



Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya

16

Segon quadrimestre del 2020
Número 16. Setembre del 2020

Sumari



Televisió

Oferta de la televisió tradicional a Catalunya	3
La televisió tradicional d'àmbit nacional	4
La televisió tradicional d'àmbit estatal	5
La televisió tradicional d'àmbit local	6
Audiència de la televisió	7



Ràdio

Oferta d'emissores de ràdio a Catalunya	12
La ràdio pública	13
La ràdio privada	14
Ràdio municipals públiques per comarques	15



Internet

Consum d'internet a Catalunya	18
Consum de continguts audiovisuals a internet	19



L'apunt. UE: desinformació i COVID-19

Unió Europea: accions contra la desinformació i COVID-19	22
CPC: anàlisi contra la desinformació i COVID-19	23
CAC: accions contra la desinformació i COVID-19	24



Flaixos

26





Oferta de la televisió tradicional 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**.

Els canals televisius per àmbit territorial d'emissió

8 canals **nacionals**



4 públics 
4 privats 

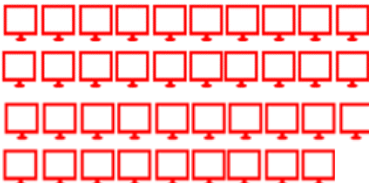
26 canals **estats**



5 públics 
21 privats 

50 canals **locals**



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, Teledporte, Antena 3, laSexta, Telecinco i Cuatro).

Font: CAC (canals TDT nacional i local) i Ministeri d'Economia i Empresa (canals TDT estatal). Setembre del 2020.

La televisió tradicional d'àmbit nacional

■ TV pública ■ TV privada  Llengua vehicular

Per titularitat, oferta i llengua vehicular

 Català

8 canals nacionals	4 canals públics 50%	Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA)    
	4 canals privats 50%	Grupo Godó  BOM Cine  Futbol Club Barcelona 

Nota: El canal temàtic BOM Cine inicia les emissions el 16 de març de 2020, el canal Fibracat inicia les emissions l'1 de juny de 2020 i desapareix RAC105 TV.

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Setembre del 2020.

La televisió tradicional d'àmbit estatal

■ TV pública ■ TV privada □ Llengua vehicular

Per titularitat, oferta i llengua vehicular

□ Castellà

26 canals estats ^A	5 canals públics 19%	Corporación de Radio y Televisión Española (CRTVE) 				
	21 canals privats 81%	Atresmedia Televisión 	Mediaset España 	NET Televisió  VEO Televisión 	13 Televisión  Real Madrid Televisión 	Grupo Secuoya  Grupo Kiss Media 

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.
Setembre del 2020.

La televisió tradicional d'àmbit local (1)

■ TV pública ■ TV privada □ Llengua vehicular

Per titularitat, oferta i llengua vehicular

□ Català

50 canals estats	11 canals públics 22%	          
	39 canals privats 78%	Tevecat  Segre   Taelus  ETV  Cadena Pirenaica RTV   Mola  Ebre  Corisa Media Grup  CB Global Media  Prosa  Doble Columna 
		          

Nota: Els canals privats s'agrupen per grups de comunicació, si escau. El quadre comptabilitza els canals de TDT-L privats de les demarcacions de Manresa (TLB) i Vilanova i la Geltrú (S/D).

