

Las fuerzas del mercado están creando un ecosistema audiovisual europeo equilibrado... y está en auge

Oliver & Ohlbaum Associates Limited, septiembre de 2022



O&O

Índice

Resumen	01
Conclusiones	03
La demanda de contenido es mayor elevada que nunca	04
Los medios tradicionales se han adaptado para aprovechar las oportunidades que brinda la tecnología digital	05
Las entidades de radiodifusión tradicionales y los proveedores de SVOD (vídeo bajo demanda por suscripción) están innovando en tecnología de distribución de contenido	05
En general, los ingresos de la televisión tradicional se mantienen o van en aumento	06
En el nuevo ecosistema, las entidades de radiodifusión de FTA tradicionales y los proveedores internacionales de SVOD desempeñan funciones distintas y complementarias	07
La inversión en contenido está aumentando debido a la competencia	08
Existe una fuerte demanda de este contenido en otros mercados	09
Los presupuestos de los largometrajes europeos se mantienen estables y la recaudación en taquilla comienza a recuperarse	10
La Covid-19 ha afectado seriamente al sector audiovisual, pero está recuperándose	10
El sector europeo de la producción es diverso y rentable	11
El sector europeo de la producción sigue siendo diverso	12
Las productoras presentan buenos niveles de rentabilidad con independencia de su tamaño y composición accionarial	15
Son varios los factores que fomentan una mayor diversidad de condiciones contractuales, lo que permite que las productoras formen portfolio de proyectos.	16
El futuro del sector audiovisual europeo es prometedor	18
Si esta es la «edad de oro de los contenidos», ¿qué supone eso a efectos de regulación?	21
Las nuevas normas europeas que regulan el mercado audiovisual, incluyendo las disposiciones relativas a las obras europeas, se han transpuesto recientemente o todavía se están debatiendo, por lo que es demasiado pronto para saber cómo pueden afectar a las tendencias del mercado que hemos descrito	22
Hay diversos motivos por los que algunos territorios se han opuesto a introducir nueva regulación	22
En un mercado tan cambiante, los cambios en la regulación pueden tener un efecto potencialmente perjudicial	24
El sector audiovisual europeo está alcanzando un nuevo equilibrio... y está en auge	25
Anexo	26

Resumen

El panorama audiovisual ha cambiado en los últimos diez años y la digitalización ha generado cambios importantes en el sector audiovisual (AV) europeo. Ha crecido la oferta de servicios audiovisuales tanto de las entidades de radiodifusión europeas como de nuevos proveedores de vídeo bajo demanda (VOD, del inglés *Video-on-Demand*) europeos y mundiales. La creciente conectividad y la inversión en tecnología de distribución de contenido por parte de las empresas del sector audiovisual han hecho posible que los consumidores puedan elegir qué quieren ver en un televisor o en cualquier lugar (a cualquier hora y en dispositivos diversos).

Resumen (continuación)

Responsables políticos de toda Europa están reaccionando a estos cambios, valorando qué política industrial y qué marco regulatorio audiovisual son adecuados para impulsar el sector audiovisual europeo en la era digital.

La Directiva de servicios de comunicación audiovisual (DSCAV) fue modificada en 2018 con el fin de velar por la «igualdad de condiciones» entre televisión y servicios bajo demanda, también en relación con las cuotas reservadas para obras europeas y las obligaciones financieras¹. A pesar de que la transposición debía llevarse a cabo antes de septiembre de 2020, muchos territorios no aprobaron los instrumentos pertinentes hasta 2021 e incluso 2022, debido a los retrasos ocasionados por la pandemia. Siguen abiertos numerosos debates en torno a la introducción de obligaciones financieras. El Grupo de Entidades Reguladoras Europeas para los Servicios de Comunicación Audiovisual (ERGA) decidió proseguir con su labor de «aplicación y cumplimiento uniforme del marco de la DSCAV» en 2022, advirtiendo del escaso número de transposiciones nacionales en 2021².

Asimismo, la Comisión ha aprobado el Plan de acción para los medios de comunicación y el sector audiovisual con el fin de fomentar la recuperación y transformación del sector audiovisual y de los medios de comunicación tras la pandemia, mediante la combinación de una serie de medidas en materia de financiación e inversiones, capacitación y cooperación dentro del sector. Estas medidas se han estado ejecutando durante 2021 y 2022.

A pesar de que se están aplicando tanto la Directiva como otras medidas más amplias de la UE en apoyo del sector de medios de comunicación, y de que la evaluación *ex post* de la Directiva SCAV por parte de la Comisión Europea no está prevista hasta 2026, hay voces que sugieren la revisión de ciertas políticas y un creciente número de Estados miembros se están planteando aprobar obligaciones de inversión e impuestos nuevos o adicionales. Por dichos motivos, en este documento analizamos las tendencias del mercado audiovisual europeo y nos preguntamos si el actual ecosistema audiovisual precisa de nuevas intervenciones regulatorias.

Para responder a esta pregunta, el presente documento se centra en una muestra de territorios dentro del Mercado Único de la Unión Europea: Francia, Alemania, Italia, España y Suecia, además de analizar el Reino Unido. Basándonos en investigación documental, el análisis de datos de terceros³ y los conocimientos y la experiencia internos de O&O sobre el sector audiovisual europeo, abordamos:

- 1 La evolución de la demanda de los compradores de contenido**
- 2 La evolución de la oferta de productores de contenido**
- 3 La futura evolución del sector audiovisual**
- 4 Las consecuencias de estas tendencias desde una perspectiva política**

¹2016, Evaluación de impacto del documento de trabajo de los servicios de la Comisión, que acompaña a la Propuesta de Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo por la que se modifica la Directiva 2010/13/UE, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual, a la vista de la evolución de las realidades del mercado

² Programa de trabajo ERGA para 2022, Subgrupo 1 – Aplicación y cumplimiento uniforme del marco de la DSCAV

³ En el apéndice puede consultarse una lista completa de las fuentes analizadas para la elaboración del presente documento

Conclusiones

El documento concluye que las fuerzas del mercado europeas están creando un equilibrio de contenidos y servicios locales, regionales y mundiales.

Desde el punto de vista de la demanda, existe una fuerte demanda de contenidos. En los países de nuestra comparativa, las televisiones tradicionales han aprovechado las oportunidades que ofrece la digitalización; los ingresos de las televisiones tradicionales se mantienen en general estables o van en aumento, la inversión total en contenido está creciendo y existe una elevada demanda de contenidos europeos en otros mercados. En el cine, la recaudación en taquilla empieza a recuperarse tras la pandemia.

Más que nunca, estas condiciones han generado oportunidades para producir y distribuir contenidos. Junto a la innovación en servicios de VOD, las televisiones y los proveedores de SVOD (vídeo bajo demanda por suscripción, del inglés *Subscription Video-on-Demand*) han invertido en tecnología de distribución de contenidos, como las Redes de Distribución de Contenidos (CDN, del inglés *Content Delivery Network*), y han establecido acuerdos de distribución con plataformas de televisión de pago y Proveedores de Servicios de Internet (PSI).

Desde el punto de vista de la oferta, existe una dinámica combinación de grandes y pequeñas productoras, elevados niveles de titularidad europea entre las empresas con mayores ingresos y buenos niveles de rentabilidad para las productoras independientes de todos los tamaños. Esta combinación fomenta la resiliencia y la renovación creativa del sector de la producción. La competencia en contenidos entre distintos tipos de inversores contribuye a una mayor flexibilidad y variedad de condiciones en materia de financiación y PI (propiedad intelectual).

De cara al período 2022-2026, en los seis países de nuestra comparativa se prevé un aumento global de la inversión en contenidos total de las televisiones tanto de señal abierta (FTA, del inglés *Free To Air*) como de pago (si bien con alguna variación entre países), a la vez que se espera un aumento significativo de la inversión en SVOD⁴, en pro de una clara tendencia al alza y que sugiere que la inversión en SVOD es suplementaria. Por otra parte, el desarrollo de nuevos canales de distribución junto con una mayor competencia contribuye a que sigan evolucionando las condiciones de los acuerdos celebrados entre las entidades que encargan el producto y las productoras. Un sector dinámico permite que las productoras formen portfolio de proyectos entre entidades que encargan productos, con una variedad de condiciones a fin de hallar un equilibrio entre financiación y seguridad jurídica y la posibilidad de conseguir un «hit».

En base a estas conclusiones, no queda claro que, para alcanzar el citado objetivo político de fortalecer la resiliencia del sector audiovisual europeo en la era digital, sea necesaria una nueva regulación de la inversión en contenidos locales. Aún es muy pronto para valorar el efecto que la nueva regulación introducida por la DSCAV y sus normas nacionales de transposición puedan tener en el mercado y, cuando se contemplan los distintos territorios europeos, se comprueba que una regulación más estricta en materia de contenidos locales no supone por sí sola un indicador de mejores resultados con respecto a la inversión en contenidos. Los niveles de inversión son elevados en países en los que no existen requisitos adicionales o en los que estos son escasos, como Alemania, Suecia, el Reino Unido y España. También resulta importante valorar las posibles consecuencias no deseadas; requisitos para realizar una mayor inversión en un mercado puede producir un aumento de costes y escasez de medios de producción, afectando a la capacidad de todos los proveedores de contenido de ofrecer nuevas obras europeas.

⁴ Ampere Analysis - véase más adelante la Figura 10

01

La demanda de contenido es mayor elevada que nunca

La digitalización está trayendo importantes cambios en el sector audiovisual europeo. Los consumidores migran constantemente del visionado de canales de televisión al consumo lineal en internet y bajo demanda, especialmente el público más joven. Por lo general, los ingresos por anuncios en televisión se mantienen y las cadenas están innovando en tecnología publicitaria. Asimismo, se ha producido un aumento de la oferta de servicios audiovisuales; así, por ejemplo, el OEA indica que en junio de 2022 los europeos tuvieron acceso a una media de 99 servicios de VOD en sus países, entre los que se incluyen 27 plataformas de SVOD.⁵

Tal como indica el OEA, los cambios en el comportamiento del público con respecto al visionado en línea «han empujado a las cadenas de televisión a buscar la manera de adaptarse». Debido a la intensidad de la competencia por la audiencia⁶, es fundamental contar con los contenidos adecuados; esto deriva en una competencia por el talento creativo y medios de producción europeos, así como un aumento de la demanda de contenidos con licencia europeos.

