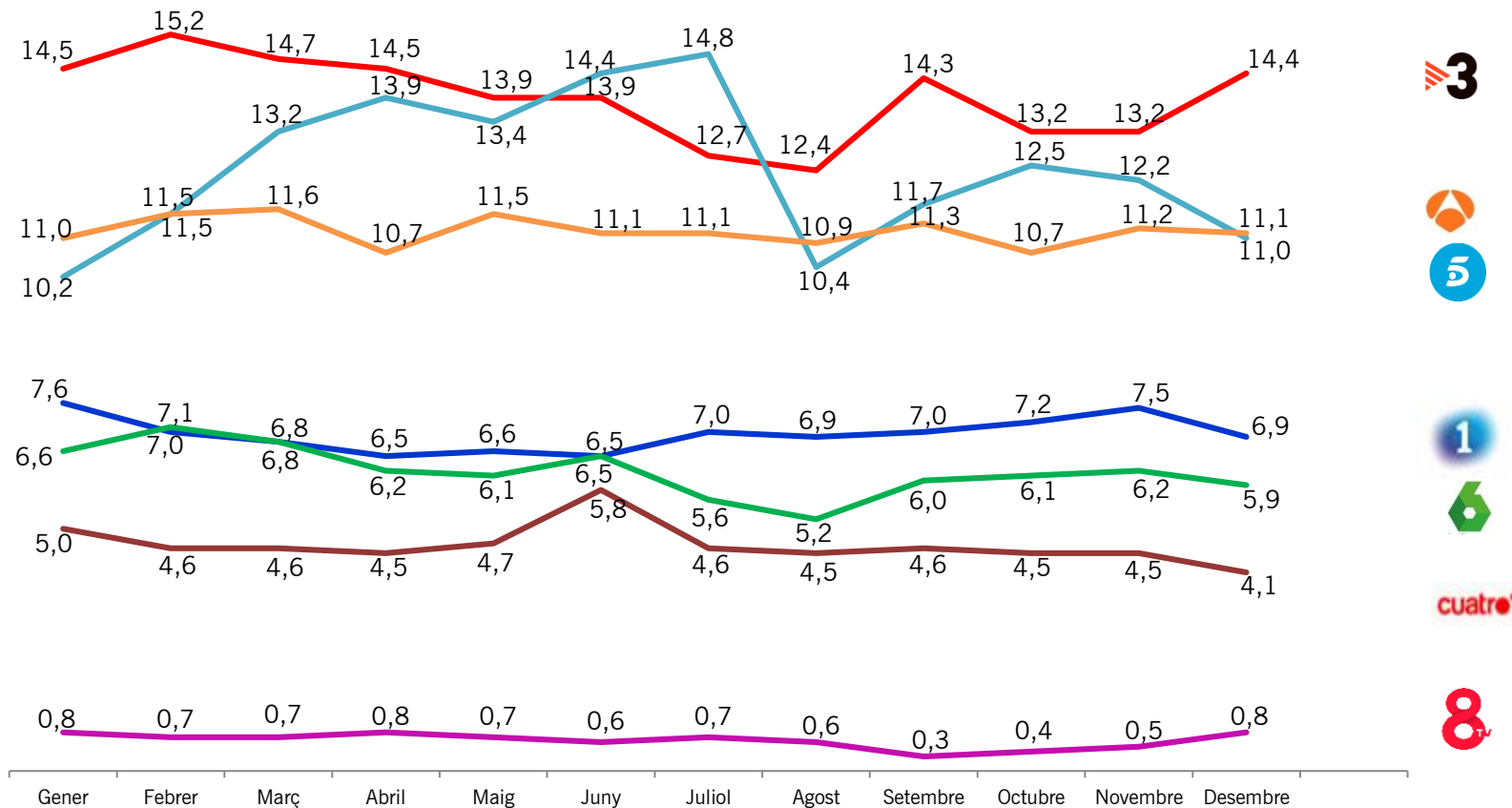


Font: [Mapa de mitjans audiovisuals de Catalunya](#) del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Desembre del 2021.

Audiència de la TDT (1)

Evolució mensual de la quota de pantalla dels principals canals de TDT a Catalunya

(en %, de gener a desembre del 2021)



Nota: la quota de pantalla o *share* és el percentatge d'individus que miren una cadena determinada respecte del total de persones que miren la televisió en aquell moment.

Font: [Barlovento Comunicación](#).

Audiència de la TDT (2)

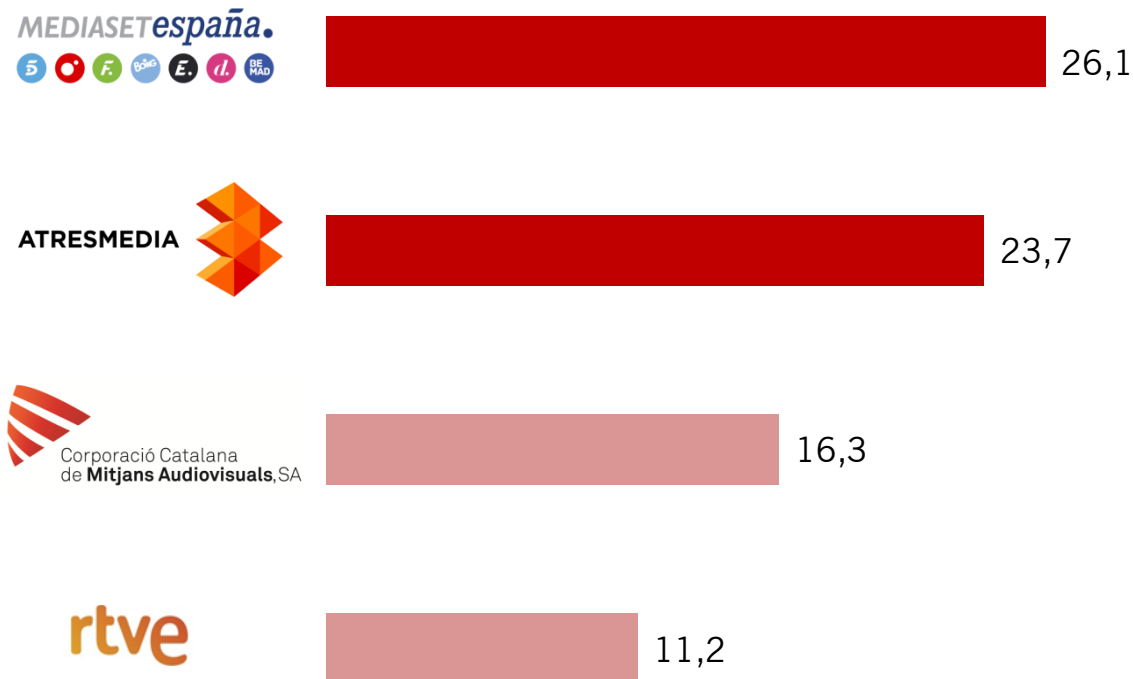
Quota mensual de pantalla per canals a Catalunya. Any 2021 (en % i en ordre descendent segons la mitjana anual)

Cadena	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Mitjana 2021
TV3	14,5	15,2	14,7	14,5	13,9	13,9	12,7	12,4	14,3	13,2	13,2	14,4	14,0
Telecinco	10,2	11,5	13,2	13,9	13,4	14,4	14,8	10,4	11,7	12,5	12,2	11,0	12,4
Antena 3 TV	11,0	11,5	11,6	10,7	11,5	11,1	11,1	10,9	11,3	10,7	11,2	11,1	11,1
La1	7,6	7,0	6,8	6,5	6,6	6,5	7,0	6,9	7,0	7,2	7,5	6,9	7,0
laSexta	6,6	7,1	6,8	6,2	6,1	6,5	5,6	5,2	6,0	6,1	6,2	5,9	6,2
Cuatro	5,0	4,6	4,6	4,5	4,7	5,8	4,6	4,5	4,6	4,5	4,5	4,1	4,7
Energy	2,8	2,4	2,6	2,4	2,6	3,0	2,8	3,2	2,8	3,0	2,9	3,2	2,8
La2	2,3	2,3	2,3	2,2	2,2	2,3	2,4	2,7	2,8	2,6	2,5	2,9	2,4
Factoría de Ficción	2,2	2,2	2,1	2,0	2,0	2,2	2,3	2,2	2,0	2,4	2,3	2,0	2,2
Divinity	2,0	2,0	1,7	1,9	1,7	1,7	2,0	3,4	2,2	2,8	2,4	1,9	2,1
Paramount Network	1,9	2,0	1,9	2,0	2,0	1,8	2,0	1,9	2,0	2,0	2,0	1,9	2,0
Neox	2,2	2,2	2,0	1,8	1,8	1,8	2,1	2,3	1,8	1,6	1,6	1,6	1,9
Atreseries	1,8	1,7	1,5	1,7	1,9	1,7	1,7	2,0	1,7	1,9	2,0	2,1	1,8
DMax	1,6	1,6	1,7	1,9	1,9	1,7	1,9	2,2	2,0	1,7	1,5	1,7	1,8
TRECE	2,0	1,9	1,6	1,6	1,8	1,7	1,7	1,9	1,7	1,5	1,4	1,5	1,7
3/24	1,6	1,5	1,3	1,4	1,3	1,2	1,4	1,3	1,5	1,3	1,3	1,3	1,4
Mega	1,2	1,2	1,3	1,2	1,4	1,4	1,3	1,5	1,3	1,3	1,5	1,6	1,3
Nova	1,5	1,1	1,3	1,2	1,4	1,6	1,2	1,3	1,1	1,7	1,4	1,4	1,4
Dkiss	1,0	0,9	0,8	1,0	1,3	1,3	1,4	1,5	1,4	1,2	1,6	1,2	1,2
Boing	1,1	1,3	1,3	1,1	0,9	0,8	1,0	1,0	1,3	1,1	1,3	1,4	1,1
TEN	0,7	0,7	0,6	0,7	0,7	0,7	0,8	1,0	0,9	0,9	0,8	0,8	0,8
Clan	1,1	0,8	0,8	0,8	0,6	0,6	0,6	0,5	0,5	0,6	0,6	0,7	0,7
8tv	0,8	0,7	0,7	0,8	0,7	0,6	0,7	0,6	0,3	0,4	0,5	0,8	0,6
Disney Channel	0,5	0,5	0,5	0,4	0,5	0,6	0,4	0,8	0,9	0,6	0,6	0,7	0,6
24h	0,7	0,7	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,6	0,7	0,6	0,5	0,5	0,6
Teledporte	0,4	0,3	0,4	0,4	0,5	0,4	1,3	1,5	0,4	0,3	0,4	0,3	0,5
Gol	0,5	0,5	0,6	0,6	0,7	0,5	0,4	0,5	0,5	0,6	0,6	0,5	0,5
Super3/33	0,6	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,6	0,6	0,4	0,4	0,5	0,5
BeMad	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,6	0,8	0,5	0,6	0,5	0,6	0,6
Esport3	0,5	0,4	0,6	0,5	0,5	0,4	0,3	0,4	0,5	0,5	0,6	0,5	0,5

Font: [Barlovento Comunicación](#).