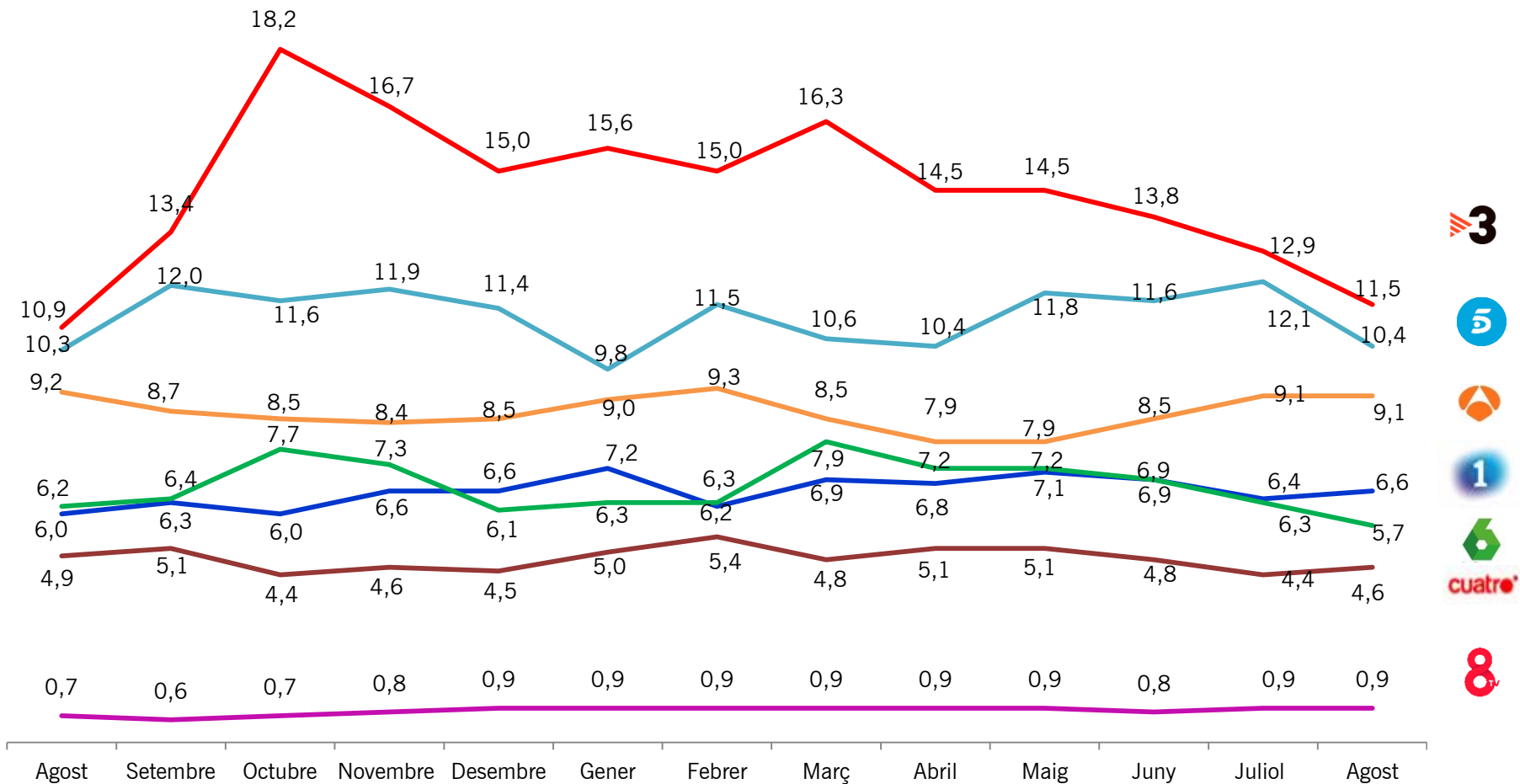
S/D = sense determinar

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Setembre del 2020.

Audiència de la televisió (1)

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

(en %, d'agost de 2019 a agost de 2020)



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 televisió (2)

Quota mensual de pantalla per canals a Catalunya

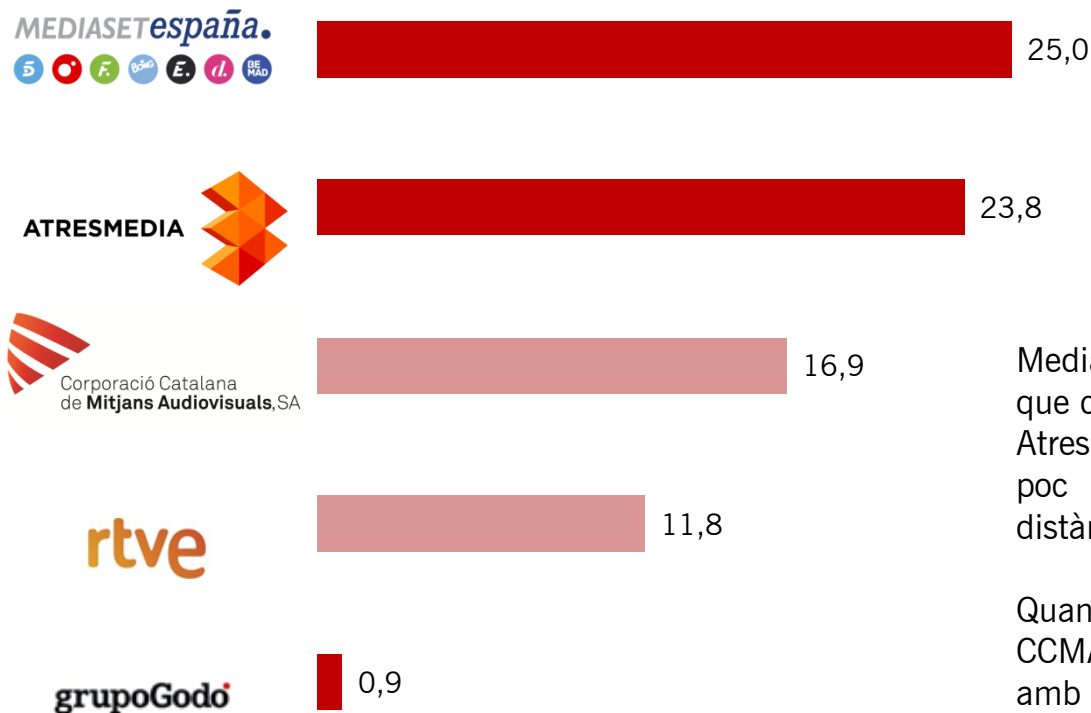
(en %, de gener a agost del 2020, en ordre descendent segons el rànkings d'agost)