⁵ Base de datos MAVISE, UE-27 más el Reino Unido, incluyendo las categorías MAVISE VOD gratuito, VOD transaccional (TVOD), VOD por suscripción (SVOD), y VOD N/A

⁶ OEA, *Yearbook 2020/21, Key Trends* (Anuario de tendencias clave del audiovisual 2020-2021)

Los medios tradicionales se han adaptado para aprovechar las oportunidades que brinda la tecnología digital

Las televisiones FTA europeas lideraron el estreno de servicios de VOD, gracias al lanzamiento de TF1Vision en 2005 en Francia, SVT Play en 2006 en Suecia o RTVE a la carta en 2008 en España. A su vez, los proveedores de televisión de pago europeos crearon el servicio de transmisión libre (OTT, del inglés *Over-The-Top*) para sus paquetes de pago y nuevos servicios de VOD como «*pay lite*», ofreciendo a los consumidores una mayor flexibilidad (Orange, Movistar, Sky). Esta innovación jugó un papel fundamental en la incorporación de los consumidores al visionado de televisión en línea y bajo demanda, creando con ello, un mercado para aquellos que se incorporaron después.

Tras la llegada y expansión de las plataformas de SVOD a nivel mundial a partir de 2015, las televisiones tradicionales europeas han seguido innovando, tanto en contenido como en funcionalidad. Para

transformar sus medios desde «servicios de televisión en diferido (*catch-up*)» hasta verdaderas plataformas, las cadenas han aumentado su inversión en encargos para estrenos en VOD y contenidos de catálogo. Algunas han lanzado también servicios de VOD selectivos como, por ejemplo, servicios dirigidos a un público joven. La francesa Benshi (2016) es una plataforma de SVOD independiente que ofrece películas de arte y ensayo para niños; TFOU Max (2007), de TF1, se centra en las principales marcas de dibujos animados para niños; y la alemana Kixi (2011) está especializada en películas, series, dibujos animados y documentales con contenidos educativos tanto de pequeñas productoras independientes como de grandes estudios. También hemos visto colaboraciones en materia de contenidos y acuerdos de distribución, como la plataforma Joyn (2019) de ProSiebenSat.1 y Discovery en Alemania, o la aplicación de *streaming* de vídeo y música de RTL RTL+ Musik (2022), en asociación con Deezer. Combina televisión, noticias, películas, audios de texto y música. Una oferta de VOD europea a nivel regional es Viaplay (2011), actualmente disponible en los países nórdicos, los países bálticos y Polonia, cuya introducción en el Reino Unido, Países Bajos, Alemania y Austria, así como Canadá y Estados Unidos, está prevista para 2022 y 2023.

Las televisiones tradicionales y los proveedores de SVOD (vídeo bajo demanda por suscripción) están innovando en tecnología de distribución de contenido

Las entidades de radiodifusión tradicionales y los proveedores de SVOD también están innovando con respecto a la distribución de contenidos, invirtiendo en soluciones tecnológicas que mejoren la eficiencia de la distribución en línea de los medios. Esto incluye una inversión en Redes de Distribución de Contenidos (CDN) propias y de terceros, que ahorran costes de ancho de banda a los PSI y reducen la congestión; y en una creación de paquetes y una codificación de contenidos eficientes que permitan ofrecer vídeo de calidad a velocidades de bits más bajas. Netflix ha invertido en su propia CDN Open Connect⁷ y The Walt Disney Company está contribuyendo al desarrollo de tecnología de caché abierto⁸. En relación con el 5G, los proveedores de contenido están invirtiendo

en trabajos de estandarización. La Unión Europea de Radiodifusión ha desarrollado requisitos técnicos y ha llevado a cabo ensayos para contribuir a la elaboración del 3GPP⁹.

Los proveedores de contenido también celebran acuerdos de distribución con plataformas de televisión de pago y PSI. Por ejemplo, Viaplay se ha asociado con la PSI sueca Bredband2, así como T-Mobile Netherlands y la empresa de cable Vector en Polonia. Netflix se ha asociado con Telefónica, Vodafone y Orange, entre otras.

Este grado de innovación, apoyado por la creciente competitividad, ha mantenido la pertinencia y la importancia de los segmentos europeos de FTA tradicional y televisión de pago en la era digital. Se trata de entidades que, en particular, encargan y compran contenido adoptado específicamente al mercado, lo que indica que está surgiendo un nuevo ecosistema audiovisual equilibrado en Europa.

⁷ Respuesta de Netflix a *Call for evidence: Net neutrality review* de Ofcom, 2021

⁸ LightReading, *Disney gets behind open cache tech for streaming*, 2020

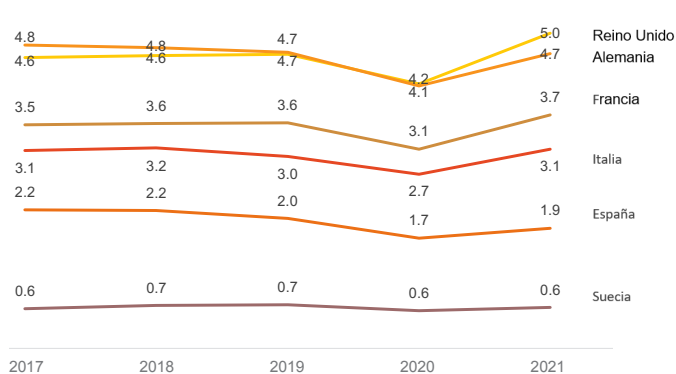
⁹ 3GPP es la organización mundial de estandarización de tecnologías de telecomunicación móvil. Unión Europea de Radiodifusión (UER), *Trials Tests and Projects Relating to 4G/5G Broadcast supported by European PSB, Technical Report*, 2022

En general, los ingresos de la televisión tradicional se mantienen o van en aumento

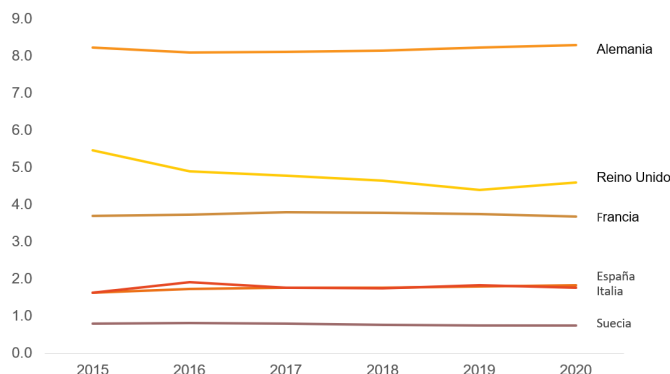
Tal como se muestra a continuación en la Figura 1, los ingresos por publicidad de las televisiones FTA se desplomaron en 2020 por la pandemia, pero están repuntando en la mayoría de los mercados. Por su parte, la financiación pública, especialmente de las televisiones públicas (PSB, del inglés *Public Service Broadcasting*), se mantiene generalmente estable,

si bien en algunos países como el Reino Unido ha experimentado una reducción y en otros como Francia se están debatiendo el modelo y el nivel de financiación¹⁰.

Figura 1: Ingresos por publicidad televisiva 2017-2021 (miles de millones de euros) y financiación pública de la televisión 2015-2020 (miles de millones de euros)



Fuente: Global Entertainment & Media, de PwC Outlook 2022-2026, www.pwc.com/outlook

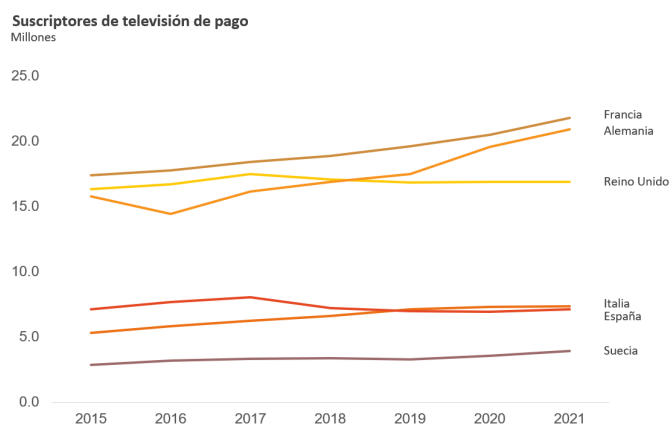


Fuente: OBS

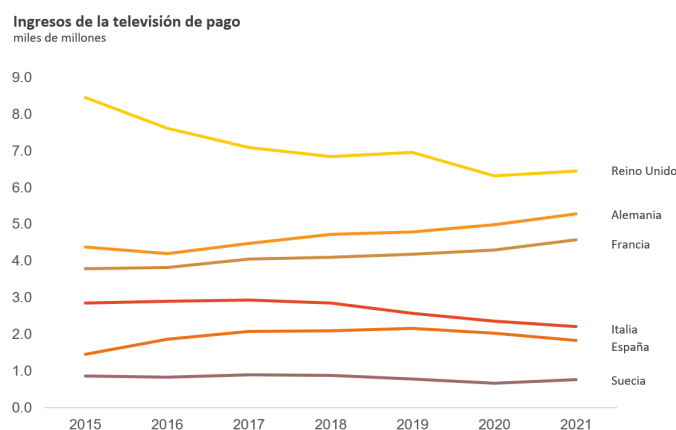
Los suscriptores de la televisión de pago han ido creciendo a ritmo constante, incluso en países que tradicionalmente mostraban una baja penetración de este segmento como España, a medida que los servicios han innovado como respuesta a la

competencia. Aunque en un par de mercados ha habido más problemas para mantener los ingresos, en general se mantienen estables o van en aumento (Figura 2).