Audiència de la TDT (i 3)

Quota de pantalla a Catalunya (en % per grups, mitjana anual del 2021)



Font: Elaboració pròpia a partir de dades de [Barlovento Comunicación](#).



Audiovisual en línia

Subscripcions a plataformes de televisió IPTV

Llars i persones abonades a les principals plataformes d'IPTV de pagament convencionals. Catalunya. Octubre-novembre 2021

TELEVISIÓ DE PAGAMENT CONVENCIONAL	LLARS 		PERSONES ABONADES 	
	709.956	23,4%	1.604.043	24,3%
	169,804	5,6%	429.065	6,5%
	145.632	4,8%	323.449	4,9%

1 de cada 4 llars catalanes tria Movistar+ com a opció de televisió de pagament IPTV, amb més d'un milió i mig de persones abonades, l'equivalent al 24,3% de la població. Per la seva banda, **Orange/Jazztel TV** arriba gairebé al mig milió i **Vodafone** es queda amb poc més de tres-centes mil subscripcions. Això no obstant, les tres plataformes decreixen lleugerament en relació amb la primera onada de l'any.

Les respostes poden ser múltiples, ja que una mateixa llar o persona pot comptar amb una o més subscripcions a plataformes de pagament, ja siguin IPTV o OTT.

Font: EGM – Dades Catalunya. 3a onada del 2021. Base: 3.034.000 llars i 6.601.000 persones.

Subscripcions a serveis OTT de pagament

Llars i persones abonades a les principals plataformes audiovisuals OTT de pagament. Catalunya. Octubre-novembre 2021

PLATAFORMA VoD - OTT	LLARS 	PERSONES ABONADES 
NETFLIX	1.662.632 54,8%	3.881.388 58,8%
prime video	1.071.002 35,3%	2.580.991 39,1%
Disney+	409.590 13,5%	1.023.155 15,5%
HBOmax	436.896 14,4%	983.549 14,9%
DAZN	136.530 4,5%	356.454 5,4%
Rakuten TV	87.986 2,9%	204.631 3,1%
FILMIN	97.088 3,2%	191.429 2,9%
Altres proveïdors	248.788 8,2%	574.287 8,7%

Els serveis OTT a Catalunya superen els **9,7 milions de subscripcions** i tenen un **38,1% més de persones abonades** respecte del mateix període de l'any anterior.

Netflix continua liderant el rànquing amb un total de 3,8 milions de persones abonades (el 58,8% de la població).

La segona OTT més popular és **Amazon Prime Video**, amb 2,5 milions de persones subscrites i un 39,1% de quota.

Destaca el creixement de **Disney+**, que desbanca HBO Max de la tercera posició del rànquing i supera el milió de persones abonades.

Font: EGM – Dades Catalunya. 3a onada del 2021. Base: 3.034.000 llars i 6.601.000 persones.

Vídeo en línia. Hàbits de consum (1)

8 de cada 10 persones usuàries han reduït alguna de les seves activitats habituals per mirar vídeos en línia. Els hàbits més afectats han estat **mirar la televisió tradicional** (63,2%) i **anar al cinema** (51,3%)

Principals activitats reduïdes per visualitzar continguts a través de vídeo en línia. Any 2021 (en %)



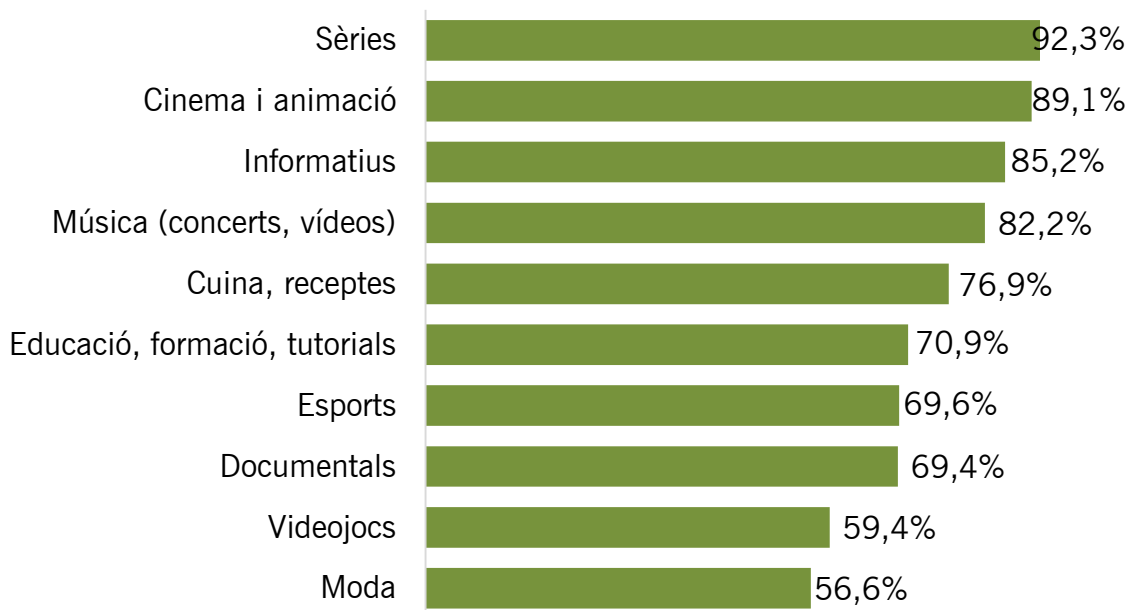
De manera concreta, els continguts que s'han vist més afectats en la televisió tradicional han estat les sèries, el cinema/animació, les notícies i els documentals.

Font: IAB Spain Video Online. Univers: internautes espanyols +16 anys. Mostra: 1.046 entrevistes.

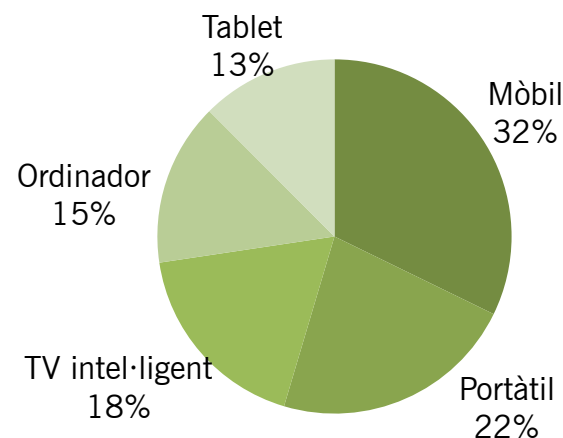
Vídeo en línia. Hàbits de consum (2)

Els continguts **més visionats** són les **sèries, el cinema i l'animació**. El dispositiu tecnològic més usat per la persona consumidora de vídeo en línia és **el mòbil**, seguit del **portàtil i la televisió intel·ligent**.

Rànquing dels continguts de vídeo en línia més visionats (en %)



Dispositius tecnològics preferits per la persona usuària (en %)



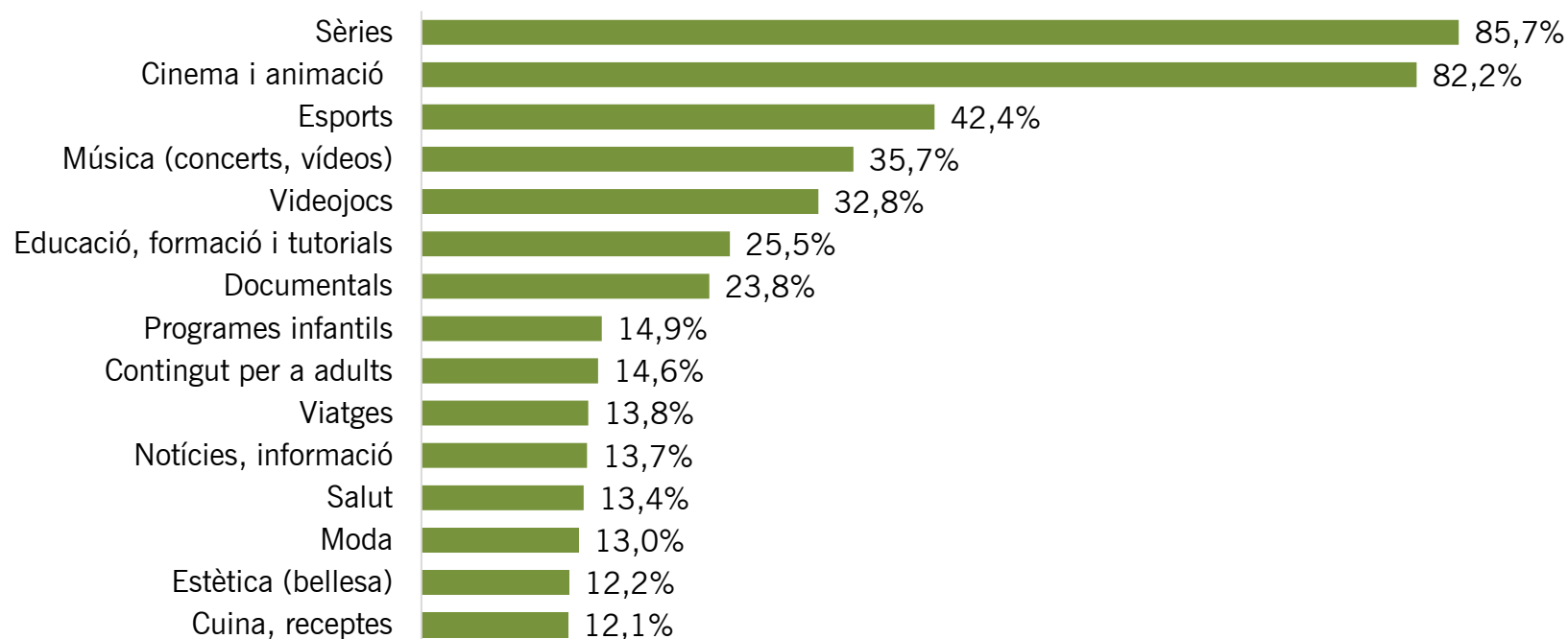
Per formats, els **vídeos curts en xarxes socials** (TikTok, YouTube, Instagram...) són els més visionats i representen un **89,6%**.