	GENER	FEBRER	MARÇ	ABRIL	MAIG	JUNY	JULIOL	AGOST
TV3	15,6	15,0	16,3	14,5	14,5	13,8	12,9	11,5
Telecinco	9,8	11,5	10,6	10,4	11,8	11,6	12,1	10,4
Antena 3 TV	9,0	9,3	8,5	7,9	7,9	8,5	9,1	9,1
La1	7,2	6,2	6,9	6,8	7,1	6,9	6,4	6,6
laSexta	6,3	6,3	7,9	7,2	7,2	6,9	6,3	5,7
Cuatro	5,0	5,4	4,8	5,1	5,1	4,8	4,4	4,6
Energy	2,8	1,8	3,0	2,8	2,8	3,0	3,4	3,4
La2	2,4	2,4	2,3	2,2	2,1	2,3	2,4	2,8
Atreseries	2,5	2,4	1,9	2,1	2,0	2,2	1,8	2,6
Neox	2,4	2,5	2,3	2,8	2,5	2,6	2,6	2,5
Factoría de Ficción	2,4	2,4	2,3	2,4	2,5	2,6	2,6	2,4
Divinity	2,0	2,0	1,5	1,8	2,2	2,1	2,3	2,3
TRECE	2,1	1,8	1,8	1,9	2,0	2,1	2,4	2,2
DMax	1,6	1,7	1,7	2,0	1,8	1,8	1,8	2,0
Paramount Network	1,8	1,9	2,0	2,4	2,0	1,9	1,9	2,0
Nova	1,4	1,5	1,4	1,8	1,9	2,1	2,2	2,0
Mega	1,3	1,3	1,2	1,5	1,5	1,4	1,5	1,9
3/24	2,0	1,6	2,6	2,0	1,4	1,1	1,6	1,5
Dkiss	1,1	1,1	0,9	1,1	1,1	1,1	1,2	1,5
Clan	1,4	1,3	1,1	1,3	1,4	1,2	1,5	1,4
Boing	1,0	1,0	0,8	1,1	1,4	1,2	1,2	1,1
8tv	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,8	0,9	0,9
24h	0,8	0,6	1,4	1,2	1,0	0,8	0,9	0,8
BeMad	0,6	0,6	0,4	0,6	0,6	0,6	0,7	0,8
Disney Channel	0,8	0,8	0,6	0,6	0,5	0,8	0,7	0,6
TEN	0,6	0,4	0,4	0,5	0,4	0,6	0,5	0,6
Gol	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,5	0,4	0,6
Super3/33	0,7	0,7	0,5	0,5	0,5	0,6	0,7	0,5
Teledporte	0,6	0,4	0,3	0,3	0,5	0,3	0,3	0,5
Esport3	0,6	0,5	0,3	0,2	0,1	0,2	0,2	0,3
RAC105	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Font: [Barlovento Comunicación](#).

Audiència de la televisió (i 3)

Quota de pantalla a Catalunya (en % per grups, mitjana de gener-agost 2020)



Mediaset es manté com a grup televisiu que concentra més audiència a Catalunya. Atresmedia, en segon lloc, el segueix a poc més d'un punt percentual de distància.

Quant a les corporacions públiques, la CCMA continua per davant de la CRTVE, amb gairebé 5 punts percentuals de diferència.

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



NOTA: L'apartat no incorpora dades d'audiència de ràdio perquè, atesa la crisi sanitària de la COVID-19, EGM va suspendre la segona onada anual.

Oferta d'emissores de ràdio a Catalunya

■ Ràdio pública
■ Ràdio privada

262 emissores de ràdio

El nombre total de freqüències usades pel sector radiofònic és de 787, el 75% (589) de les quals emeten l'oferta de ràdio pública.



La llar catalana rep una mitjana de més de 30 emissores: 10 ràdios d'àmbit nacional, 20 d'estatal i les emissores d'àmbit local.

Per zona de servei

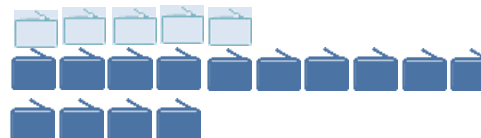
12 emissores **nacionals**

4 públiques
8 privades



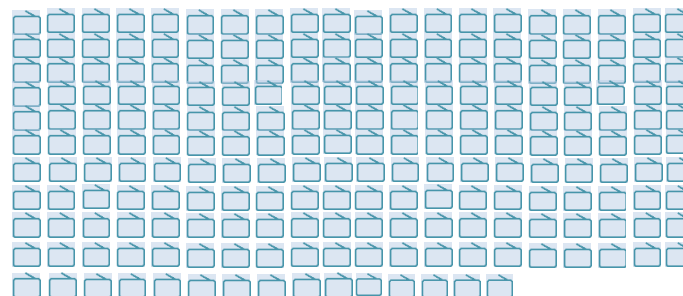
19 emissores **estatals**

5 públiques
14 privades



231 emissores **locals**

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). Setembre del 2020.