Figura 2: Suscriptores de televisión de pago (millones) e ingresos (miles de millones de euros), Francia, Alemania, Italia, España, Suecia y el Reino Unido, 2015-2021



Fuente: Dataxis



Fuente: Dataxis

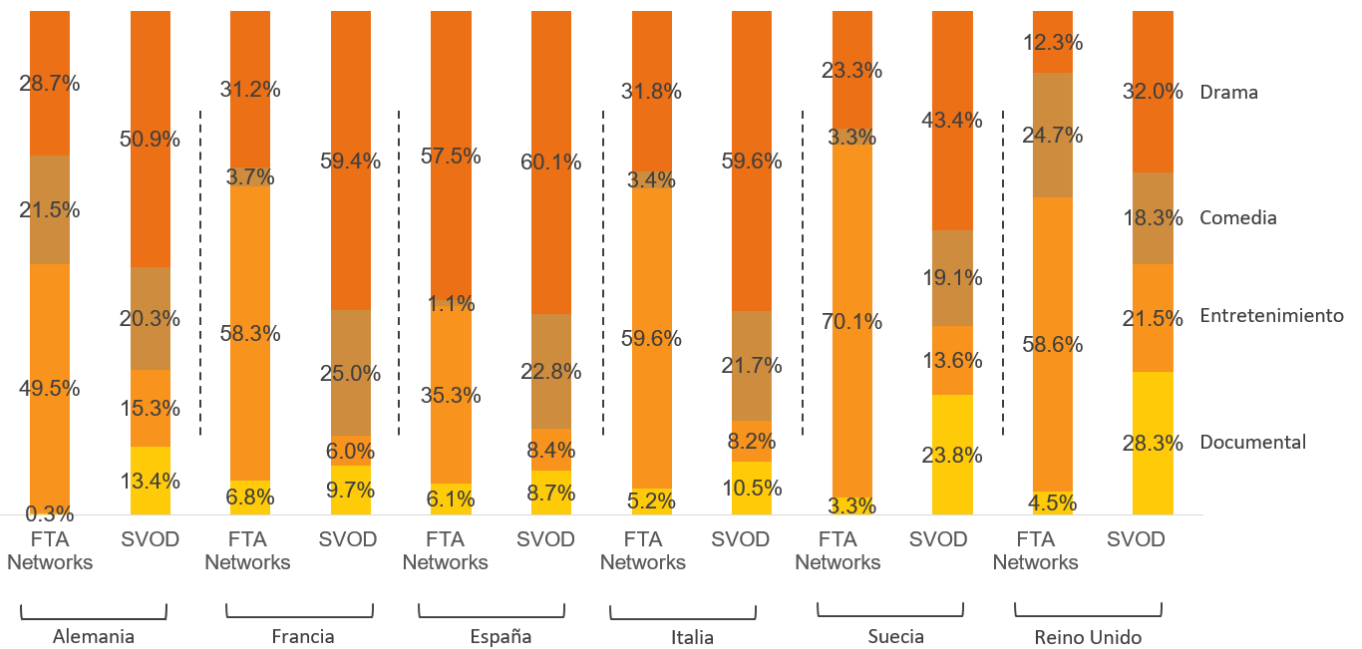
¹⁰ Mayo de 2022, *Suppression de la redevance télé dès 2022*, Direction de l'information légale et administrative, Premier ministre

En el nuevo ecosistema, las televisiones FTA tradicionales y los proveedores internacionales de SVOD desempeñan funciones distintas y complementarias

Las televisiones tradicionales y los proveedores de SVOD a nivel mundial desempeñan funciones complementarias en lo que respecta a la inversión en contenidos y la oferta al público. Para analizar esto, hemos examinado el contenido de las programaciones de los principales canales durante una muestra representativa de varias semanas en los principales mercados audiovisuales de la UE. Hemos escogido 2019 para excluir cualquier posible efecto de la pandemia en 2020/21. Como puede verse, las televisiones FTA nacionales ofrecen al público una programación local de calidad con

una amplia gama de géneros y presupuestos, que incluyen noticias, eventos en directo y películas y programas de televisión adaptados a cada cultura. A menudo los proveedores de televisión de pago han elevado su inversión en géneros relevantes a nivel local, a la vez que han tratado de competir con las grandes televisiones nacionales y con proveedores de SVOD mundiales en ficción seriada de calidad (*high-end drama*). Por su parte, las plataformas de SVOD a nivel mundial han diversificado sus opciones, ofreciendo acceso a una amplia gama de programas internacionales, especialmente en los géneros de *high-end drama* y factual, junto con producciones locales y contenidos de biblioteca para captar a consumidores locales a través de una serie de géneros concretos. Figura 3: comparación de los géneros de contenidos disponibles en las redes de FTA y en las plataformas de SVOD en nuestra muestra de territorios.

Figura 3: Horas de contenidos televisivos por género, comparativa entre redes de FTA y SVOD, 2019, Francia, Alemania, Italia, España, Suecia y el Reino Unido (%)



Fuente: Análisis de O&O relativo a la programación de las principales redes de FTA europeas, Ampere

La inversión en contenido está aumentando debido a la competencia

Como puede observarse a continuación en la Figura 4, existe un aumento de la inversión total en contenidos en todos los mercados que comparamos, liderado por los proveedores de SVOD. Esto indica que la inversión por los SVOD es una inversión aditiva. Antes de las alteraciones por la Covid-19 en 2020, desde la llegada del SVOD en 2015, la inversión de las televisiones FTA se ha mantenido o ha aumentado, con una tasa de crecimiento anual compuesto (TCCA) del 2,0 % en el período comprendido entre 2015 y 2018. La inversión en contenidos de SVOD creció con rapidez en este período, con un incremento de la inversión igual a una TCCA del 142,6 % en el período 2015-2018.

Figura 4: Crecimiento en inversión total en contenidos según el tipo de entidad en Francia, Alemania, Italia, España, Suecia y el Reino Unido (TCCA), 2005-2021 (excepto noticias y deportes)

	2005-2014	2015-2018	2019-2021
FTA	1.3%	2.0%	(2.0%)
Televisión de pago	1.6%	6.6%	5.3%
SVOD	n/a	142.6%	33.7%
Total	1.4%	7.3%	5.3%

Nota: Combina la inversión en Francia, Alemania, Italia, España, Suecia y Reino Unido. Excluye la inversión en noticias y deportes Fuente: Ampere Analysis, Oliver & Ohlbaum

Podemos comprobar cómo el SVOD a nivel mundial supone una gran parte de la inversión en contenidos locales en toda Europa como consecuencia de la competencia por la audiencia. Por ejemplo, Netflix ha pasado de encargar y producir contenidos en Los Ángeles hace ocho años a trabajar íntegramente con productoras europeas en toda la región con el fin de producir contenidos locales (europeos). Esta inversión, sumada a la fuerte inversión constante de las televisiones nacionales, significa que existe una elevada demanda a las productoras europeas de productos dirigidos tanto al público local como al internacional, lo que les permite desarrollar un portfolio de proyectos complementarios para una gran variedad de clientes.

Existe una fuerte demanda de contenido europeo en otros mercados

Los contenidos europeos que se están creando se exportan con éxito, por lo que difunden la diversidad cultural y lingüística europea tanto en la región como fuera de ella.

En lo que respecta a las horas de drama, la Figura 5 a continuación ilustra la elevada demanda de exportación de programas europeos procedentes de Alemania, Francia, Italia, España y Suecia. No incluye coproducciones internacionales ni SVOD a nivel mundial (como entidades que encargan el producto o distribuidores), pues se asume que se distribuyen en varios territorios o incluso en todo el mundo.

Es probable que 2020 y 2021 se vieran afectados por la pandemia de Covid-19, ya que los compradores se

centraron más en los contenidos nacionales en ese período. En el período comprendido entre 2015 y 2019, en los países de nuestra comparativa las exportaciones crecieron a una TCCA conjunta del 26,5 %.

Si incluimos todos los géneros, en el período 2011-2021 se exportó como promedio el 36 % de las producciones procedentes de los países incluidos en nuestra comparativa¹¹. No todos los contenidos locales son adecuados para su exportación a otros mercados por estar altamente adaptados a un lugar o momento específicos (como algunos programas tipo concurso, telenovelas y parte de *factual*), algo lógico teniendo en cuenta, por ejemplo, las diferencias de modelo de negocio y las preferencias en cuanto a género de las televisiones europeas.

Figura 5: Horas de ficción exportada, tasas de crecimiento anual compuesto (%), Francia, Alemania, Italia, España, Suecia 2015-2021

	2015-2019	2019-2021
Alemania	88.6%	(50.9%)
Francia	24.1%	(36.0%)
España	9.8%	(25.0%)
Italia	14.9%	14.3%
Suecia	18.3%	(4.0%)

Nota: Se excluyen las plataformas de ámbito mundial y las coproducciones internacionales. Se excluye el Reino Unido ya que las exportaciones de Ficción son considerablemente superiores a las del resto de países Fuente: Consultoría para alta dirección y análisis por Oliver & Ohlbaum de datos de NoTa. Datos suministrados por Gance.

¹¹ Análisis de consultoría para alta dirección de datos de NoTa, encargado por Netflix. El conjunto de datos incluye los géneros *Factual*, *Entretenimiento* y *Ficción* para televisión

Los presupuestos de los largometrajes europeos se mantienen estables y la recaudación en taquilla comienza a recuperarse

Tal como ha puesto de manifiesto el OEA, las películas de ficción europeas siguen dependiendo en gran medida de la financiación pública directa, especialmente en mercados pequeños con menor acceso a financiación a través de ventas anticipadas, aunque las inversiones de productoras y televisiones también son significativas. La Figura 6 muestra cómo entre 2015 y 2019, período que hemos escogido a fin de excluir el impacto de la pandemia, los presupuestos de los largometrajes se mantuvieron o aumentaron en la mayoría de los mercados europeos de nuestra comparativa. La tendencia al alza del Reino Unido sufrió una corrección en 2019, y en Francia la media de los presupuestos descendió a partir de 2016, si bien siguieron estando por encima de los de Italia, España y Suecia en 2019-2020.

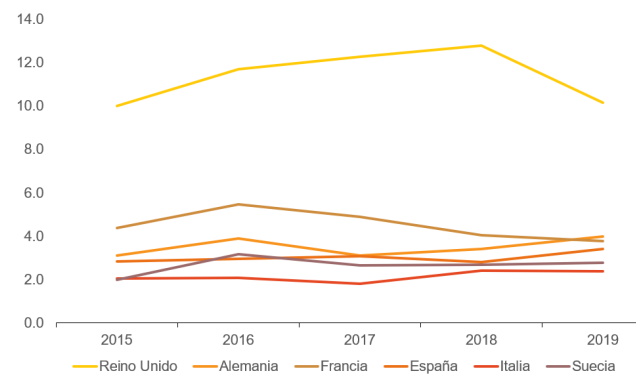
Asimismo, el OEA indica que el volumen promedio de producción cinematográfica de la UE (con inclusión del Reino Unido) mantuvo una tendencia de crecimiento prolongado en 2019, impulsada por el aumento de las coproducciones internacionales y los largometrajes documentales¹². A continuación analizamos cómo los proveedores de VOD contribuyen a la industria cinematográfica europea mediante encargos, licencias y nuevos canales de distribución.

También observamos que hay innovación en los servicios de VOD que ofrecen películas.