Font: IAB Spain Video Online. Univers: internautes espanyols +16 anys. Mostra: 1.046 entrevistes.

Vídeo en línia. Hàbits de consum (i 3)

7 de cada 10 persones indiquen que han pagat per mirar continguts en línia. Les **sèries i el cinema i l'animació** són els **continguts de pagament** més destacats (més del 80%).

Penetració de pagament per continguts de vídeo en línia. Any 2021 (en %)



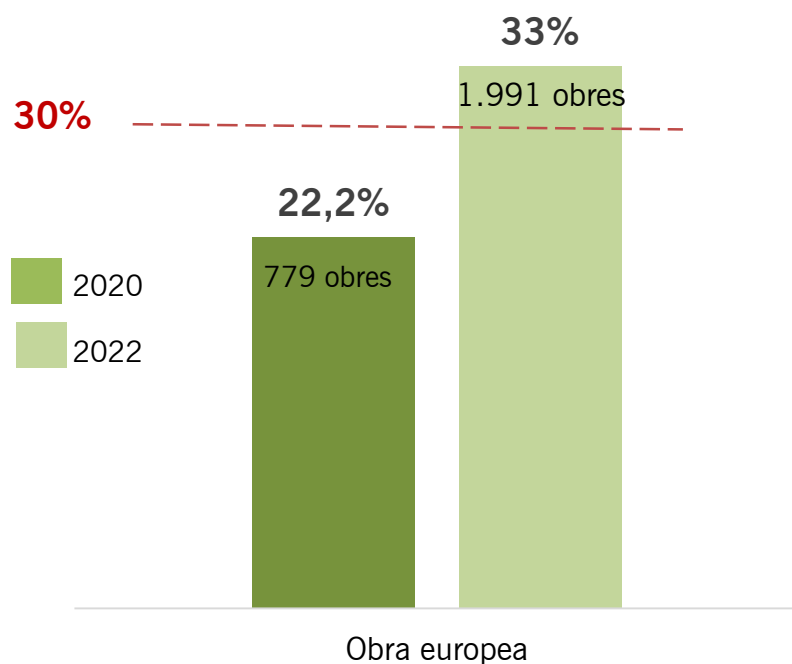
Font: IAB Spain Video Online. Univers: internautes espanyols +16 anys. Mostra: 1.046 entrevistes.

Presència d'obra europea a Netflix

La plataforma Netflix **assoleix** per **primera vegada** el mínim d'oferta d'obra europea en el catàleg que estableix la [Directiva de serveis de comunicació audiovisual](#), amb un **33%** d'obres europees en el seu catàleg.

La plataforma ofereix un total de **6.034 obres** a l'any 2022, i **gairebé duplica** l'oferta de l'any 2020 (3.512 títols). Per gèneres, les obres es distribueixen en **llargmetratges i pel·lícules per a TV** (53,6%) i **obres seriades** (46,4%).

Presència d'obra europea en el catàleg de Netflix. Anys 2020 i 2022



NETFLIX

L'any 2022 la plataforma disposa d'un total de **1.991 obres europees** en catàleg, un 11% més respecte del 2020 (779 obres europees).

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya (Gener del 2022)

Presència del català a Netflix

La presència del català al conjunt del catàleg de Netflix és gairebé nul·la: un 0,5%

De les més de 6.000 obres (llargmetratges i sèries) **només 30** tenen disponibilitat en llengua catalana a l'àudio o als subtítols.

Si es compara **dins del total d'obres europees**, els percentatges del català a Netflix no milloren gaire:

El **0,7%** de les 2.000 obres europees del catàleg de la plataforma té disponibilitat en català (àudio o subtítols).

Aquest percentatge baixa fins el **0,5%** en el cas **d'obres rodades amb llengua originària en català**.

Presència del català al catàleg de Netflix. Anys 2020 i 2022

NETFLIX	Títols disponibles en català		Total catàleg
	%	Nombre d'obres	Total obres
Any 2020	0,3	9	3.512
Any 2022	0,5	30	6.034

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya (Gener del 2022)



Oferta d'emissores de ràdio a Catalunya

■ Ràdio pública
■ Ràdio privada

262 emissores de ràdio

El 75% de les freqüències d'FM a Catalunya emeten oferta de ràdio pública.



La llar catalana rep una mitjana de més de 30 emissores: 12 ràdios d'àmbit nacional, 19 d'estatal i les emissores d'àmbit local.

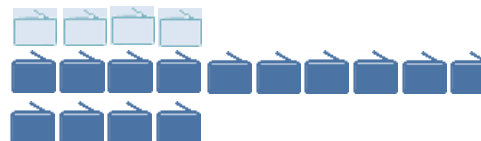
13 emissores d'àmbit nacional

5 públiques
8 privades



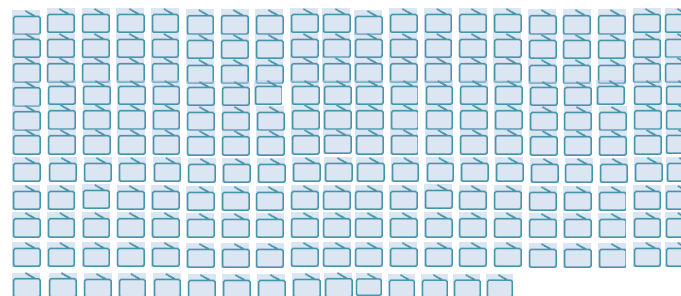
18 emissores d'àmbit estatal

4 públiques
14 privades



231 emissores d'àmbit local

215 públiques



16 privades



Nota: dins del BIAC s'entén per *emissora* el mitjà de comunicació que emet un producte radiofònic per mitjà d'una o més freqüències.

Font: CAC (FM local), CCMA (FM nacional) i Ministeri d'Economia i Empresa (FM estatal públiques). Desembre del 2021.

La ràdio pública

 Llengua vehicular

Per zona de servei i llengua d'emissió

224 emissores públiques	5 emissores àmbit territorial Catalunya	      Català
	4 emissores àmbit territorial Espanya	     Castellà
	215 emissores àmbit territorial local	(Exemples d'emissores municipals)              Català

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya (FM local), Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (FM nacional) i Ministeri d'Economia i Empresa (FM estatal). Desembre del 2021.

La ràdio privada

 Llengua vehicular

Per zona de servei i llengua d'emissió

38 emissores privades	8 emissores àmbit territorial Catalunya	              Català
	14 emissores àmbit territorial Espanya	                   Castellà (excepte desconnexions)
	16 emissores àmbit territorial local	               Català

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Desembre del 2021.

Ràdios municipals públiques per comarques

Del Montsià al Pla d'Urgell

Montsià



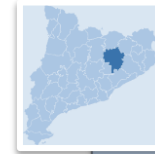
- [Alcanar Ràdio](#) (107.5)
- [Amposta Ràdio](#) (87.8)
- [La Sènia Ràdio](#) (107.4)
- [Ràdio Joventut](#) (Masdenverge, 96.3)
- [Ràdio Ràpita](#) (107.9)
- Ràdio Sant Jaume (97.1)
- [La Plana Ràdio](#) (Santa Bàrbara, 100.6)
- Ràdio Ulldecona (95.0)

Noguera



- [EMUN FM Ràdio Albesa](#) (99.4)
- Ràdio Artesa de Segre (90.2)
- [Ràdio Balaguer](#) (107.4)
- Ràdio Foradada (107.6)
- Ràdio Menàrguens (107.7)
- Ràdio Ponts (107.1)
- Vallfogona Ràdio (107.9)

Osona



- Ràdio Pista (Balenyà, 107.3)
- [Ràdio Manlleu](#) (107.0)
- Ràdio Montesquieu (107.9)
- Ràdio [Roda](#) (107.6)
- Ràdio [Vultregà](#) (107.8)
- Ràdio [Taradell](#) (106.7)
- [Ràdio Ona](#) (Torelló, 107.4)

Pallars Jussà



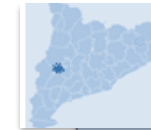
- Ràdio La Pobla (107.1)
- Ràdio Tremp (107.4)

Pla de l'Estany



- [Ràdio Banyoles](#) (107.3)