La ràdio pública

 Llengua vehicular

Per zona de servei i llengua d'emissió

224 emissores públiques	4 emissores nacionals	      Català
	5 emissores estats	       Castellà Català (Ràdio 4)
	215 emissores locals	            (exemples 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). Setembre del 2020.

La ràdio privada

 Llengua vehicular

Per zona de servei i llengua d'emissió

38 emissores privades	8 emissores nacionals	          Català
	14 emissores estats	                   Castellà (excepte desconnexions)
	16 emissores locals	                Català

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Setembre del 2020.

Ràdios municipals públiques per comarques (1)

De l'Alt Camp al Bages



Alt Camp

- [Alcover Ràdio](#)
(103.7 - Alcover)
- Ràdio El Pla
(107.2 - El Pla de Santa Maria)



Alt Empordà

- [Ona Vilamalla](#)
(107.9)
- [Ràdio Cabanes](#)
(101.1)
- [Ràdio Cap de Creus](#)
(88.7)
- [Ràdio L'Escala](#)
(107.6)
- [Ràdio Llançà](#)
- [Ràdio Mar d'Amunt](#)
(107.0 – Port de la Selva)
- [Ràdio Vila-sacra](#)
(107.0)
- [Ràdio Vilafant](#)
(107.3)



Alt Penedès

- [Canal 20 Ràdio Olèrdola](#)
(107.0)
- [Ona Bitlles](#)
(107.0)
- [Penedès FM Subirats](#)
(90.2)
- [Ràdio Gelida](#)
(107.6)
- [Ràdio Sant Sadurní](#)
(107.2)
- [Ràdio Vilafranca](#)
(107.8)
- [Sarroca Ràdio](#)
(107.5)

Nota: Aquest BIAC presenta les emissores municipals públiques de sis comarques catalanes. En els successius números es detallarà l'oferta radiofònica local pública de la resta de comarques de Catalunya, seguint l'ordre alfabètic.

Font: [Mapa de mitjans audiovisuals de Catalunya](#) del CAC, pàgines corporatives de les emissores locals i Idescat (mapes). Data de consulta: setembre del 2020.

Ràdios municipals públiques per comarques (i 2)



Alt Urgell

- [Ràdio Seu FM](#)
(107.2 - La Seu d'Urgell)



Anoia

- [Montbui Ràdio](#)
(91.7 – Santa Margarida de Montbui)
- [Ràdio Capellades](#)
(104.7)
- [Ràdio Igualada](#)
(103.2)
- [Ràdio Masquefa](#)
(91.6)
- [Ràdio Nova](#)
(107.7 – Vilanova del Camí)
- [Ràdio Piera](#)
(91.3)



Bages

- [La Veu de Navàs](#)
(107.9)
- [Ràdio Balsareny](#)
(107.1)
- Ràdio Cardona
(107.2)
- Ràdio Sallent
(107.6)
- [Ràdio Sant Fruitós](#)
(107.5 – Sant Fruitós del Bages)
- [Ràdio Sant Joan](#)
(107.9 – Sant Joan de Vilatorrada)
- [Ràdio Santpedor](#)
(90.0)
- [Ràdio Súria](#)
(107.8)

Nota: La comarca de l'Alta Ribagorça no disposa d'emissora pública local.

Font: [Mapa de mitjans audiovisuals de Catalunya](#) del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, pàgines corporatives de les emissores locals i Idescat (mapa). Data consulta: Setembre del 2020.



Internet

Consum d'internet a Catalunya



El 99,8% dels internautes es connecta a internet cada dia de manera activa.



El 27,7%, entre 4 i 8 hores al dia.
El 16,4%, més de 8 hores al dia.



Els dispositius preferits per accedir a internet són el telèfon mòbil (42%), l'ordinador de sobretaula (27%) i l'ordinador portàtil (23%).



El 38,6% de les persones enquestades està abonada a un servei de televisió de pagament.



La majoria de les persones enquestades (24,5%) es connecta entre mitja hora i una hora al dia a les xarxes socials.

Netflix (33,6%) i Movistar+ (31,1%) són els serveis amb més subscripcions.