La Covid-19 ha afectado seriamente al sector audiovisual, aunque está recuperándose

Las primeras fases de la pandemia provocaron una rápida disminución de los ingresos de muchas televisiones, debido principalmente a una reducción del gasto en publicidad; en algunos casos esto llevó a una reducción de los presupuestos por programa para mantener los beneficios o las reservas. Al mismo tiempo, la producción se enfrentó a trabas muy serias y las pólizas de seguro a menudo no cubrieron las interrupciones o lo hicieron de forma poco adecuada, por lo que surgió la necesidad de una intervención a nivel de políticas. Los cines se vieron severamente afectados especialmente debido a su cierre obligatorio y muchos estrenos de largometrajes previstos se retrasaron. Entretanto, algunos estudios

Figura 6: Presupuestos de largometrajes (miles de millones de euros, 2015-2019), Francia, Alemania, Italia, España, Suecia y Reino Unido



Nota: ES incluye las coproducciones minoritarias; UK incluye las coproducciones; DE, IT, SE: solo películas de ficción; FR: solo películas de iniciativa francesa Fuentes: OBS, análisis de Oliver & Ohlbaum

Los consumidores se benefician de una gran variedad de plataformas europeas de cine mayoritario e independiente, desde la croata Pickbox NOW hasta UniversCiné Belgium, pasando por la italiana CHILI, la española Filmin y la franco-alemana Sooner. Al igual que sucede con el streaming, los servicios de VOD mundiales ofrecen un variado catálogo para alquiler y compra (TVOD). Teniendo en cuenta el principal país de producción, los territorios de nuestra comparativa contaban con más de 300 000 «presencias cinematográficas» en servicios de VOD en la UE-27 en agosto de 2020¹³. Los servicios de VOD llevan las películas europeas locales por toda la región y fuera de la misma.

experimentaron con estrenos directos en los hogares a través de TVOD *premium*, así como con *streaming*.

Es sorprendente analizar cómo todo volvió a la normalidad tanto en televisiones como en proveedores de VOD: todos los medios lograron recuperar su actividad de encargar producciones o realizarlas por sí mismos. La taquilla está tardando más en recuperarse debido a las medidas de distanciamiento físico y a las reservas por parte de cierto público, aunque las entradas y los ingresos brutos de taquilla (GBO, del inglés *Gross Box Office*) ya subieron un 31 % y un 38 % respectivamente en 2021, en comparación con el año anterior¹³.

Hay una fuerte demanda de contenidos y servicios audiovisuales y la inversión en contenido está en auge en los países de nuestra comparativa, lo que indica que estamos ante una «época dorada para los contenidos».

¹² Focus 2020, World Film Market Trends, OEA

¹³ OEA, Limited recovery of theatrical markets in the EU and the UK in 2021 – cinema attendance up by 31.5% year on year, mayo de 2022

02

El sector europeo de la producción es diverso y rentable

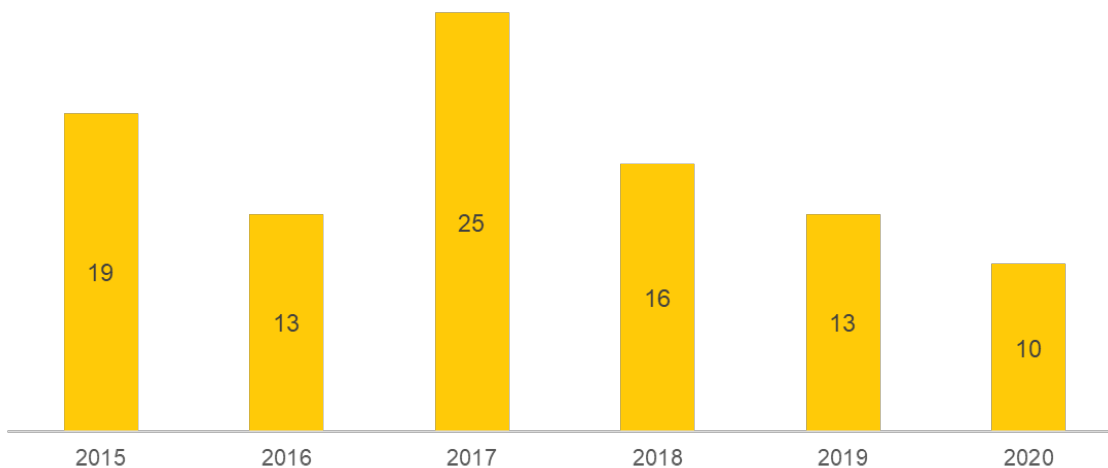
Con el aumento del número de proveedores de contenido y la competencia por la audiencia, las productoras europeas se están beneficiando de una competencia por contenidos, y surgen nuevas oportunidades de producir y distribuir su trabajo, tanto localmente como en Europa y fuera del continente.

En este apartado analizamos cómo el sector europeo de la producción sigue siendo diverso y rentable, a través de la presencia de grandes y pequeñas productoras europeas. Las grandes productoras logran beneficiarse de las economías de escala, aumentar su presencia paneuropea y competir a nivel internacional. Por su parte, las empresas de menor tamaño que acceden al mercado contribuyen a la «renovación creativa» del sector. Por último, analizamos cómo la competencia en contenidos contribuye a la existencia de una variedad de condiciones contractuales entre las entidades que encargan el producto y las productoras, y permite que estas últimas formen carteras y logren un equilibrio entre riesgo y rentabilidad.

El sector europeo de la producción sigue siendo diverso

Se ha producido una consolidación y una integración vertical en el sector europeo de la producción, con la emergencia de varias grandes productoras europeas. La Figura 7 ilustra el alcance de esta consolidación, donde las fusiones con productoras europeas alcanzaron su máximo en 2017. Esto forma parte de un ciclo dinámico en el que las productoras aparecen y crecen, en algunos casos dividiéndose para constituir una nueva *start-up* y comenzar de nuevo el ciclo.

Figura 7: Número de fusiones entre productoras en las que la sociedad adquirida era europea, 2015-2020.

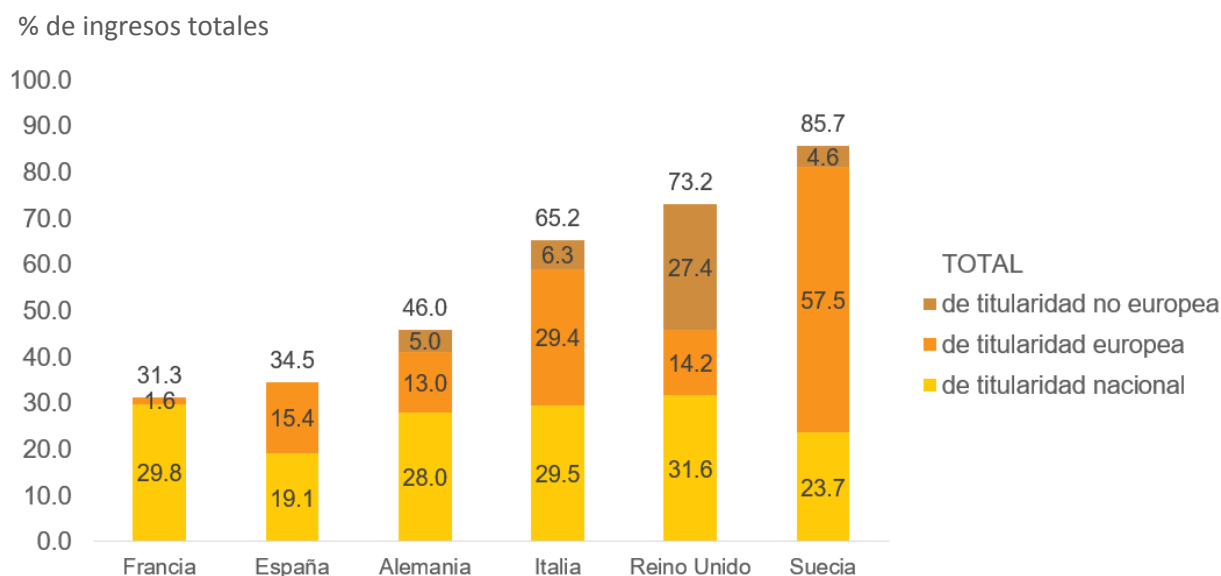


Nota: No exhaustivo. Los países que se incluyen son: Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Italia, España, Países Bajos, Polonia, Eslovenia, España y Suecia Fuente: Análisis de Netflix de datos de OMDIA. Queda prohibida su reproducción no autorizada.

Como parte de un sector europeo competitivo, las productoras nacionales necesitan crecer y asociarse. En los últimos años, hemos asistido a la adquisición por parte de la francesa Mediawan (*Call my agent!*) de la española Good Mood (Deudas); el establecimiento por parte de la francesa Federation Entertainment (*The Bureau*) de una red de productoras independientes de toda la UE; la adquisición por parte de Newen (TF1) de la alemana Flare Film (*Everything will change*); y la adquisición por parte de Fremantle, parte de RTL Group, de 12 productoras establecidas en los países nórdicos de NENT Studios (*The Farm*).

Tal como se indica en la Figura 8, la titularidad mayoritaria de las 10 productoras con más ingresos en los territorios de nuestra comparativa es nacional o de otros países europeos.

Figura 8: Ingresos obtenidos por las 10 principales productoras según la nacionalidad de sus titulares, Francia, España, Alemania, Italia, Reino Unido y Suecia, 2019



Fuente: Análisis de consultoría para alta dirección, encargado por Netflix

Al otro extremo de la escala también existe una «larga cola» de pequeñas productoras independientes. Por ejemplo, un informe de 2022 para el Senado francés destacó la buena marcha del sector de la producción en general, poniendo de relieve un aumento del número total de productoras hasta 4500; además, el 31 % de los ingresos del sector fueron obtenidos por las 4300 productoras más pequeñas¹⁴. El sector del Reino Unido cuenta con menos empresas en total (aprox. 395), con una distribución más equitativa entre empresas de distintos tamaños por horquilla de volumen de negocio. Teniendo en cuenta las productoras independientes del Reino Unido con un volumen de negocio anual superior a un millón de libras, el inventario financiero anual de O&O *Figura 8: Ingresos obtenidos por las 10 productoras*

principales por nacionalidad de sus titulares, Francia, España, Alemania, Italia, Reino Unido y Suecia, 2019 del sector para la asociación de productores Pact concluye que el 38 % tiene un volumen de negocio anual de entre 1 y 5 millones de libras, mientras que el 19 % tiene entre 5 y 10 millones de libras. Además, O&O estima que hay alrededor de 260 pequeñas productoras con un volumen de facturación anual inferior a 1 millón de libras¹⁵. Al margen de los países de nuestra comparativa, los datos de Dinamarca muestran también un elevado número de productoras teniendo en cuenta el tamaño del mercado global, con incorporaciones al mercado a lo largo de los años (había 395 productoras de televisión y cine de diverso tamaño en 2019, un crecimiento respecto de las 312 que había en 2016)¹⁶.