Pla d'Urgell



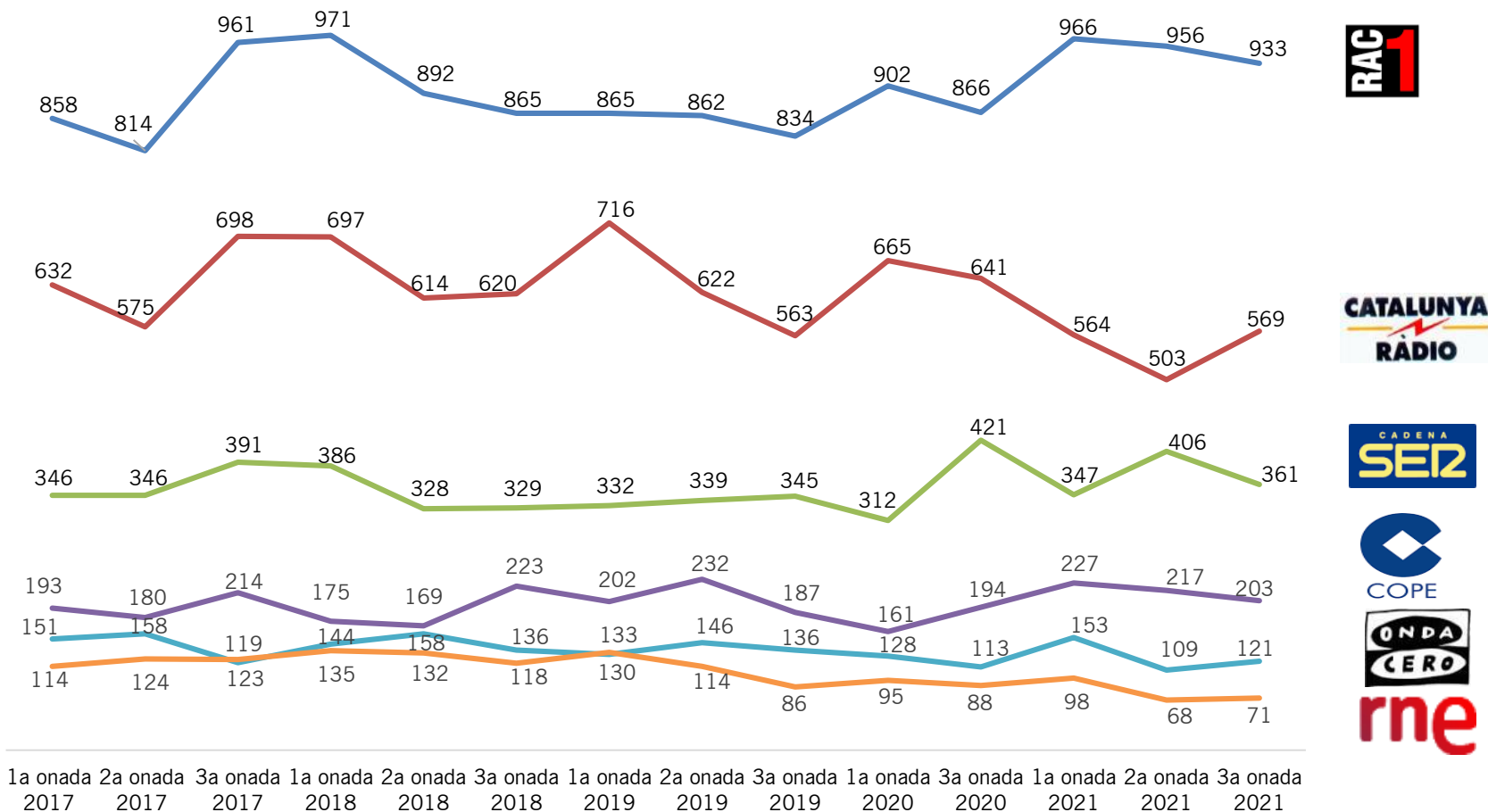
- [Ràdio Ponent](#) (Mollerussa 106.8)
- Ràdio Torregrossa (95.7)
- Xtrem FM (Linyola, 104.8)

Font: [Mapa de mitjans audiovisuals de Catalunya](#) del CAC, pàgines corporatives de les emissores locals i Idescat (mapes). Consulta: 12/2021.

Audiències de la ràdio (1)

Rànquing de les ràdios generalistes. Audiència

(evolució de les últimes onades, en milers, dia anterior a l'entrevista, de dilluns a divendres)

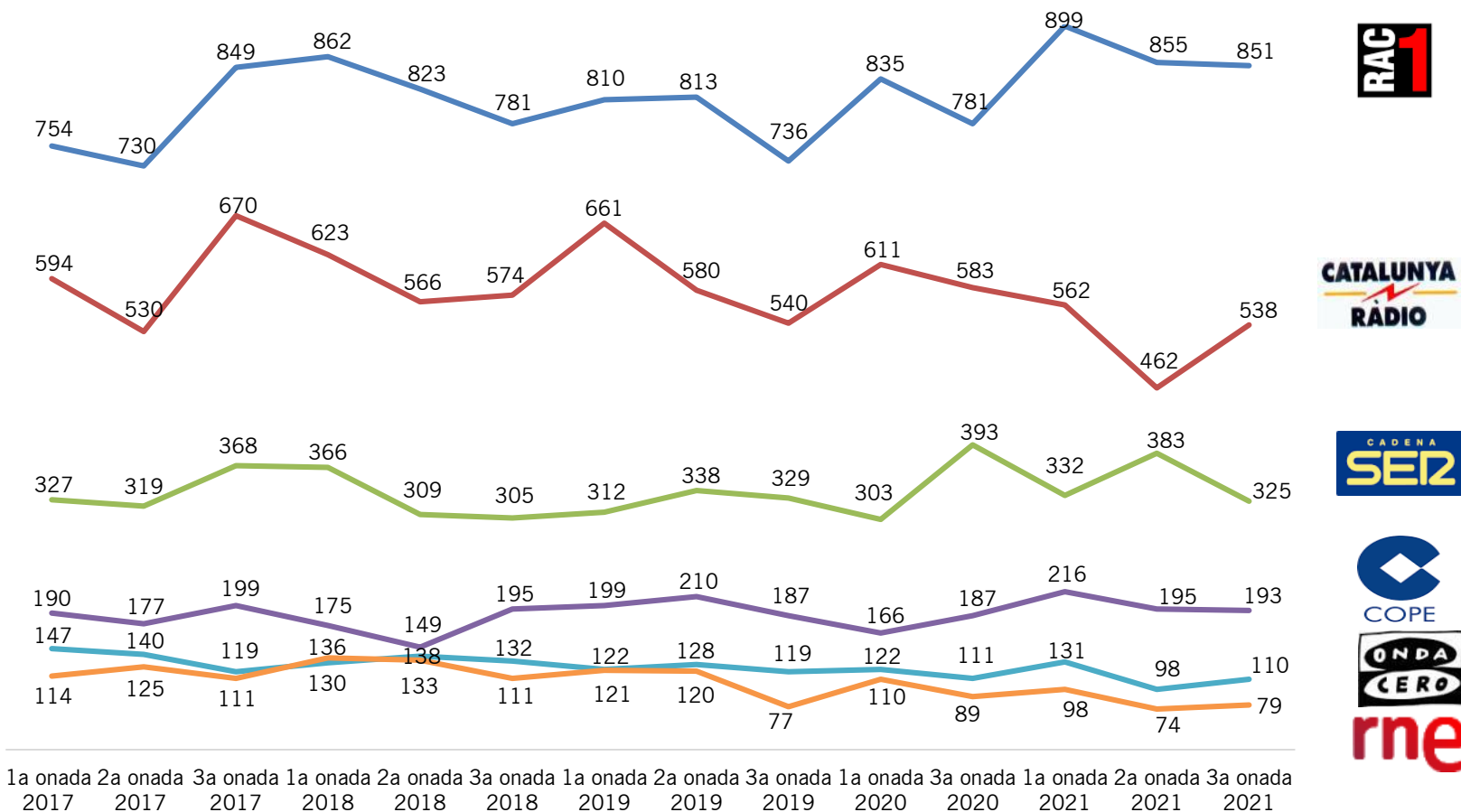


Font: EGM – Dades Catalunya – 3a onada 2021. Nota: EGM no va dur a terme la segona onada del 2020 a causa de la pandèmia.

Audiències de la ràdio (2)

Rànquing de les ràdios generalistes. Audiència

(evolució de les últimes onades, en milers, dia anterior a l'entrevista, de dilluns a diumenge)

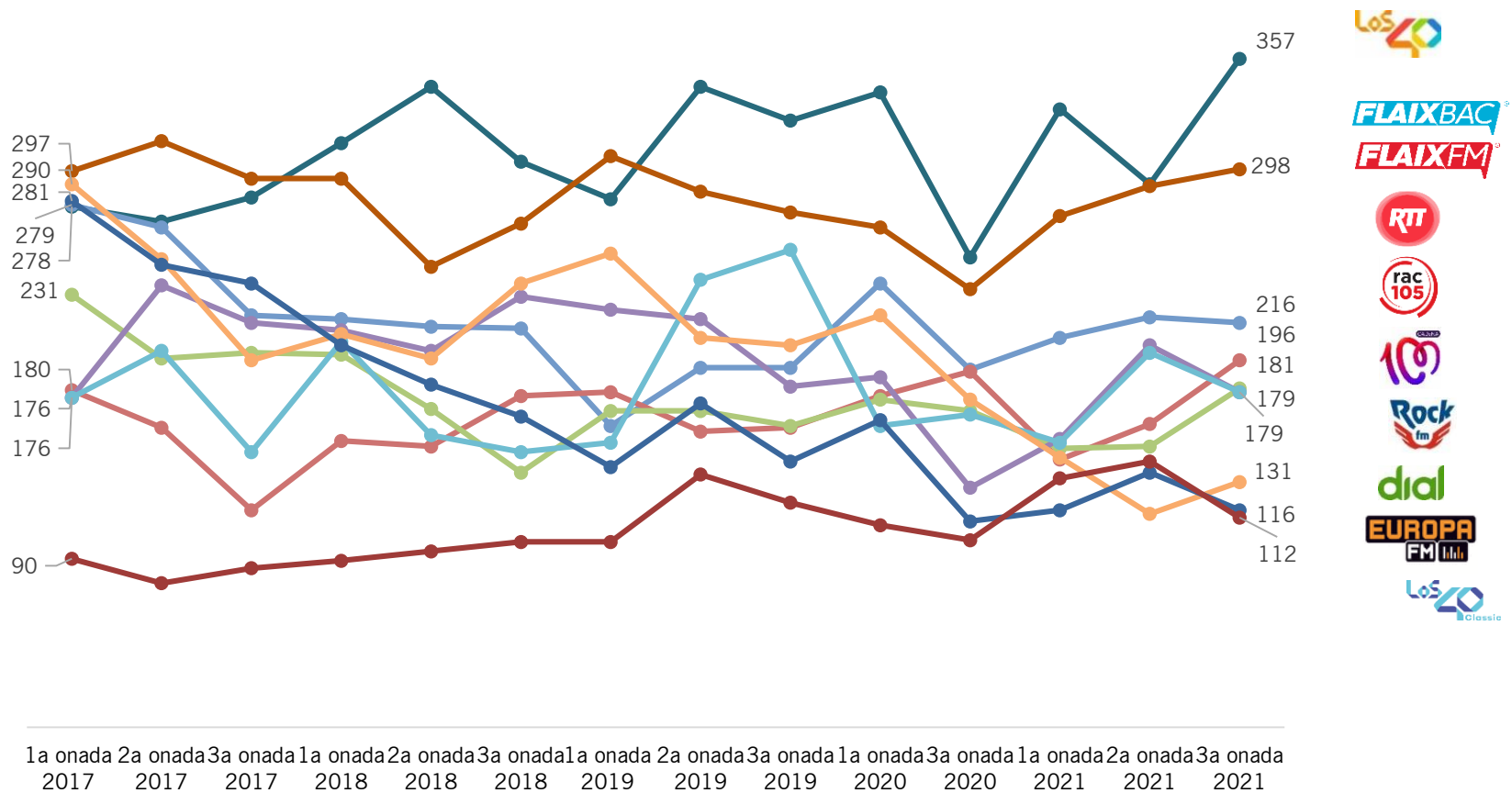


Font: EGM – Dades Catalunya – 3a onada 2021. Nota: EGM no va dur a terme la segona onada del 2020 a causa de la pandèmia.