Principals xarxes socials usades pels internautes. Catalunya. Any 2019 (en %)



70,8



64,6



46,8



32,1

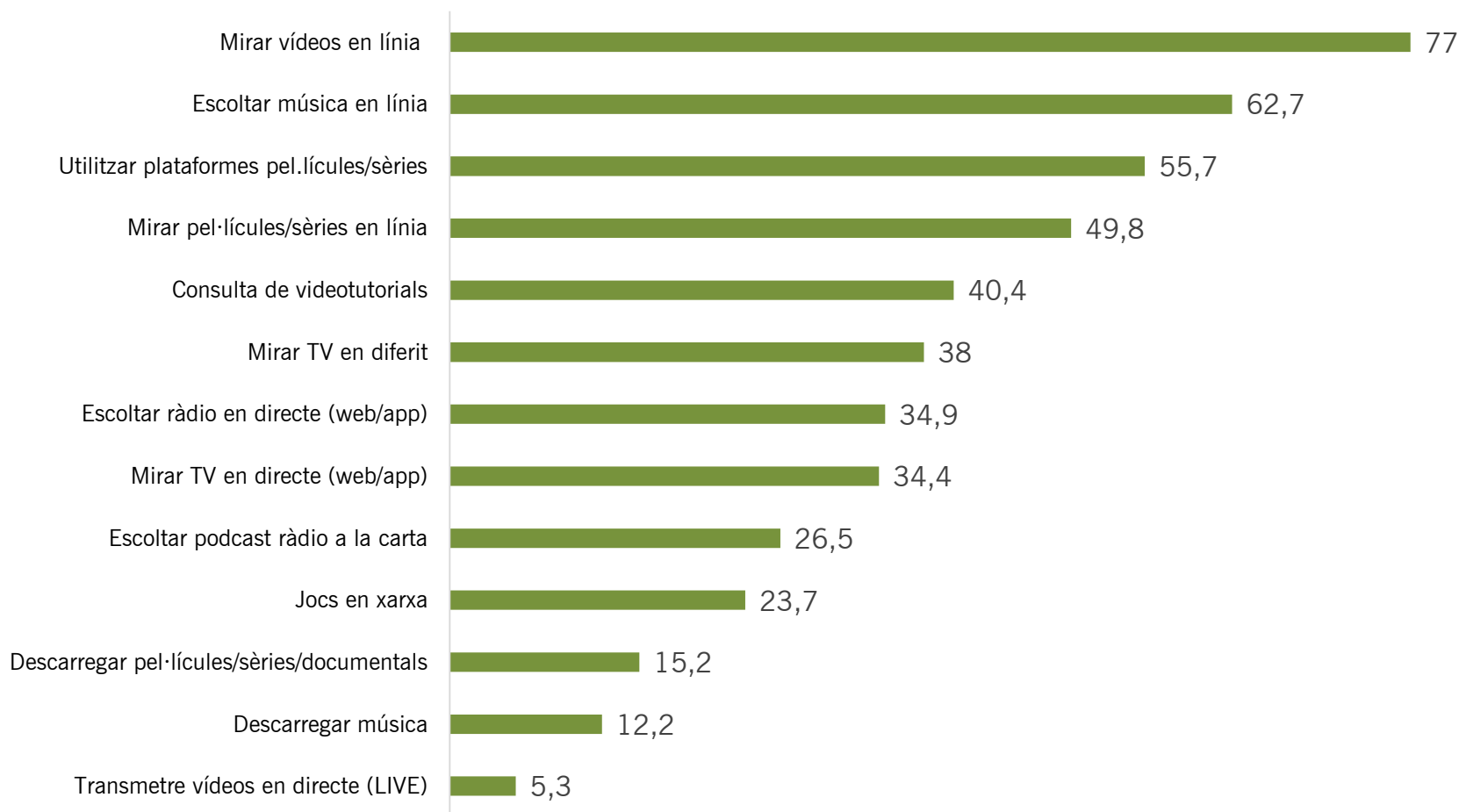


15,6

Font: AIMC (2020). [22ª encuesta a usuarios de internet](#) - Navegantes en la red. Àmbit Catalunya. Període octubre-desembre del 2019.

Consum de continguts audiovisuals a internet

Activitats relacionades amb l'accés a continguts audiovisuals a internet. Catalunya. Any 2019 (els últims 30 dies i en %)