¹⁴ N.º 593, Sesión del Senado 2021-2022, Informe elaborado en nombre de la comisión de investigación para identificar los factores que han permitido o podrían conducir a la concentración de medios en Francia y evaluar el impacto de la concentración en una democracia (Rapport fait au nom de la commission d'enquête afin de mettre en lumière les processus ayant permis ou pouvant aboutir à une concentration dans les médias en France et d'évaluer l'impact de cette concentration dans une démocratie).

¹⁵ Estudio sobre la producción televisiva en el Reino Unido de Oliver & Ohlbaum Associates para Pact, Financial Census 2021

¹⁶ Producent Foreningen, Danske Indholdsproducenter 2021

Si nos centramos en los largometrajes, múltiples plataformas de TVOD y SVOD han aumentado las oportunidades de que las productoras y entidades de radiodifusión europeas obtengan ingresos de las licencias de películas. Esto incluye desde nuevos compradores de los derechos hasta nuevas ventanas de distribución tras el estreno en salas, lo que aumenta las posibles fuentes de financiación para lograr el visto bueno a una producción, así como nuevos clientes de largometrajes. Esto último adquiere especial relevancia a la luz de la actual dependencia que tiene el cine europeo de la financiación pública y el acceso limitado a compras anticipadas, pues en ocasiones las plataformas de SVOD pueden financiar íntegramente una producción, algo a lo que volveremos más adelante. De las 85 700 películas exclusivas de los catálogos de VOD europeos,

alrededor de un 46 % eran de la UE de los 27 y de otros países europeos como el Reino Unido, Suiza y Noruega, mientras que un 35 % procedían de Estados Unidos y un 19 % del resto del mundo. De la UE de los 27, la contribución de Francia y Alemania superaba el 20 % de los títulos e iba seguida por Italia, España y Suecia, entre los 6 principales países de procedencia¹⁷.

Esto se aplica tanto al cine europeo mayoritario como al minoritario. Por ejemplo, la franquicia española *Padre no hay más que uno* fue adquirida para su distribución en Prime Video tras su estreno en cine, mientras que la película italiana *Fue la mano de Dios* de Paolo Sorrentino estaba disponible en *streaming* en Netflix tras su estreno limitado en cines.

También se están desarrollando colaboraciones creativas en toda Europa, tanto con televisiones como con profesionales. Un ejemplo fue el compromiso de Netflix y Mediaset de producir conjuntamente siete largometrajes en italiano que debían realizar destacadas productoras independientes como Indigo Film (*La gran belleza*) o Lucky Red (*En mi propia piel*). Es preciso destacar que la inversión en SVOD proporciona a las productoras y a los profesionales europeos una nueva flexibilidad para moverse entre el cine y la televisión de calidad, según sean las aspiraciones creativas de cada proyecto concreto. Por ejemplo, el director, guionista y compositor Alejandro Amenábar creó la serie dramática *La Fortuna*, en Movistar+ España, mientras que Susanne Bier dirigió el drama *The Undoing* en HBO.

Por otra parte, The Creatives ha supuesto la unión de fuerzas por parte de diferentes productoras para crear películas y *high-end dramas*, aunando a la francesa Haut et Court y a la neerlandesa Lemming film (coproductoras de la película *Langosta*, de Yorgos Lanthimos), con Versus Production, de Bélgica (*Lost Bullet*), el grupo alemán Razor Film (*Quo Vadis, Aida?*), la noruega Maipo Film (*El tiempo de la felicidad*), la francesa Unité (*Mytho*), la británica Good Chaos (*Triangle of Sadness* de Ruben Östlund), la alemana Komplizen Film (*Skylines*) y la israelí Spiro Films, así como Masha Productions de Estados Unidos.

¹⁷ EAO, 'Film and TV content in TVOD and SVOD catalogues, 2021 Edition', 2021

Las productoras presentan buenos niveles de rentabilidad con independencia de su tamaño y composición accionarial.

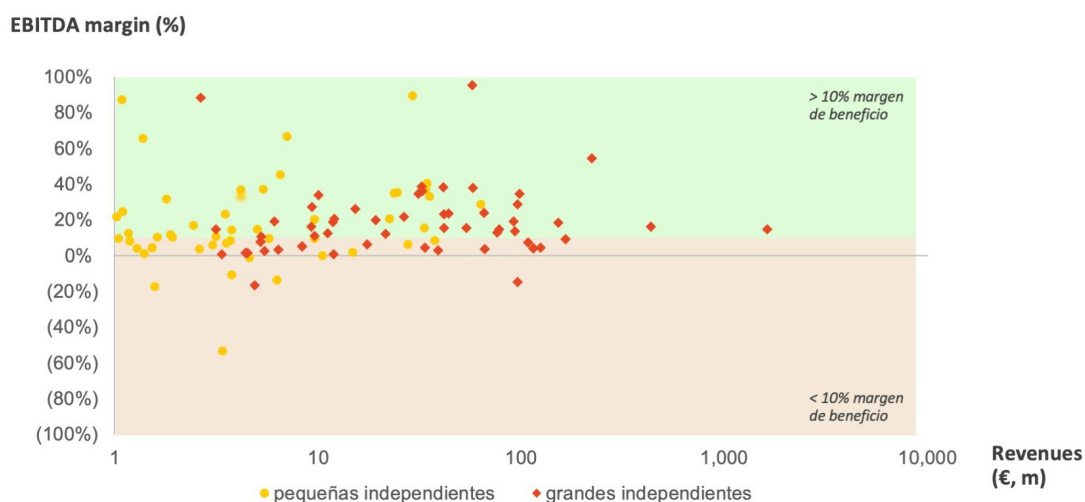
La asociación y consolidación entre productoras genera economías de escala, facilitando la gestión de riesgos y consistencia en los beneficios, a la vez que permite a las productoras aprovechar oportunidades del mercado tales como adaptar los contenidos a la distribución o aumentar su presencia paneuropea. Esto permite mejorar la fortaleza y resiliencia de los grupos europeos. En 2020, el RTL Group produjo contenidos en 14 países europeos, Banijay en 12 y Vivendi e ITV en siete¹⁸. A su vez, la capacidad de las pequeñas compañías de acceder al mercado y operar en él con beneficios contribuye a la «renovación creativa» del sector, garantizando la existencia de un flujo de nuevas productoras que aporten ideas y nuevos planteamientos. Por ejemplo, las grandes productoras y grupos de medios de comunicación, incluidos los estudios de producción de las televisiones, renuevan su capacidad de innovación adquiriendo pequeñas productoras o participaciones accionariales.

La Figura 9 muestra cómo tanto las pequeñas como las grandes productoras independientes (*super indies*) en los territorios de nuestra comparativa presentan

buenos niveles de rentabilidad. La mayor parte supera el 10 %, aunque otras tienen una media del 4 %. Esta es una media de márgenes por encargos y actividades de concesión de licencias. Los márgenes de beneficio varían naturalmente entre productoras, lo que se atribuye a factores tales como el modelo de negocio y el apetito por el riesgo, y las distintas preferencias de género y especialización. Respecto a las producciones que implican una financiación deficitaria¹⁹, los beneficios pueden ser imprevisibles ya que las productoras asumen el riesgo de que los beneficios de unos pocos «éxitos» compensen los «fracasos». Con respecto a los géneros, por ejemplo, las productoras de formatos consolidados de entretenimiento de diversos episodios (como los concursos) pueden grabar varios programas en un solo día. Es una actividad de bajo riesgo que no supone inversión de capital y genera un margen menor, pero seguro. Las productoras de historia natural son pocas y están muy especializadas, invierten en nuevas tecnologías y técnicas de filmación y ruedan durante años en diversas localizaciones, invirtiendo capital. A cambio, pueden obtener un margen mayor.

El hecho de que el sector se caracterice por un flujo constante de renovación creativa, como sucede por ejemplo en Francia, España²⁰ y Dinamarca, países en los que se han incorporado al sector nuevas productoras, indica que los márgenes disponibles son saludables y atractivos.

Figura 9: Productoras, margen EBITDA (%), e Ingresos (EUR, m), 2017 – 2019 (promedio); margen EBITDA; margen de beneficio, pequeñas independientes; grandes independientes



Nota: En base a una muestra de empresas de España, Italia, Suecia y Francia; la selección de empresas incluidas en el organigrama se ha realizado según la disponibilidad de datos Fuente: Análisis de consultoría para alta dirección de ORBIS y datos de otras empresas, encargado por Netflix

¹⁸ EAO, 'Yearbook 2021/2022 – Key trends'

¹⁹ Cuando quien encarga el producto no cubre el coste íntegro de la producción, y este es compensado por la productora, ésta trata de cubrirlo mediante ingresos por derechos secundarios

²⁰ Véase Total number of active film production companies, 2005 – 2020, ICAA

Son varios los factores que fomentan una mayor diversidad de condiciones contractuales, lo que permite que las productoras formen sus portafolios

La competencia por ideas y recursos de producción entre los distintos tipos de inversores en contenidos son algunos de los factores que contribuyen a una mayor flexibilidad y variedad de financiación y cláusulas de propiedad intelectual, pues se trata de algunas de las variables que los compradores pueden utilizar para cerrar un acuerdo con una productora. Hay otros factores relevantes, como la visión creativa del proyecto, preferencias en cuanto a planteamientos y relaciones profesionales, la fase de desarrollo, el potencial de renovaciones y derivados, así como la necesidad de aportaciones en especie (p.ej. I+D de nuevos programas y desarrollo comercial).