Audiències de la ràdio (3)

Rànquing de les ràdios musicals. Audiència

(evolució de les últimes onades, en milers, dia anterior a l'entrevista, de dilluns a divendres)

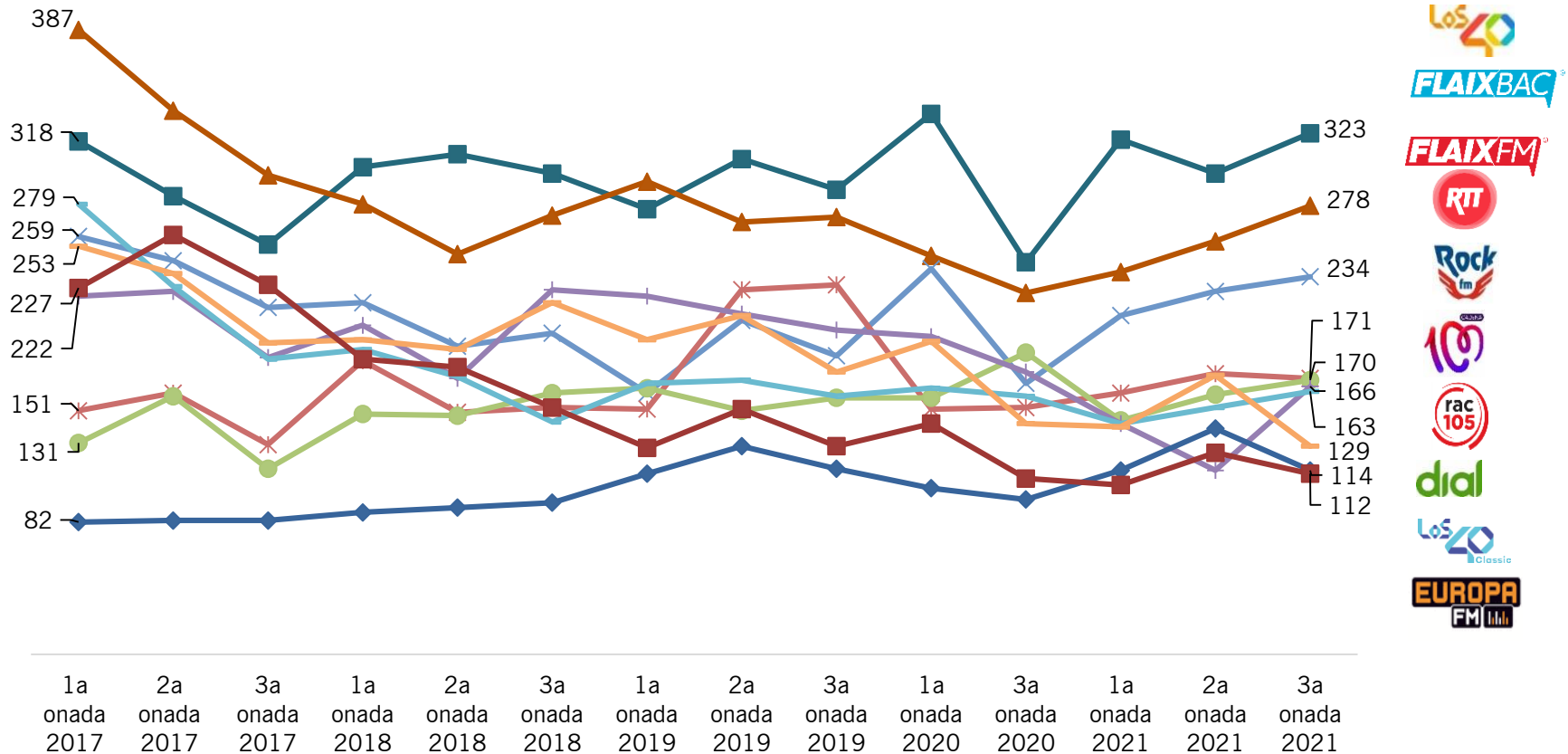


Font: EGM – Dades Catalunya – 3a onada 2021. Nota: EGM no va dur a terme la segona onada del 2020 a causa de la pandèmia.

Audiències de la ràdio (4)

Rànquing de les ràdios musicals. Audiència

(evolució de les últimes onades, en milers, dia anterior a l'entrevista, de dilluns a diumenge)

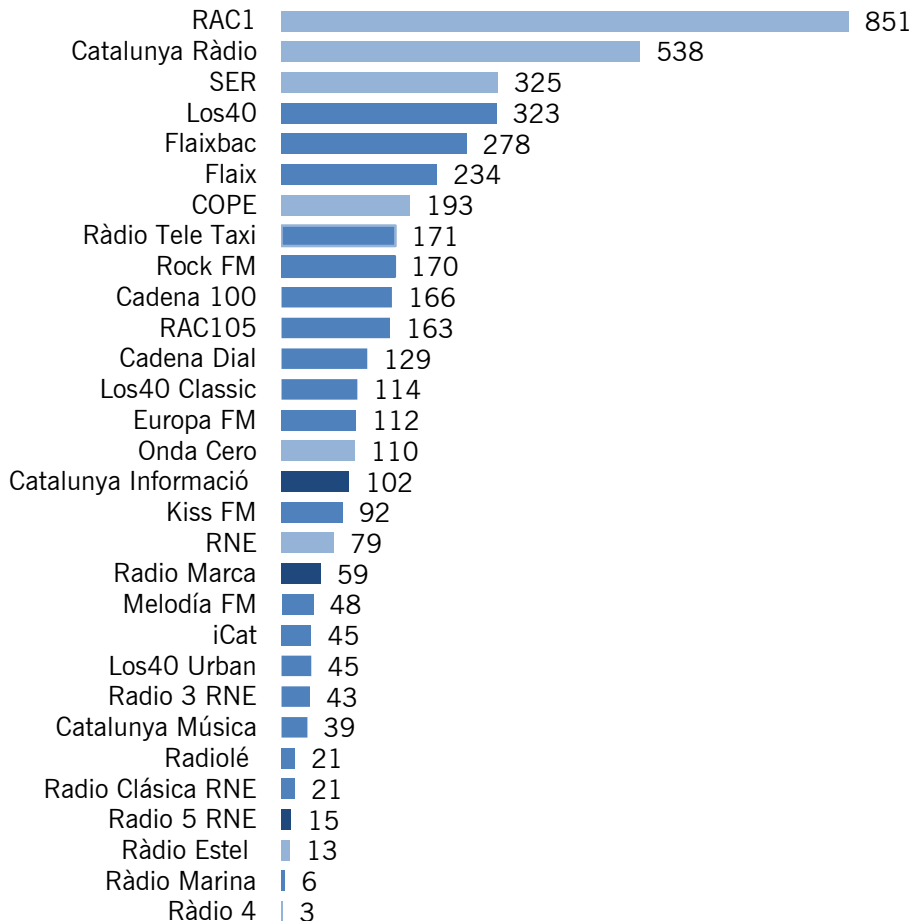


Font: EGM – Dades Catalunya – 3a onada 2021. Nota: EGM no va dur a terme la segona onada del 2020 a causa de la pandèmia.

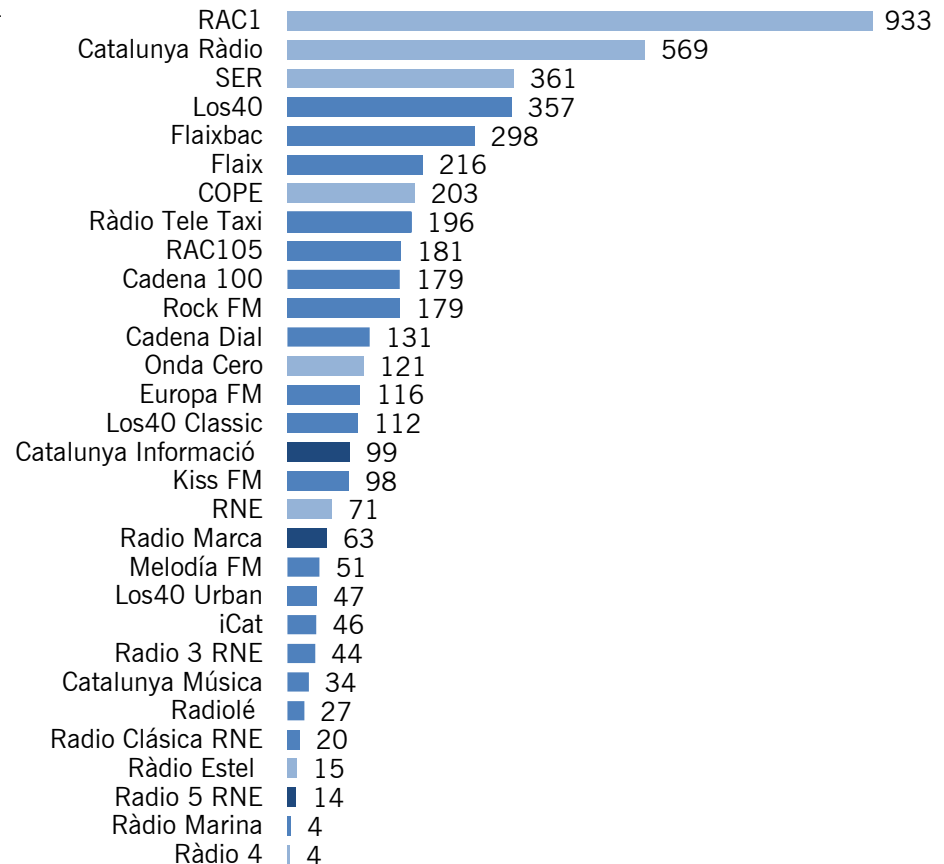
Audiències de la ràdio (5)