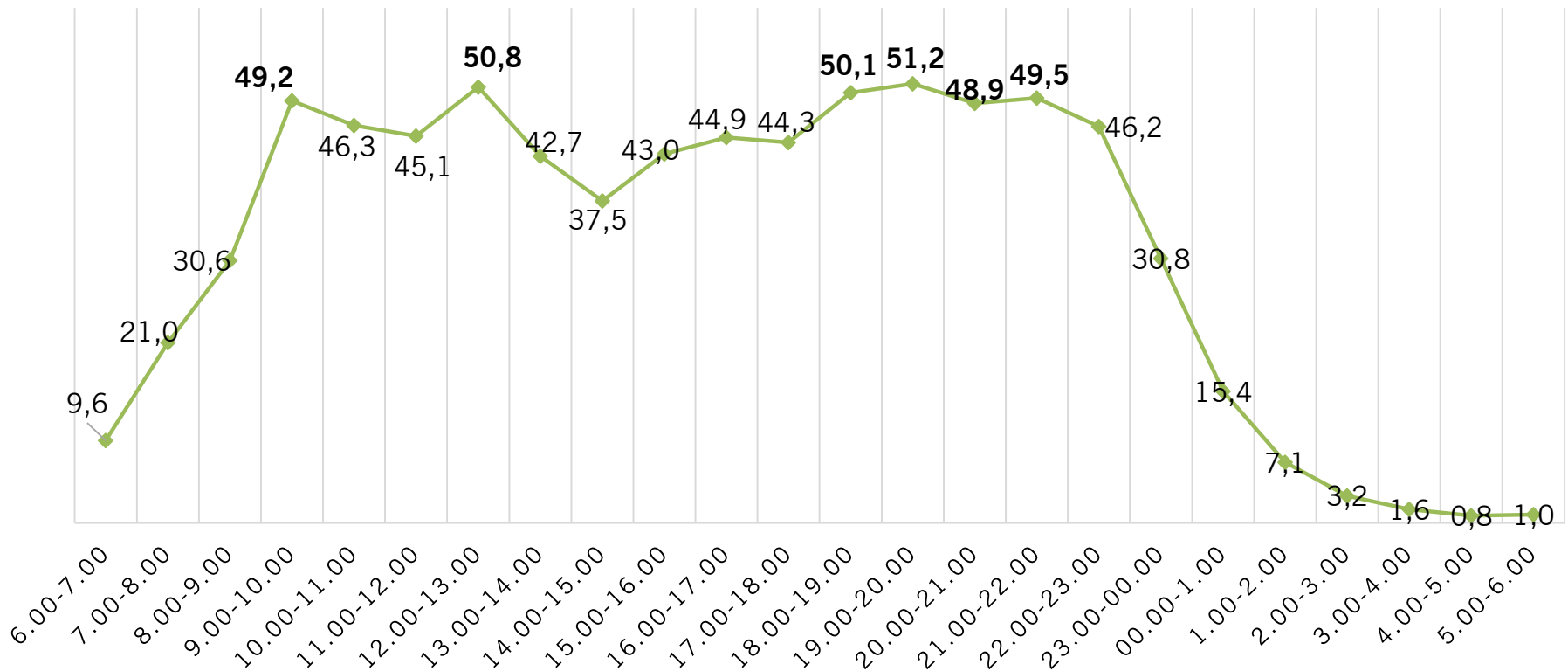


Font: AIMC (2020). [22ª encuesta a usuarios de internet](#) - Navegantes en la red. Àmbit Catalunya. Període octubre-desembre del 2019.

Consum de continguts audiovisuals a internet (i 2)

Corba horària d'ús d'internet en un dia. Catalunya. Any 2019 (en %)

Un terç de les persones enquestades utilitza internet de manera freqüent mentre escolta la ràdio o mira la televisió, però aquesta interacció no sempre està relacionada amb el contingut que s'està consumint.



Font: AIMC (2020). [22ª encuesta a usuarios de internet](#) - Navegantes en la red. Àmbit Catalunya. Període octubre-desembre del 2019.



L'apunt: UE: desinformació i COVID-19

Unió Europea: accions contra la desinformació i COVID-19

El 10 de juny de 2020, la Comissió Europea i l'alt representant de la UE per als assumptes exteriors van publicar la [Comunicació "La lluita contra la desinformació sobre la COVID-19: contrastant les dades"](#).

La Comunicació JOINT(2020) 8 Final enumera les accions de la Unió Europea contra la desinformació en la crisi de la COVID-19.



Font: elaboració pròpia a partir de la Comunicació JOINT(2020) 8 Final.

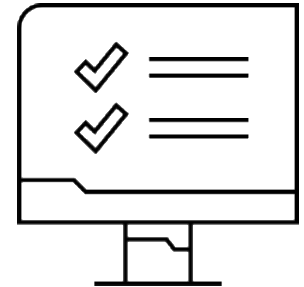
CPC: anàlisi contra la desinformació i COVID-19

La xarxa [Cooperació i Protecció del Consumidor](#) està regida pel [Reglament \(UE\) 2017/2394](#), sobre la cooperació entre les autoritats nacionals responsables de l'aplicació de la legislació en matèria de protecció dels consumidors.

Monitorea webs, plataformes digitals, *marketplaces* i anuncis publicitaris per supervisar que es compleixi la normativa en matèria de defensa de les persones consumidores de la Unió Europea.

L'any 2020, la xarxa CPC es va focalitzar en l'anàlisi continguts, ofertes i anuncis relacionats amb productes i serveis relacionats amb la COVID-19.

S'han dut a terme dues onades de monitoratge:



Un [rastreig \(screening\) d'alt nivell en plataformes en línia](#) i anàlisi en profunditat de webs i anuncis específics (maig del 2020).

Principals resultats:

- 88 pàgines web oferien productes amb presumptes efectes curatius o preventius contra el coronavirus.
- 30 pàgines web desinformaven sobre la presumpta escassetat de productes bàsics.
- 24 pàgines web eren sospitoses de pràctiques il·legals en la tarifació dels preus dels productes oferts.

Un [segon rastreig de frau al consumidor](#) relacionats amb la COVID-19 (juny del 2020).