El modelo de «plena financiación» tiende a ser objeto de atención en los debates políticos. En este caso, la entidad que encarga el producto paga a la productora por adelantado para cubrir todos los costes de producción más la comisión de la productora («coste más margen»), asumiendo toda la responsabilidad y el riesgo desde una perspectiva jurídica y financiera del proyecto, y conservando los derechos de propiedad intelectual a cambio. Esto tiene una larga tradición en Europa, por ejemplo entre televisiones nacionales y productoras de contenidos para televisión. No obstante, existen una variedad de otros modelos, como la coproducción, la cofinanciación o la concesión de licencias. La elección en cada proyecto dependerá del cliente, el proyecto, el apetito de riesgo de cada cual y, evidentemente, el nivel de competencia entre compradores. En el *think tank* StepIN del Festival de Cine de Locarno sobre el estado de la industria del cine independiente, el Director General de Endor Productions, Carlo

Dusi, manifestó que el modelo de SVOD mundial «en realidad ha derivado en la actualidad en un planteamiento mucho más flexible», en el que los proveedores están abiertos «a buscar maneras de realizar adquisiciones o encargos de manera conjunta en múltiples territorios, obteniendo licencias en lugar de ser los titulares perpetuos [y] compartiendo derechos e ingresos de una forma más flexible»²¹ En un artículo publicado en el Financial Times, Alex Barker manifestó que Netflix ha estado adaptando su patrón de encargos: «la flexibilidad está a la orden del día» con «un diálogo sobre derechos más abierto» a medida que crece la competencia, que incluye «la introducción de incentivos en los contratos que se creen para remunerar a las productoras de series exitosas»²².

Salvo en el modelo de «plena financiación», la productora suele encargarse de reunir fuentes de financiación a cambio de derechos en las diferentes ventanas y territorios. Esto también podría comportar una financiación deficitaria del proyecto, cuando la propia productora asume parte del riesgo financiero a cambio de quedarse con un porcentaje mayor de derechos de PI. La retención de la titularidad de la PI es útil cuando una obra resulta ser un éxito comercial y la PI asociada puede comercializarse y/o concederse bajo licencia posteriormente. Los ingresos de la televisión y el cine siempre han sido imprevisibles, y las productoras deben hallar un equilibrio entre el riesgo y la esperanza de que los beneficios de los «éxitos» cubran los costes de los «fracasos».

²¹ 5 de agosto de 2022, U.S. Streamers and Studios More Flexible in Engaging With European Producers – Locarno StepIN Takeaways, Nick Vivarelli, Variety

²² 1 de septiembre de 2022, Netflix is starting to look more like traditional TV, Alex Barker, The Financial Times

En la práctica, esto implica que existen muchas relaciones posibles entre compradores de contenidos y productoras, y que los compradores pueden desempeñar diversas funciones. Por ejemplo, las televisiones europeas pueden asociarse para coproducir contenidos; al igual que las coproducciones entre países nórdicos, las televisiones públicas regionales llevan años asociándose con, por ejemplo, Alemania (*El puente*, *The Killing*, *Before we Die*), Francia (*Algo en qué creer*) y España [*Kosta (The Paradise)*]²³, por ejemplo. Las plataformas de SVOD pueden asociarse con televisiones locales europeas para coproducir contenidos. La PSB española RTVE se ha asociado con Prime Video, colaboración que incluye el drama *Sin límites*, una coproducción con las españolas Mono Films y Kilima Media. Las plataformas de SVOD también celebran acuerdos de licencia con una gran variedad de productoras cuando acercan contenidos antiguos a un público nuevo dentro del país, además de ofrecer nuevas oportunidades a las productoras de acceder a públicos fuera de su territorio. La PSB danesa DR y Netflix se asociaron para que las tres primeras temporadas de la serie *Borgen* estuvieran disponibles a nivel mundial en la plataforma. Aparecieron entre las 10 series más vistas de Netflix en Dinamarca mientras que la nueva cuarta temporada de *Borgen* (también fruto de la asociación) se emitía en la ventana principal DR²⁴.

El SVOD también ha retomado series recientes que de otro modo no habrían sido renovadas, aumentando sus presupuestos y emitiéndolas en toda Europa. Los ejemplos más notorios de Netflix incluyen la francesa *El bazar de la caridad*, mientras que los ejemplos de Prime Video incluyen *Ripper Street*, de Reino Unido. Esto permite a las televisiones y a las productoras europeas reinvertir en nuevas obras. De hecho, las adquisiciones suponen un porcentaje de contenidos mucho mayor en las principales plataformas de SVOD. Los catálogos de SVOD en toda Europa incluyen cuatro veces más contenido adquirido que original, en términos de minutaje²⁵.

En definitiva, la flexibilidad contractual para celebrar diversos tipos de acuerdos permite a las productoras formar un portfolio de proyectos para distintos clientes, géneros y presupuestos logrando un equilibrio entre los que aportan una mayor seguridad financiera y los que ofrecen beneficios potencialmente más elevados, así como una vía para desarrollar un catálogo de PI.

²³ OEA, European high-end fiction series, state of play and trends

²⁴ La última temporada de *Borgen* estrenada en DR1 el 13 de febrero de 2022 y las tres temporadas anteriores estuvieron incluidas en la lista de las 10 series televisivas más vistas de Netflix en Dinamarca durante las dos semanas siguientes

²⁵ Análisis de los datos de Ampere por O&O (utilizando una media de los catálogos de Disney+, Amazon Prime Video y Netflix en Francia, Alemania, Italia, España, Suecia y el Reino Unido, en 2021). Por contenidos adquiridos se entiende el importe gastado en la obtención de licencias sobre todos los contenidos que no son deportivos

03

El futuro del sector audiovisual europeo es prometedor

En base a las tendencias descritas en este informe, ¿cuál puede ser la evolución del sector audiovisual europeo en los próximos años?

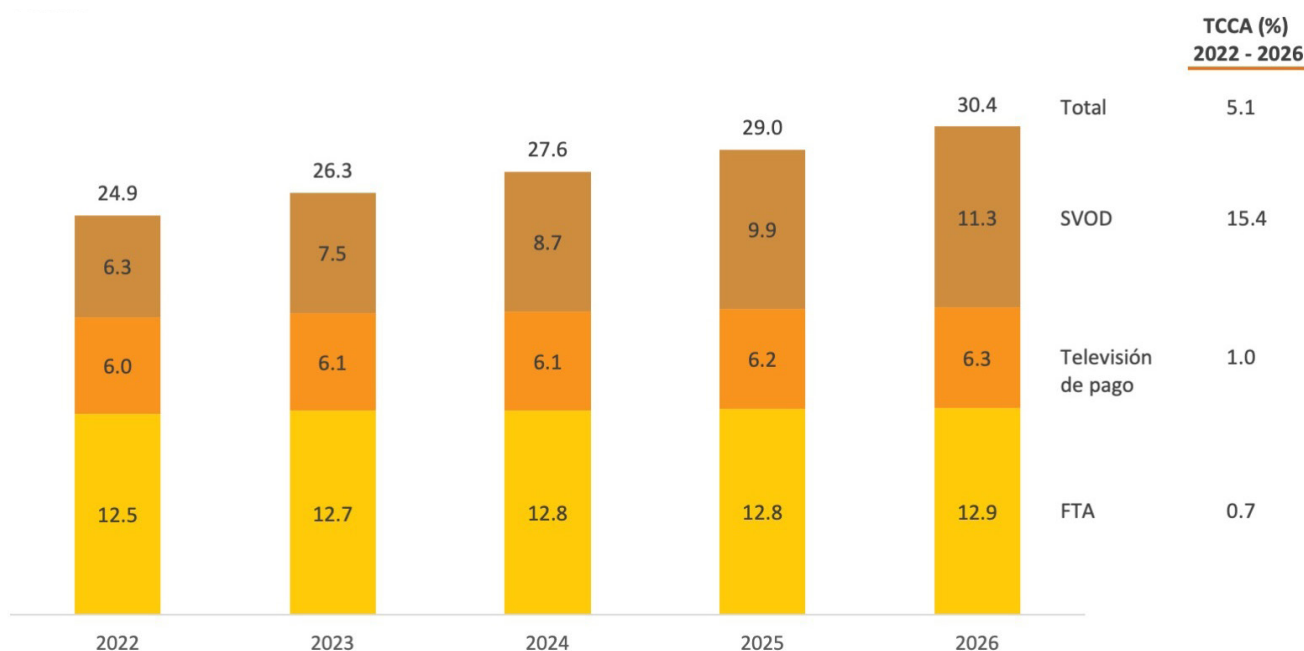
Se prevé que los ingresos por publicidad televisiva se mantengan constantes o aumenten ligeramente en los territorios de nuestra comparativa, y que las tasas de crecimiento medio anual sean de hasta un 1 % entre 2022 y 2026²⁶. De igual modo, se prevé que las suscripciones e ingresos de la televisión de pago en los países de nuestra comparativa se mantengan o crezcan. Se espera un aumento de las suscripciones a una TCCA de entre el 0,4 y el 4,3 %, que hará crecer los ingresos de la televisión de pago en Alemania, Francia, España y Suecia. En el Reino Unido e Italia se prevé una ligera reducción de los ingresos por suscripción de la televisión de pago (con una TCCA negativa de entre un 0,5 y un 3,3 % respectivamente)²⁷.

Tal y como se desprende de la Figura 10, está previsto un aumento de la inversión total en contenidos en los países de nuestra comparativa para 2026, al que contribuirán tanto las televisiones FTA como de pago y las plataformas de SVOD. Se prevé que la inversión de las televisiones FTA y de pago experimente un crecimiento constante, con una TCCA aproximada

de un 1 % generalizado. Se espera asimismo que la inversión de los SVOD crezca de manera considerable, a una TCCA del 15,4 % entre 2022 y 2026. Esta previsión se debe a factores de mercado como el gasto y la actividad declarados por las empresas, las tendencias del sector (p.ej. fusiones) e indicadores financieros más amplios²⁸.

Las presiones debidas a la inflación de costes y la escasez de medios de producción ponen de manifiesto la importancia de invertir en capacitación y reserva de talento en los años venideros²⁹, tanto mediante iniciativas de la industria como a través de la política industrial. En Francia, Netflix se ha asociado con escuelas francesas y asociaciones creativas francesas como Gobelins, La Fémis y La CinéFabrique, una escuela de cine que trata de impulsar el desarrollo de una nueva generación de talento. En España, un eje del Plan Hub Audiovisual de Europa está dedicado al apoyo del sector público para la promoción de talento y el desarrollo de capital humano³⁰.