Audiència acumulada diària de ràdio a Catalunya (en milers sobre el total de la població, dia anterior a l'entrevista)

De dilluns a diumenge



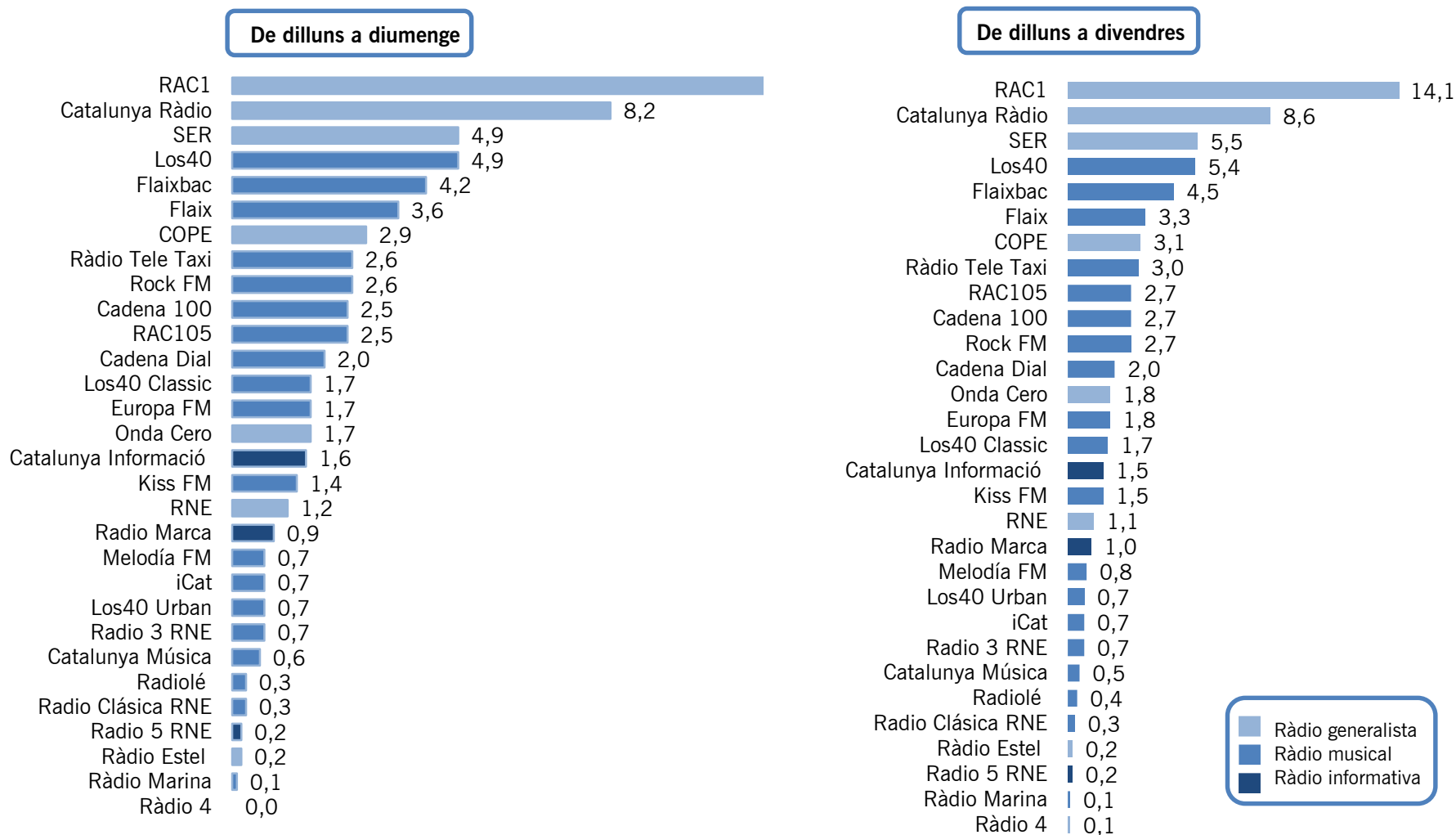
De dilluns a divendres



Font: EGM – Dades Catalunya – 3a onada 2021. Nota: EGM no va dur a terme la segona onada del 2020 a causa de la pandèmia.

Audiències de la ràdio (i 6)

Audiència acumulada diària de ràdio a Catalunya (en % sobre el total de població, dia anterior a l'entrevista)



Font: EGM – Dades Catalunya – 3a onada 2021. Nota: EGM no va dur a terme la segona onada del 2020 a causa de la pandèmia.



L'apunt.

El sector dels *e-Sports* i la indústria dels videojocs

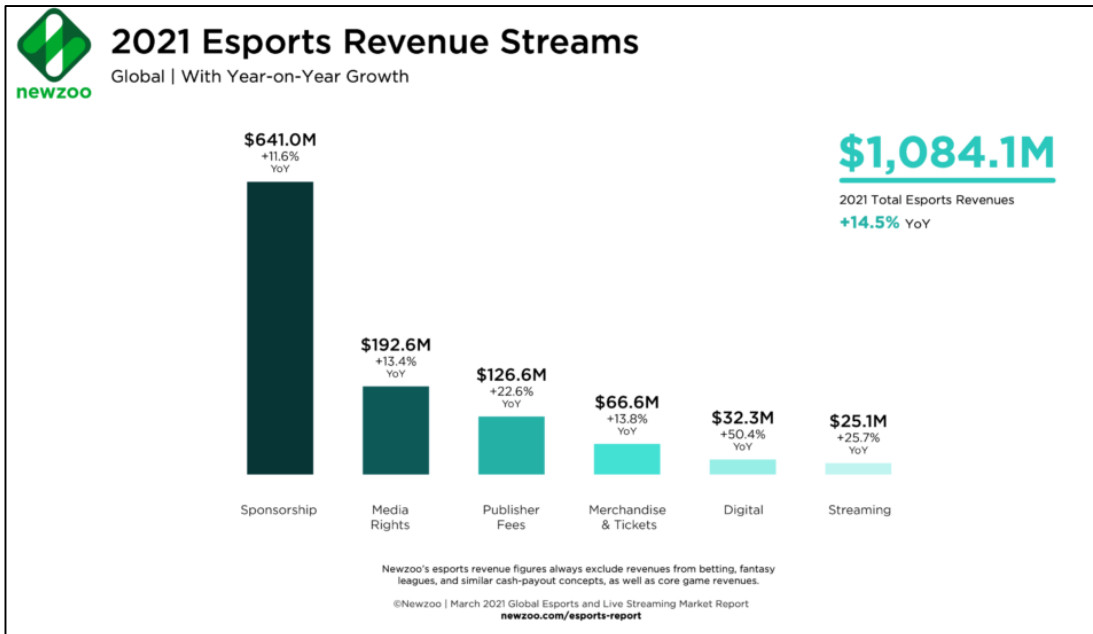
El sector dels e-Sports. Ingressos

Els ingressos globals del sector dels esports electrònics durant el 2021 van superar els **mil milions de dòlars** (+14,5% respecte del 2020). **Previsió any 2024: 1.618 milions de dòlars.**

Principals mercats: Xina, Amèrica del Nord i Europa occidental.

La font principal d'ingressos del sector és el **patrocini**, que representa el 60% del total, seguit, a distància, dels drets d'emissió, la publicitat, el marxandatge i les entrades, els ingressos digitals i l'emissió en *streaming*. Aquestes xifres no inclouen els ingressos per apostes, lligues de fantasia i altres conceptes.

Ingressos globals dels e-Sports (amb increment anual)



Esports electrònics o e-Sports:
pràctica regular d'un joc multijugador, en línia o fora de línia, per mitjà d'una plataforma de joc, amb finalitats lúdiques o lucratives ([Termcat](#)).

Font: NewZoo. [Key numbers](#). Més informació del sector a: [Global Esports and Live-Streaming Market Report 2021](#).

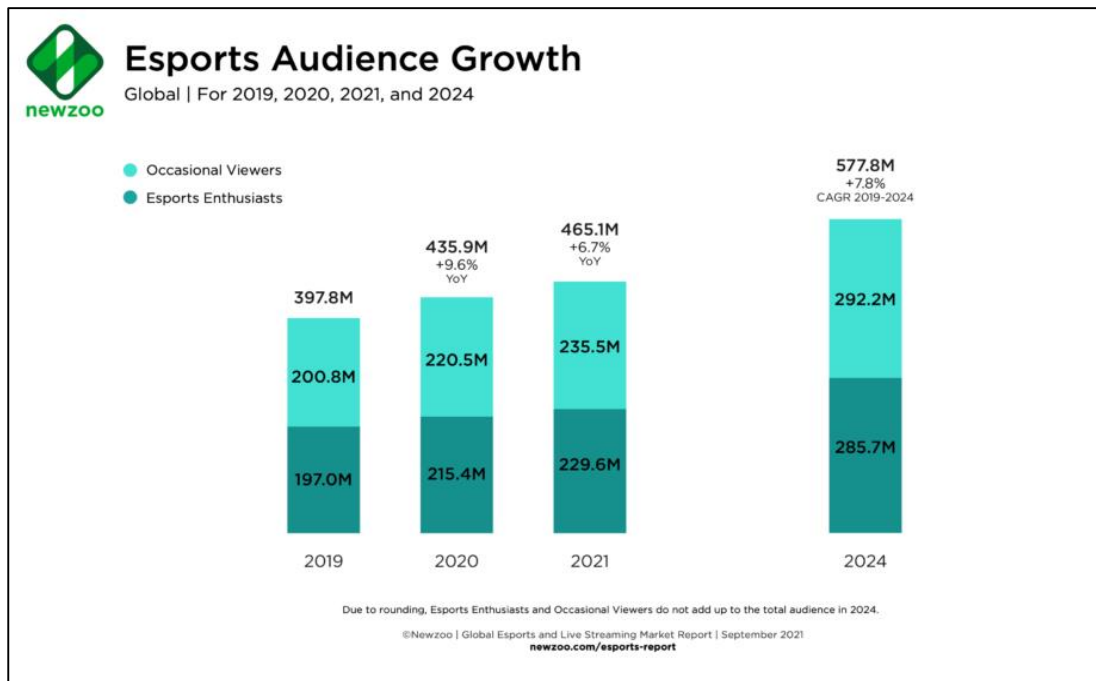
El sector dels e-Sports. Audiència

L'audiència global dels e-Sports és de **485 milions de persones espectadores** i es reparteix al 50% entre persones seguidores **ocasionals** i **entusiastes** (que miren competicions d'esports electrònics **més d'un cop al mes**).