En aquesta segona onada, hi van participar les autoritats de protecció a la persona consumidora de 17 estats membres i es van analitzar un total de 73 casos, 23 dels quals es va comprovar que contenien ofertes i anuncis que podien incomplir la normativa en seguretat sanitària.

CAC: accions contra la desinformació i COVID-19



El 25 de març de 2020, el CAC va presentar un [estudi sobre la plataforma YouTube](#), on fins a 16 vídeos amb 340.000 visualitzacions proposaven productes no aptes per a l'ús mèdic per combatre el coronavirus, banalitzaven la pandèmia i qüestionaven la necessitat de les mesures de protecció.

L'endemà, [YouTube](#) va retirar 14 dels vídeos denunciats.



El CAC impulsa [l'eduCAC](#), un programa d'educació mediàtica que, a més de material didàctic en línia, ofereix [formació al professorat de secundària](#), sobre consum informatiu i desinformació.

Durant el confinament, va llançar la campanya "[Atura't, pensa i verifica](#)" contra la desinformació.

Després del confinament, l'agost va posar en marxa la campanya "[Per sortir-ne més savis i sàvies](#)", en què més d'una vintena de persones expertes reflexionen sobre la convivència, l'ús de pantalles i la responsabilitat digital després del confinament.



El 13 d'agost de 2020, el Departament de Salut de la Generalitat i el Consell de l'Audiovisual de Catalunya van signar un [conveni de col·laboració](#).

Totes dues entitats supervisaran la publicitat en ràdio, televisió i serveis digitals en línia de productes i serveis amb pretesa finalitat sanitària.

Així mateix, elaboraran unes recomanacions sobre el tractament als mitjans i serveis audiovisuals de temàtiques sanitàries.



Flaixos

Flaixos (1)



Suport de Cultura i la CCMA a la producció

Fruit de l'acord amb el Departament de Cultura per al foment d'obres audiovisuals i cinematogràfiques de nova creació, la [CCMA](#) ha preseleccionat 34 projectes (dels 300 presentats) per coproduir. Les propostes triades van des dels llargmetratges, a sèries de ficció, programes divulgatius i espais infantils. Aquest programa de foment de la producció audiovisual té una dotació de 6 milions d'euros.



Publicitat a les xarxes socials

El CAC ha publicat un informe sobre els *influencers* i la publicitat, i ha ficat el focus en l'aplicació TikTok, xarxa social dirigida majoritàriament a la franja més jove de població. S'han analitzat 16 vídeos de *tiktokers* amb més de 30 milions de visualitzacions en total. [L'estudi](#) mostra que el 93,8% dels continguts estimulen el consum, de manera encoberta, de productes com ara menjar ràpid, begudes ensucrades, roba i videojocs.



Més hores de català a TVE Catalunya

TVE Catalunya ha estrenat la graella per al nou curs i duplica el nombre d'hores en català. Tot i que els informatius fets des del centre de producció de Sant Cugat del Vallès continuen tenint una durada de 15 minuts, aquesta temporada s'emetrà un total de 48 hores setmanals de programació en català. Algunes de les novetats són els espais *Obrim fil*, amb Xavier Sardà i Ana Boadas; *Cafè d'idees*, amb Gemma Nierga; *En línia*, dirigit per Jèssica del Moral, i *Perduts en el temps*, que presenta Bruno Oro.



Netflix no assoleix el 30% de la quota d'obra europea en el seu catàleg

Un [informe](#) del CAC sobre la plataforma OTT mostra que l'oferta audiovisual europea a Netflix és del 22,2%, una xifra que no arriba al percentatge que estableix la Directiva europea de serveis audiovisuals. La presència d'obra en català és del 0,5%. La plataforma sí que introdueix sistemes de prominència d'obres europees, que faciliten a la persona usuària trobar aquests continguts en les primeres pantalles dels seus menús.



I també més català a la ràdio

L'emissora musical del Grupo PRISA, Los 40, ha estrenat web en català [Els40.cat](#). El portal pretén donar a conèixer els músics i grups catalans, informar de les novetats que surtin al mercat i dels concerts programats. Igualment, vol aprofitar el ressò de les xarxes socials per donar a conèixer nous talents de l'escena catalana.



Èm çò qu'èm, primera sèrie de ficció en aranès

Creada per Lleida Televisió, la sèrie compta amb el suport del Conselh Generau d'Aran i es pot veure a diverses televisions de la XAL i en *streaming* per [ala carta.cat](#). La sèrie consta de 15 episodis i està plantejada en clau d'humor, amb l'objectiu de divulgar la llengua aranesa i aclarir dubtes.

Flaixos (2)



Foment de l'esperit crític entre l'alumnat

La Fundació “la Caixa” ha presentat [BeCritical](#), un programa per potenciar la competència mediàtica i el pensament crític entre l'alumnat. Es tracta d'una iniciativa inspirada en els materials del programa d'educació mediàtica del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, [eduCAC](#). La proposta d'activitats adreçada al personal docent està enfocada al foment de l'ús responsable i conscient dels mitjans de comunicació entre els alumnes d'ESO, batxillerat i cicles formatius.