Figura 10: Previsión del crecimiento del de la inversión total en contenidos por tipo de empresa en Francia, Alemania, Italia, España, Suecia y el Reino Unido (miles millones de euros), 2022-2026 (excepto noticias y deportes)



Combina Francia, Alemania, Italia, España, Suecia, Reino Unido. Excluye la inversión en noticias y deportes. Las previsiones se realizan en base a los precios vigentes y están en línea con otras fuentes de terceros Fuente: Ampere Analysis, Oliver & Ohlbaum

²⁶ Global Media & Entertainment Outlook 2022-2026, PwC

²⁷ Dataxis

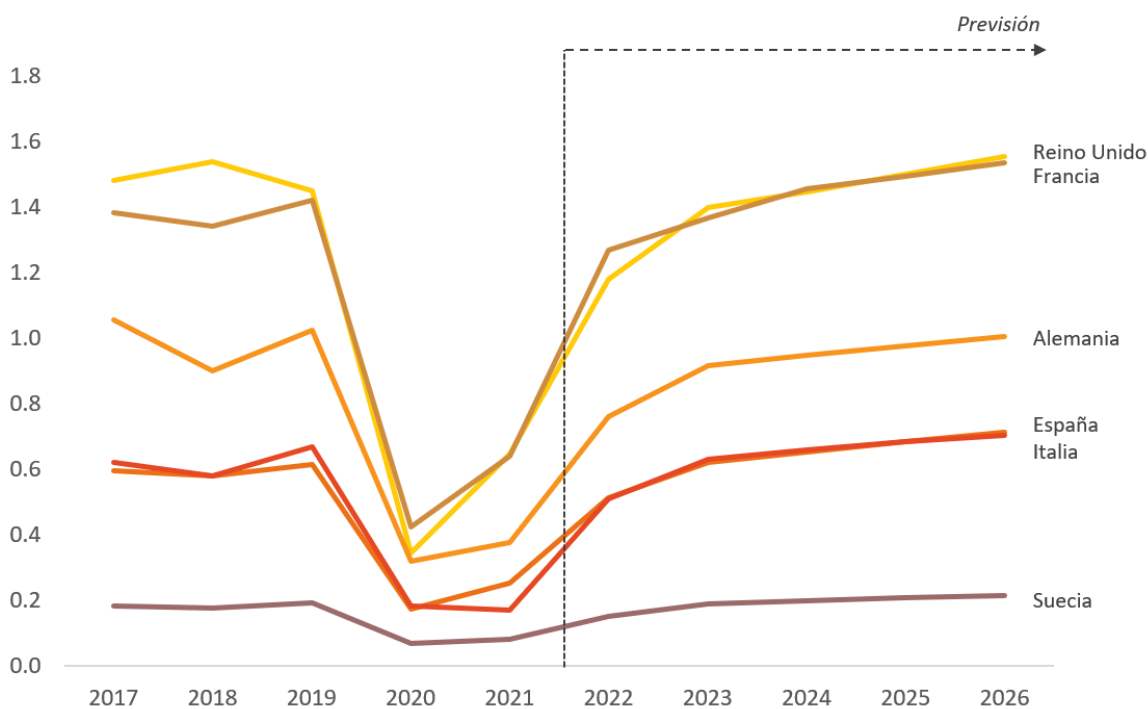
²⁸ Ampere Analysis, véase la Figura 10 más arriba. Las previsiones se realizan en base a los precios vigentes

²⁹ Por ejemplo, véase Skills Review 2022 del BFI, relativo al Reino Unido

³⁰ España, Hub Audiovisual de Europa, Plan de Impulso al Sector Audiovisual, 2021

En lo que respecta a los largometrajes, si bien los ingresos en taquilla se están recuperando a un ritmo algo más lento, se prevé que alcancen los niveles anteriores a la pandemia en la mayor parte de los países europeos durante el período 2022-2023 (Figura 11).

Figura 11: Ingresos de taquilla en cines (miles de millones de euros 2017-2026F), Francia, Alemania, Italia, España, Suecia y el Reino Unido



Fuente: Global Entertainment & Media Outlook 2022-2026, PwC www.pwc.com/outlook

Por otra parte, en base a la futura evolución del sector de la producción, el desarrollo de nuevos canales de distribución y la dura competencia por la audiencia también pueden contribuir a la evolución de las condiciones contractuales entre las entidades que encargan contenidos y las productoras a lo largo del tiempo, siempre que exista libertad contractual.

A pesar de que pueden existir en el futuro turbulencias en el mercado vinculadas al clima económico general, el sector audiovisual europeo es, en términos generales, dinámico y pujante.

³¹ Global Entertainment & Media Outlook 2022-2026, PwC

04

Si esta es la «edad de oro de los contenidos», ¿qué supone a efectos de regulación?

Nunca antes los consumidores europeos han tenido una variedad tan amplia de servicios audiovisuales y contenidos para elegir. Tal como hemos visto, la competencia resultante por el público está generando nuevas oportunidades para los creativos y las productoras europeas independientes. Mirando al futuro, durante el período comprendido entre 2022 y 2026 se prevé que la inversión de las televisiones FTA y de pago experimente un crecimiento constante, con una TCCA aproximada de un 1 % generalizado. Se espera asimismo que la inversión en SVOD crezca de manera considerable, a una TCCA del 15,4 % entre 2022 y 2026³². Teniendo en cuenta las aspiraciones políticas de garantizar la resiliencia del sector audiovisual europeo en la era digital, incluido el sector de la producción, ¿cómo puede repercutir esto en la regulación audiovisual? En particular, ¿necesita el ecosistema audiovisual actual una intervención a través de políticas audiovisuales para garantizar la existencia de contenidos locales?

³² Véase la Figura 10. Ampere Analysis y Oliver & Ohlbaum

Las nuevas normas europeas que regulan el mercado audiovisual, incluyendo las disposiciones relativas a las obras europeas, se han transpuesto recientemente o todavía se están debatiendo, por lo que es demasiado pronto para saber cómo pueden afectar a las tendencias del mercado que hemos descrito

Muchos países europeos han decidido apoyar al ecosistema audiovisual a través de políticas sectoriales que incluyen incentivos fiscales, centradas en incentivar y fomentar la inversión tanto en contenidos como en el ecosistema audiovisual general, por ejemplo a través de programas de capacitación e infraestructuras de estudios que formen parte de un núcleo de producción. Como es sabido, otro tipo de intervención pública es la regulación, que se centra, por ejemplo, en la exigencia de ciertos niveles de inversión como condición para ejercer la actividad en un país. Dado que los Estados miembros de la UE han estado transponiendo la modificación de 2018 de la Directiva SCAV, merece la pena detenerse brevemente en este punto.

Este marco impone una cuota nueva para la exhibición de las obras europeas en los servicios de VOD (el 30 % de los catálogos), que se suma a los requisitos anteriores según los cuales al menos el 50 % de los horarios de programación lineal sujetos a la directiva, en los géneros relevantes, deben reservarse a obras europeas, y un 10 % de la mismas deben ser de productoras independientes. Los Estados miembros pueden decidir establecer niveles superiores.

Es importante destacar que, a pesar de que el plazo de transposición de la DSCAV venció en septiembre de 2020, muchos territorios no aprobaron los instrumentos pertinentes hasta 2021 e incluso 2022, debido a los retrasos ocasionados por la pandemia. En varios territorios siguen negociándose posibles obligaciones financieras ajenas a la aplicación de la DSCAV. Esto implica que las tendencias de las televisiones y VOD en inversión en contenidos analizadas anteriormente se han producido sin que estas modificaciones normativas estén aún en vigor, y es muy pronto para conocer el impacto que cualquiera de estas nuevas normas pueda tener en las futuras inversiones.

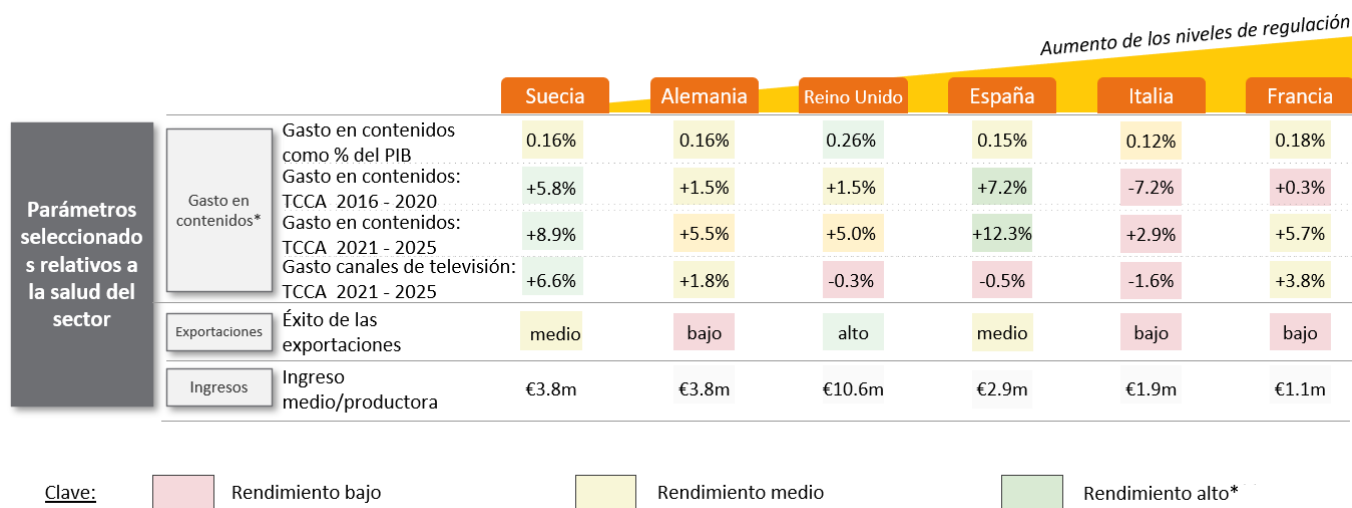
Hay diversos motivos por los que algunos territorios se han opuesto a introducir nueva regulación

Volviendo a los territorios de nuestro estudio, podemos comparar las tendencias del mercado en países que históricamente favorecen un nivel elevado de regulación sobre contenidos locales, como Francia e Italia, con las de países con una regulación menos prescriptiva como Suecia y Alemania. Si se analizan los distintos territorios europeos, una regulación sobre contenidos locales más estricta no supone por sí sola un indicador de mejores resultados en términos de inversión en contenidos. De hecho, los

niveles de inversión también son elevados en países en los que no existen o hay escasos requisitos adicionales a los de la DSCAV, como Suecia, Alemania, Reino Unido y España. Los márgenes de las productoras también son un indicador de la fortaleza del sector. Por ejemplo, en Suecia los márgenes medios para las productoras según su tamaño rondan entre el 3 y el 9 %, en España se encuentran entre el 12 y el 19 %, y en Italia oscilan entre el 9 y el 33 %³³.