Previsió any 2024: 578 milions de persones (gairebé 100 milions més).

La **Xina** és la regió del món que més mira e-Sports: 1 de cada 5 persones espectadores. Seguida dels EUA i Brasil.

Creixement de l'audiència global dels e-Sports



2020:

A Espanya hi ha gairebé mig milió de persones jugadores professionals. Més de 1.400 hores visualitzades en plataformes en *streaming* en directe.

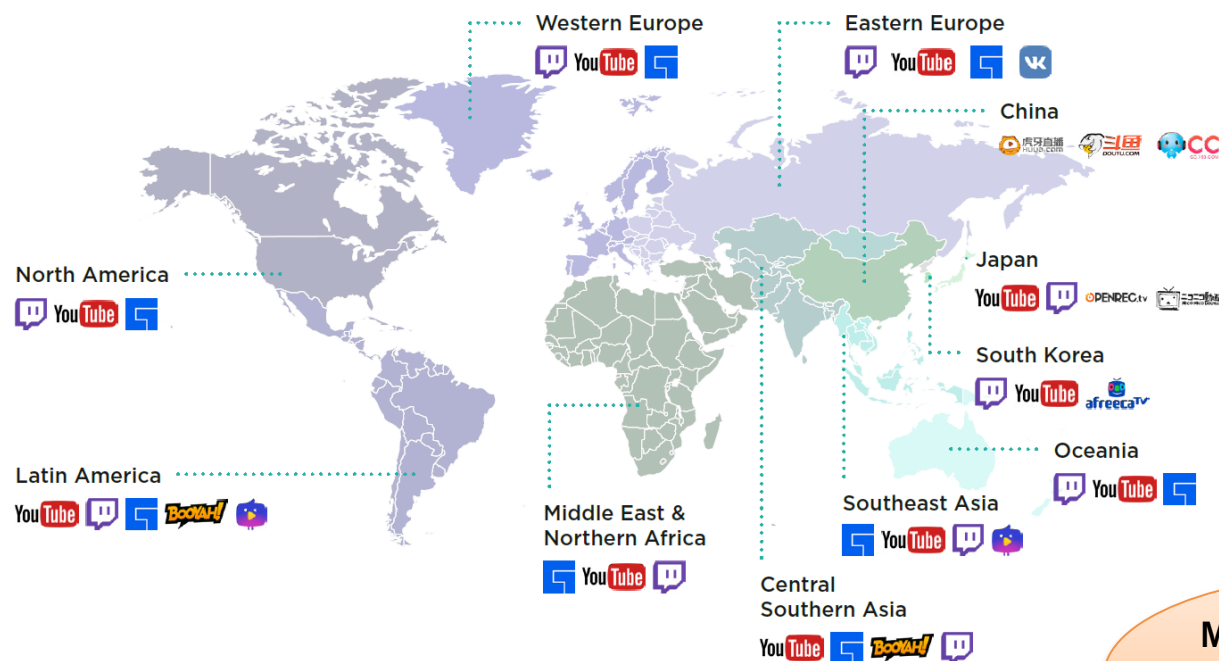
A Catalunya la Unió de Federacions Esportives de Catalunya va crear ara fa un any la primera lliga catalana d'esports electrònics.

Font: NewZoo. [Key numbers](#). Més informació del sector a: [Global Esports and Live-Streaming Market Report 2021](#).

El sector d'e-Sports. Plataformes principals al món

[Twitch](#), [YouTube](#) i [Facebook Gaming](#) són les plataformes principals a Europa, Amèrica, i Àfrica i part d'Àsia. Mentre que a la Xina, els principals mercats mundials són [Huya](#) i [Douyu](#). El juliol del 2021 el Govern xinès [va impedir la fusió](#) de les dues empreses per decisió antimonopoli. El valor combinat és de 5.300 milions de dòlars.

Principals plataformes d'e-Sports 2021. Per regions



Més informació sobre e-Sports a "L'apunt" del [BIAC núm. 12](#)

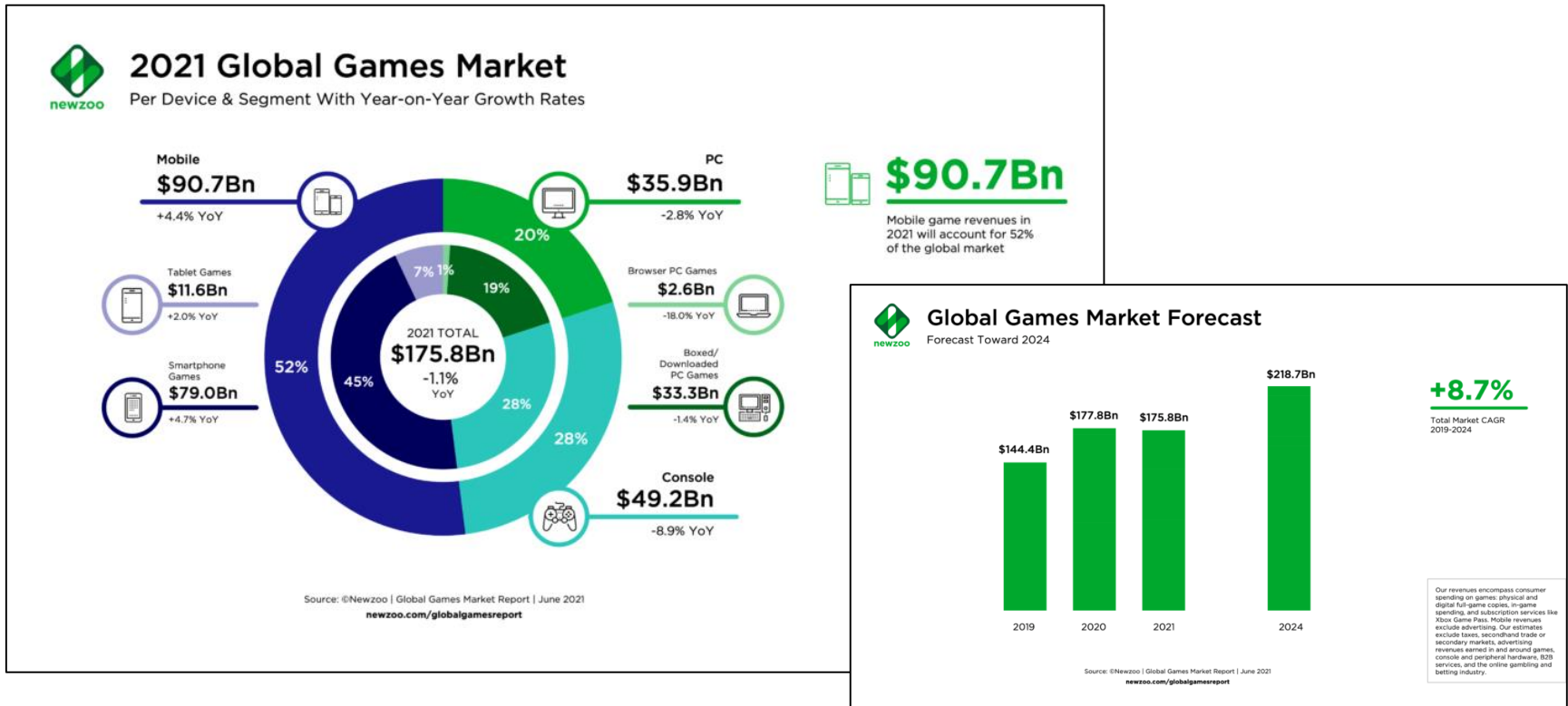
Font: NewZoo. [Key numbers](#). Més informació del sector a: [Global Esports and Live-Streaming Market Report 2021](#).

La indústria dels videojocs. Ingressos

La indústria dels videojocs va generar el 2021 **176 mil milions de dòlars**.
Previsió any 2024: 219 mil milions de dòlars.

Més de la meitat dels ingressos procedeixen del sector dels **jocs de mòbil** (tauletes i telèfons intel·ligents), el 28%, a **consoles de joc** i el 20%, a **jocs d'ordinador**.