El CSA francès i la desinformació en línia

D'ençà de l'aprovació de la [Llei 2018-1202, de 22 de desembre, relativa a la lluita contra la manipulació de la informació](#), les plataformes en línia amb més de 5 milions d'usuaris únics mensuals a França han d'informar cada any el CSA de les mesures adoptades. El 30 de juliol, el regulador va publicar el [primer informe](#), a partir de les respostes a un [qüestionari](#) de 16 serveis en línia, com ara cercadors, *marketplaces*, plataformes d'intercanvi de vídeos, fòrums en línia i xarxes socials.



Ofcom: prominència i plataformes globals

L'agost del 2020, el regulador britànic va presentar l'estudi [Connected TV gateways: review of market dynamics](#), elaborat per una consultora externa. L'estudi analitza l'impacte de nous dispositius d'accés als continguts, el paper de les plataformes globals i la seva influència en el consum audiovisual al Regne Unit. Es planteja que l'obligació de prominència dels continguts de servei públic en entorns digitals, vigent al país des del 2012, requereix una actualització normativa, tant en els sistemes operatius com en el disseny de les interfícies per als usuaris.



CAC i CSA: la representació de les dones durant la crisi COVID-19

El CSA francès i el CAC han publicat sengles informes sobre la igualtat de gènere durant el brot de COVID-19. Basats en l'anàlisi de notícies i programes especials de COVID-19 emesos el mes de març ([estudi del CAC](#)) i de març a maig ([estudi del CSA francès](#)), tots dos informes conclouen que hi ha una representació insuficient de dones en funcions d'alta responsabilitat o expertesa, mentre que hi ha una representació excessiva de dones en temes relacionats amb la família, l'educació dels infants i l'atenció a la gent gran.

Flaixos (i 3)



La salut dels ecosistemes comunicatius a la UE

El juliol del 2020, el [Center for Media Pluralism and Freedom](#) (entitat que depèn de l'Institut Universitari d'Europa) va publicar la tercera versió del seu [Media Pluralism Monitor](#), un projecte finançat per la UE iniciat el 2013. L'estudi es basa en l'anàlisi de quatre grans àrees: protecció legal bàsica, pluralisme en el mercat, independència política i inclusió social. L'informe conclou que, als diferents estats de la UE, hi ha un estancament general i fins i tot un deteriorament del pluralisme i la llibertat dels mitjans.



OEA: mapatge de la normativa sobre obra europea

El juliol del 2020, l'Observatori Europeu de l'Audiovisual (OEA) va publicar [Mapping of the regulation and assessment of the nationality of European audiovisual Works](#), estudi comparatiu dels marcs legals a Europa en la definició de la nacionalitat de les obres europees. Determinar l'origen d'una obra és primordial per a productors, fons públics de cinema, reguladors i proveïdors de serveis. Amb la nova Directiva de serveis de comunicació audiovisual (i l'extensió de les obligacions als serveis de VOD), l'avaluació de la nacionalitat dels continguts és un element clau de polítiques audiovisuals.



Autoregulació en la publicitat de jocs i apostes en línia

L'[Associació Europea de Jocs i Apostes](#) (EGBA, en les seves inicials en anglès) va publicar el primer [Codi paneuropeu de conducta sobre publicitat responsable de jocs en línia](#). Aquest codi és aplicable a tots els membres de l'EGBA, també està obert a la signatura de qualsevol empresa de joc en línia amb llicència a la UE, a la zona EEE i al Regne Unit. Cinc associacions nacionals d'apostes ja han aprovat el codi (Bèlgica, Dinamarca, Països Baixos, Noruega i Portugal).



Comissió Europea: definició d'obra europea i PIV

El juliol del 2020, la Comissió Europea va publicar les pautes sobre la definició de [plataforma d'intercanvi de vídeos](#) i d'[obra audiovisual europea](#). Aquestes pautes volen facilitar una implementació i aplicació harmonitzades de la Directiva de serveis de comunicació audiovisual (AVSMD). Aquesta iniciativa forma part de la [revisió del paquet de lleis digitals](#), empresa per la nova Comissió Von der Leyen.



Transposició de la Directiva de serveis de comunicació audiovisual

El 19 de setembre del 2020 va finalitzar el termini per a la transposició de la [Directiva de serveis de comunicació audiovisual](#) als ordenaments jurídics estatals. Només Dinamarca i Alemanya (amb el text pendent de ratificació) van fer la transposició dintre del termini establert.

BIAC. Núm. 16 – Segon quadrimestre del 2020

Fonts principals:

- CAC: dades pròpies del Consell.
- Barlovento Comunicación: [informes mensuals](#) d'audiència televisiva.
- Iconografia: [Noun Project](#), [Freepik](#), [Idescat](#)

Citació bibliogràfica:

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA. *Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya* (BIAC). Núm. 16. Segon quadrimestre del 2020. Barcelona: CAC, setembre del 2020. <www.cac.cat>