³³ Media de márgenes de EBITDA entre 2017 y 2019 basada en una muestra de empresas de las que hay información financiera disponible. Puede no ser representativo de todas las productoras

Figura 12: Comparación de parámetros seleccionados entre Suecia, Alemania, Reino Unido, España, Italia y Francia



*La inversión en contenidos excluye la inversión en noticias y deportes. Clasificación del rendimiento relativo por parámetros
 Fuentes: Ampere Analysis, NoTa proporcionado por Glance, Comunicados de prensa, Orbis, Banco Mundial, análisis de Oliver & Ohlbaum, Ofcom, Análisis de consultoría para alta dirección, encargado por Netflix.

Como comentario general, la intervención regulatoria presenta riesgos que deben ser compensados con los beneficios esperados, tal como indica la Comisión Europea en *Legislar mejor: directrices y herramientas*³⁴. Aun cuando se fijen nuevos requisitos inferiores a los actuales niveles de inversión, estos pueden desviar recursos hacia el cumplimiento y la supervisión, y podrían alterar el entorno del sector y el atractivo de un territorio que busca incentivar la inversión interna. Esto se debe a que el cambio normativo puede afectar a la seguridad jurídica en torno a la inversión y a la percepción de un territorio como internacionalmente competitivo.

En definitiva, será importante ponderar los impactos en el mundo real que un requisito concreto sobre contenidos locales podría tener en las particularidades del mercado en un territorio. Por ejemplo, algunos territorios han decidido no introducir requisitos adicionales para así evitar agravar la inflación del coste de los contenidos o evitar el aumento de la presión sobre los medios de producción nacionales. Otros motivos son la capacidad de atraer una mayor inversión interna, que puede complementar y contribuir al crecimiento del sector audiovisual local, como sucede en España, Suecia, Reino Unido, República Checa y los países bálticos.

³⁴ *Legislar mejor: directrices y herramientas* | Comisión Europea (europa.eu)

Fuera de Europa, la industria del cine surcoreano se ha desarrollado considerablemente en los últimos veinte años, lo que se ha atribuido a un planteamiento de políticas de «subvenciones indirectas» que facilitan y atraen inversiones satisfaciendo las demandas de infraestructuras básicas de toda la industria cinematográfica, como estudios y competencias (en lugar de «subvenciones directas» a proyectos cinematográficos individuales)³⁵. Se ha estimado un crecimiento anual medio de la industria cinematográfica y televisiva de en torno a un 11 % en 2011-2015³⁶. En 2021, Corea del Sur estaba entre los diez principales mercados cinematográficos del mundo por ingresos de taquilla³⁷. Las películas y *high-end dramas* surcoreanos están siendo grandes éxitos fuera del país, por ejemplo, logrando éxito en la exportación, entre los que se

incluyen la ganadora de varios Óscar *Parásitos* y la serie de éxito mundial *El juego del calamar*. En Australia, el Gobierno valoró introducir una cuota obligatoria de inversión en contenidos locales para el SVOD; en su lugar actualmente propone requisitos anuales de transparencia y de información sobre las inversiones realizadas, con la imposición de una cuota únicamente a las empresas que no cumplan con las obligaciones de información o no realicen las inversiones necesarias de manera sistemática. En sus respuestas a la consulta inicial del Gobierno, la asociación de cadenas de televisión comerciales de Australia FreeTV y la PSB ABC, pusieron de manifiesto los riesgos de aumentar la presión a las ya exiguas instalaciones de producción y la inflación de los costes de producción³⁸.

En un mercado tan cambiante, los cambios en la regulación pueden tener un efecto perjudicial

Antes de adaptar la regulación es importante tener en cuenta las futuras tendencias del mercado y si la intervención es necesaria, proporcionada y eficaz en función del entorno en un período de tres a cinco años, en línea con los principios de la “Better Regulation”. El sector audiovisual europeo en general es altamente competitivo y muy cambiante, ya que los hábitos de los consumidores han evolucionado durante la pandemia y con posterioridad; aparecen nuevos servicios de VOD mientras los estudios migran al mundo digital; las plataformas de SVOD innovan [p.ej. con planes de vídeo bajo demanda con publicidad (AVOD)] mientras compiten por el público; las entidades de radiodifusión europeas tratan de colaborar y desarrollar más sus propios servicios de VOD (en ocasiones en varios territorios); y todos los servicios audiovisuales intentan adaptarse al mundo posterior a la pandemia, teniendo en cuenta asimismo el clima económico y político general con la inflación y la posibilidad de una recesión.

Al margen de futuras tendencias, a la hora de evaluar las políticas sobre derechos de PI merece la pena valorar cómo una intervención que limite o excluya ciertas estructuras de acuerdos podría afectar a la viabilidad financiera, al presupuesto global o a la calidad y la ambición creativa de algunos proyectos (partiendo de que los niveles de inversión están relacionados con los derechos obtenidos). También habría que valorar si esto podría reducir las oportunidades de las pequeñas productoras o nuevos participantes para consolidar su negocio y reputación, o lograr que su obra se difunda en Europa e internacionalmente. Además están los efectos más amplios sobre la salud y resiliencia global del sector audiovisual europeo, teniendo en cuenta la importancia que tiene la «renovación creativa», que depende de la capacidad que tengan las empresas más pequeñas de entrar en el mercado y prosperar.

³⁵ Messerlin, Sciences Po Paris, *Building Consistent Policies on Subsidies in the Film Industry, Institutions and Instruments in France and Korea*, *Kritika Kultura* 32 (2019): 375–396

³⁶ Oxford Economics, *The economic contribution of the film and television industries in South Korea*

³⁷ Statista

³⁸ Documento presentado por Free TV Australia, *Media Reform Green Paper 2021*; Respuesta de ABC al *Media Reform Green Paper*, 2021 del Gobierno; Véase también *Supporting Local Content Investment: International Approaches to VOD Services*, informe para la ABC y Free TV Australia elaborado por Oliver & Ohlbaum Associates Ltd

El sector audiovisual europeo está alcanzando un nuevo equilibrio... y está en auge

En conclusión, el sector audiovisual europeo está alcanzando un nuevo equilibrio de contenidos y servicios locales, regionales y mundiales, con elevados niveles de inversión en contenidos y servicios que pueden beneficiar a todos los eslabones europeos de la cadena de valor, a los consumidores europeos y a la imagen de la cultura y los idiomas europeos, tanto en la región como a nivel internacional.

Desde la perspectiva del comprador, la demanda de contenidos es elevada, hay un crecimiento de la inversión total en contenidos y una demanda considerable de contenidos europeos en otros mercados. En el cine, la recaudación en taquilla empieza a recuperarse. Más que nunca, estas condiciones han generado oportunidades para producir y distribuir contenidos.

Desde la perspectiva del proveedor, existe una combinación de grandes y pequeñas productoras con buenos niveles de rentabilidad y elevados niveles de titularidad europea entre las principales compañías. Esta combinación contribuye a la resiliencia y la renovación creativa del sector de la producción, mientras que la creciente competencia por contenidos entre distintos tipos de inversores puede aportar flexibilidad y variedad de financiación y condiciones de PI.

Prevedemos que la inversión en contenidos siga aumentando en todos los medios hasta 2026, y que el SVOD crezca de manera sustancial³⁹. El desarrollo de nuevos canales de distribución puede contribuir a que sigan evolucionando las condiciones de los acuerdos entre las entidades que encargan productos y las productoras. Un sector dinámico permite que las productoras formen portfolio de proyectos entre entidades que encargan productos, con una variedad de condiciones a fin de hallar un equilibrio entre financiación y seguridad jurídica y la posibilidad de conseguir un «exitazo».

En base a estas conclusiones, no queda claro que, para alcanzar el citado objetivo político de fortalecer la resiliencia del sector audiovisual europeo en la era digital, sea necesaria una nueva regulación de la inversión en contenidos locales. Aún es muy pronto para evaluar el efecto que la nueva normativa introducida por la DSCAV y sus normas nacionales de transposición puedan tener en el mercado. Si se contemplan los distintos territorios europeos, vemos que una regulación más estricta en materia de contenidos locales no es un indicador claro de mejores resultados con respecto a la inversión en contenidos. Los niveles de inversión también son elevados en países en los que no existen requisitos adicionales o en los que estos son escasos, como Alemania, Suecia, Reino Unido y España. También resulta importante valorar las posibles consecuencias no deseadas; la necesidad de mayor inversión en un mercado puede producir un aumento de costes y escasez de medios de producción, afectando a la capacidad de todos los proveedores de contenido de ofrecer nuevas obras europeas.

³⁹ Ampere Analysis - véase la Figura 10 anterior

Anexo

Fuentes analizadas en este documento

Fuentes	Descripción
Investigación documental	Obtención y examen de los datos de fuentes públicas disponibles en línea, p.ej. noticias de prensa y registros de empresas.
PwC GEMO	Datos sobre ingresos del informe Global Entertainment & Media Outlook de PwC.
OBS	Datos de mercado del Anuario del Observatorio Audiovisual Europeo y otros informes publicados.
Dataxis	Datos sobre ingresos de televisión de pago y suscripciones de la plataforma Dataxis.
Ampere Analysis	Histórico y previsiones de datos sobre gasto en contenidos según mercado (en este informe se excluyen las noticias y los deportes)
NoTa	Datos de toda la radiodifusión de contenidos nuevos de televisión y vídeo según mercado, usados para detectar las horas de programas exportados
Orbis	Datos de sociedades, incluidos los ingresos y beneficios de las empresas
World Bank	Datos de desarrollo mundiales con indicadores macroeconómicos clave, p.ej. PIB y tamaño de población
Omdia	Datos mundiales e investigación con cobertura general del sector TMT, usados en este informe para detectar la actividad de fusiones y adquisiciones

**La inversión en noticias fue excluida de la inversión por contenidos del Ampere Analysis incurrido por Oliver & Ohlbaum. Esto se llevó a cabo utilizando informes anuales sobre organismos de radiodifusión, informes reglamentarios y trabajos previos de Oliver & Ohlbaum a fin de estimar la inversión en noticias en cada uno de los países de nuestra comparativa a lo largo del intervalo pertinente, para deducirlo de las cifras del informe de Ampere.*



O&O

Oliver & Ohlbaum Ltd.
www.oando.co.uk
info@oando.co.uk