Mercat global dels videojocs 2021 per segment i dispositiu

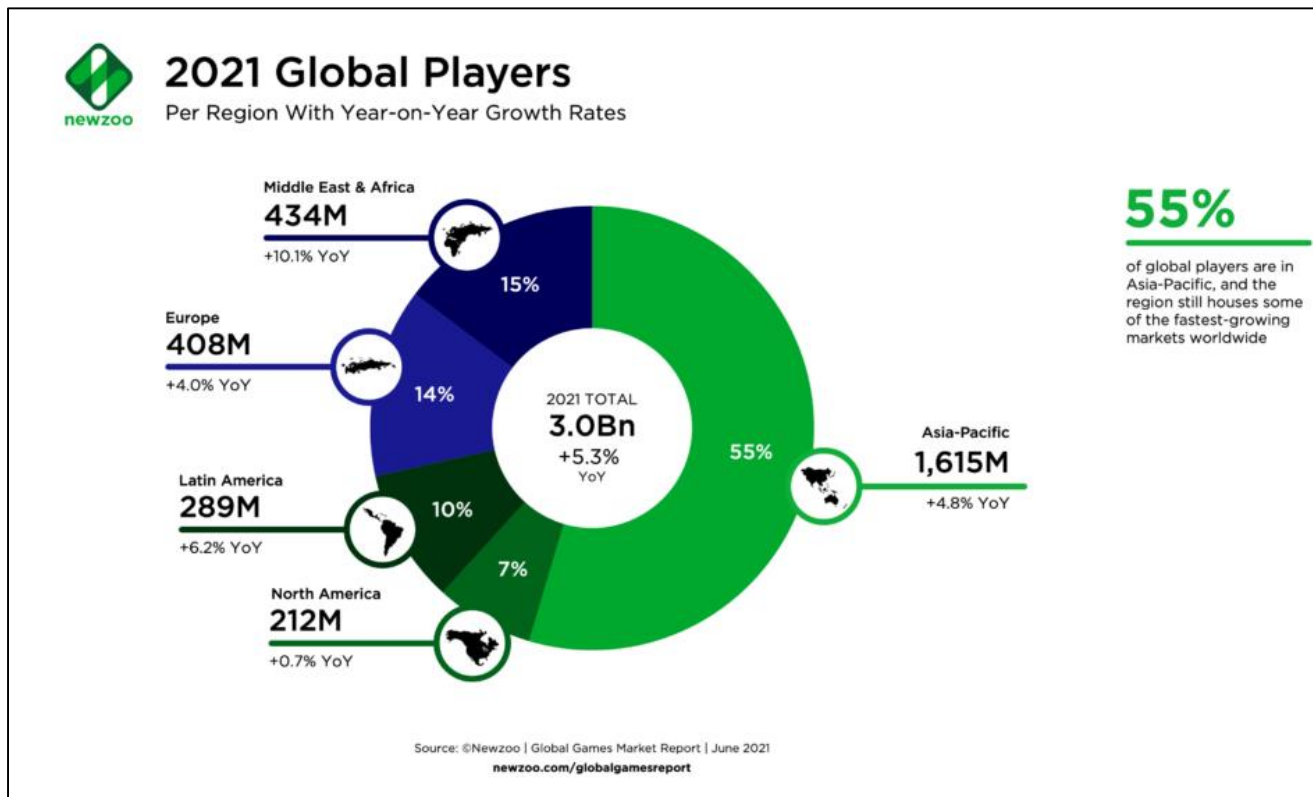


Font: NewZoo. [Key numbers](#). Més informació del sector a: [Global Games Market Report 2021](#).

La indústria dels videojocs. Jugadors

S'estima que hi ha més de **3 mil milions de persones jugadores de videojocs** al món. La **meitat** provenen de la regió de l'Àsia-Pacífic, mentre que a Europa se'n comptabilitzen **408 milions**.

Mercat global dels videojocs 2021 per segment i dispositiu



Font: NewZoo. [Key numbers](#). Més informació del sector a: [Global Games Market Report 2021](#).

La indústria dels videojocs a Catalunya

A Catalunya els videojocs van generar al voltant de **473 milions d'euros** el 2020.

És el tercer segment de negoci de l'entreteniment audiovisual català, després de la producció i de l'exhibició.

Unes **167 empreses** de dimensions diverses s'hi dediquen, la gran majoria a Barcelona.

Catalunya esdevé un dels *hubs* europeus de referència en la creació i el desenvolupament de videojocs.

Desenvolupadors de videojocs

Els videojocs, tot i ser un segment dins de l'*Entertainment audiovisual* pel seu producte i els canals cap a les persones consumidores, és un negoci amb especificitats fortes.

- Tot i que els videojocs són evidentment entreteniment 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 directa, venen a *publishers* tercers i/o mitjançant botigues agregadores generalistes (Apple o Google) o especialitzades.
- Les empreses de videojocs de producte propi (no les de serveis) desenvolupen i busquen després comercialitzar en línia. 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 suport *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).

Font: Departament d'Empresa i Coneixement.
[El sector audiovisual a Catalunya. Anàlisi estratègica](#)



Font: Institut Català de les Empreses Culturals (ICEC). [Empreses de videojocs a Catalunya 2021](#).

eduCAC: Què t'hi jugues?



JOVES i VIDEOJOCs

90% juga a videojocs

Mitjana: 6,5 hores a la setmana

Què t'hi jugues?

[Recurs didàctic](#) del CAC i de l'Hospital de Bellvitge

Objectius: Treballar continguts dels videojocs i dels jocs d'atzar en línia, per **promoure'n un ús crític i saludable** i per **prevenir i identificar conductes problemàtiques** i addiccions.

Adreçat a alumnat de 3r i 4rt d'ESO

15 activitats a partir de les competències de l'àmbit **cultura i valors ètics** i **tutoria** del currículum de secundària

Curs 2021/2022: Estudi pilot a dos instituts per identificar els hàbits de joc social, problemàtic i patològic, i l'ús dels videojocs en les i els adolescents.

Temes de reflexió:

- Temps que es dedica a jugar.
- Estereotips i valors que poden transmetre els videojocs.
- Postura crítica davant els *tipsters* (persones expertes en apostes a internet) i les *loot boxes* (caixes botí).



Flaixos

Flaixos (1)

Europa: prominència dels continguts d'interès general a les plataformes d'intercanvi de vídeo (PIV)

La [Directiva de serveis de comunicació audiovisual](#) (DSCAV) estableix que “els estats membres poden adoptar mesures per garantir la prominència adequada dels serveis de comunicació audiovisual d'interès general.” (article 7*bis*). Això vol dir que un Estat pot establir que el servei públic o la diversitat lingüística són continguts d'interès general i prescriure'n la prominència a les PIV que ofereixen serveis al territori.

L'ERGA, organisme que aplega les autoritats reguladores de l'audiovisual d'Europa, ha desenvolupat jurídicament la [prominència de continguts a les PIV](#).

A Alemanya, el resultat de transposar la DSCAV és el [Tractat interestatal de mitjans](#) (MStV), que regula la prominència (apartats 3 i 6 de l'article 84). A partir d'aquí, els reguladors alemanys han establert el procediment per determinar el “[contingut de valor públic](#)”, que ha de gaudir d'una prominència en els sistemes de recomanació i algorismes de les plataformes.

El Landesanstalt für Medien NRW, l'autoritat regional del Rin del Nord-Westfàlia que lidera el desplegament d'aquesta matèria a escala federal, ha llançat una [consulta pública](#) a tot Alemanya, els resultats de la qual preveu fer públics la primavera del 2022.



Ofcom: Guia per a les PIV

El novembre del 2021, el regulador britànic (Ofcom) va publicar la guia sobre plataformes d'intercanvi de vídeos (PIV) [Guidance for video-sharing platform providers on measures to protect users from harmful material](#). L'Ofcom va fer una [declaració](#) sobre la regulació de la publicitat a les PIV i l'acompanyava de dues guies: la [primera](#) detallava els criteris regulatoris en publicitat en línia, perquè les plataformes garanteixin la protecció de la infància i l'adolescència dels materials d'accés restringit, així com la protecció del públic general del material nociu. La [segona guia](#) aportava consells concrets i bones pràctiques adreçades a les plataformes perquè apliquin la regulació.



El Parlament Europeu es posiciona davant la Llei de serveis digitals (Digital Service Act)

El 20 de gener del 2022, el Parlament Europeu va aprovar les esmenes a la Proposta de la Comissió per a una Llei de serveis digitals (DSA). El [text](#) proposa nombrosos canvis, com ara: requerir a les VLOP (plataformes en línia molt grans) un sistema de recomanació no basat en perfils i que expliquin el “disseny, la lògica i el funcionament” dels algorismes; millorar les mesures d'avaluació de continguts per fer front als continguts perjudicials i a la desinformació; evitar la visualització de productes il·legals o afegir obligacions a les plataformes difusores de contingut pornogràfic.

Flaixos (i 2)



Autoritats reguladores i desinformació sobre la Covid-19

Els reguladors francès (CSA) i irlandès (BAI) van elaborar sengles informes i recomanacions adreçats a lluitar contra la desinformació i les *fake news* en relació amb la Covid-19. El CSA va fer públic el [segon informe](#) prescrit per la [Llei 2018-1202](#), relativa a la lluita contra la manipulació de la informació, basat en dades aportades per 11 plataformes (Google, YouTube, Facebook, Dailymotion i Yahoo, entre d'altres). Així mateix, la BAI va presentar [CovidCheck](#), el segon informe d'aquest tipus, que és part del projecte [Code of Practice on Disinformation](#), creat per la plataforma europea d'autoritats de regulació [ERGA](#).



EBU: el valor del servei públic audiovisual

L'European Broadcasting Union (EBU, UER en les inicials en català), que aplega els prestadors de servei públic d'Europa, va publicar el desembre l'informe [How Public Media Service deliver Value](#). En destaca els valors que aporten els mitjans de servei públic a la societat, com ara la integració social i cultural, l'empoderament d'una ciutadania informada, amb diversitat d'opinions, i el foment dels valors democràtics. El document també emfasitza sobre el paper del servei públic com a motor de la indústria creativa i cultural.



Informe CAC sobre TikTok i violències masclistes

TikTok és una de les xarxes més seguides pel públic adolescent i jove, i té una gran capacitat de viralització dels seus continguts. El CAC va presentar el desembre l'informe [Presència de continguts a TikTok que perpetuen la transmissió d'actituds i valors masclistes](#). S'hi analitzen 15 vídeos, amb 77 milions de visualitzacions, i més de 10 milions d'interaccions, en què es transmeten i es normalitzen missatges i discursos masclistes. L'estudi demostra que la majoria dels vídeos ofereixen una imatge sexualitzada de les dones, que, en moltes ocasions, s'acompanya de missatges vexatoris i de menysteniment, i de cançons que transmeten un model sexoafectiu basat en la dominació masculina.



Màrqueting dels influenciadors

La consultora IABSpain ha publicat el [Libro Blanco de Marketing de Influencia](#) (versió actualitzada el 2022), on s'expliquen qüestions com les mètriques a internet i es fa una anàlisi per plataformes (Instagram, YouTube, TikTok, Twitch, LinkedIn, Facebook i Twitter). Així mateix, també hi ha un capítol dedicat a les bones pràctiques i al marc legal (propietat intel·lectual, contractes i fiscalitat) com a qüestions més importants.

BIAC. Núm. 20 – Tercer quadrimestre del 2021

Fonts principals:

- CAC: dades pròpies del Consell.
- Barlovento Comunicación: [informes mensuals](#) d'audiència televisiva.
- EGM: 3a onada del 2021. Dades per a Catalunya.
- Iconografia: [Noun Project](#), [Freepik](#), [Idescat](#)

Citació bibliogràfica:

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA. *Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya* (BIAC). Núm. 20. Tercer quadrimestre del 2021. Barcelona: CAC, gener del 2022. <www.cac.cat>