



EUROPE LOVES CINEMA

Apoyando a la industria audiovisual europea

INFORME SOBRE LOS BENEFICIARIOS DEL PROGRAMA MEDIA EN CATALUÑA



METODOLOGÍA Y ANÁLISIS DE LOS PARTICIPANTES

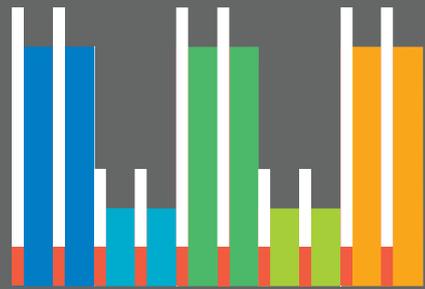
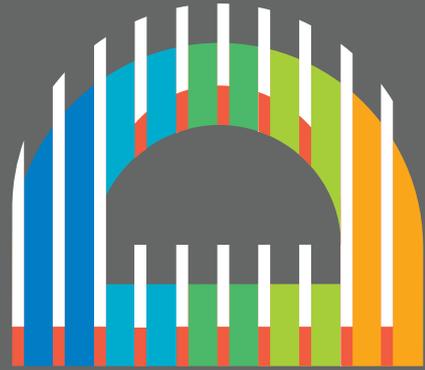
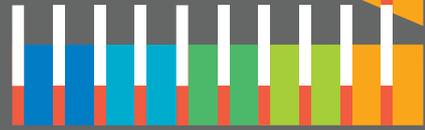
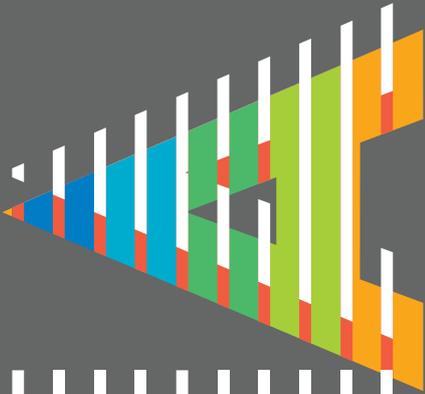
Con el objetivo de averiguar qué impacto ha tenido el Programa MEDIA en el audiovisual catalán, en octubre de 2012 se realizó una encuesta en línea a los receptores de ayudas del programa.

MEDIA Antena Catalunya hizo llegar su encuesta mediante correo electrónico a 89 beneficiarios del Programa MEDIA desde el inicio de su actuación en Cataluña, en 1991.

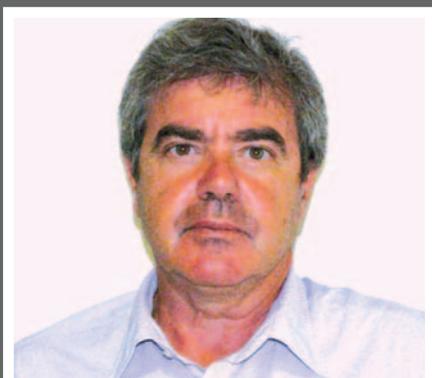
La encuesta fue completada por 76 profesionales de varias áreas del sector.

ÍNDICE

- 03** Saludo
- 04** El audiovisual en Cataluña
- 06** ¿Qué opinión tiene la industria audiovisual catalana de MEDIA?
- 08** Una visión general
- 10** Ayuda al desarrollo
- 12** Ayuda a la difusión por televisión
- 13** Ayuda i2i Audiovisual
- 14** Ayuda a la distribución
- 16** Ayuda a la exhibición
- 17** Ayuda a la digitalización
- 18** Ayuda a la formación
- 19** Ayuda a la promoción y acceso a mercados
- 20** Ayuda a festivales
- 21** Ayuda a VoD y la distribución de cine digital
- 22** El futuro: el marco 2014/2020
- 24** Conclusiones



SALUDO



GORKA KNORR,
DIRECTOR DEL ICEC

No hace falta insistir mucho sobre la importancia del sector audiovisual en nuestro país, Cataluña, pero sí que es necesario, al menos, dirigirnos a nuestra sociedad y a todos los que trabajamos en este sector para hacer un modesto resumen de los datos objetivos que ayudan a visualizar su alcance concreto.

Lo hacemos, además, desde MEDIA Antena Catalunya, desde la que intentamos canalizar los fondos europeos, con el fin de incidir en temas tan importantes para el sector audiovisual como las ayudas a la financiación y al desarrollo de proyectos, a la formación o al *networking*. Estas actividades se llevan a cabo mediante el contacto personalizado con nuestros creadores y profesionales.

Todo esto lo hacemos porque queremos ir más allá de las cifras que muestran la fuerza de este sector, porque creemos en el sector y en sus profesionales, porque sabemos lo que significa todo esto para la economía y el tejido industrial y cultural catalán, y porque, consecuentemente, queremos hacerlo crecer y que se vuelva más competitivo, apostando por una mirada colectiva estratégica que quiere ganar la batalla apasionante de hacerse un lugar en la era digital.

Quiero dar las gracias a todas las personas que, vinculadas estrechamente al sector audiovisual, han realizado, a lo largo de estos últimos decenios, una tarea muy valiosa en el seno de MEDIA Antena Catalunya, y que la han convertido en una oficina líder, dada la cantidad y la calidad del trabajo hecho y de los proyectos en los que ha intervenido.

Que sea por muchos años, por el bien de nuestro sector audiovisual, básico en el escenario económico catalán del futuro.

EL AUDIOVISUAL EN CATALUÑA



INSENSIBLES (MEDIA I2I AUDIOVISUAL)

La industria audiovisual catalana representa uno de los motores clave de la industria en todo el Estado español, y un sector de importancia estratégica dentro de la economía catalana: en el año 2009, el sector audiovisual catalán representó un 11% del VAB (valor añadido bruto) generado por el sector en el conjunto del Estado español, así como una aportación a la economía catalana de 189 millones de euros.

Según datos del Instituto de Estadística de Cataluña, el volumen de negocio generado por las empresas del sector audiovisual en el país ese mismo año fue de 1.812 millones de euros, más de un 17% del total del Estado español. Del global de esta cifra, un 82% correspondía a las actividades de cine y vídeo, mientras que casi el 18% correspondía a las actividades de radio y televisión.

En Cataluña, según el Registro de Empresas Audiovisuales, hay 1.466 empresas dedicadas, principalmente, a la producción y distribución de obras

audiovisuales, a la exhibición de obras cinematográficas, al doblaje de obras audiovisuales, a la exportación y a servicios técnicos auxiliares. Estas empresas empleaban, hace tres años, a más de 13.000 personas, un 18% del total del Estado en el sector. Se debe tener en cuenta que, con la crisis económica que padece la totalidad del Estado español, esta cifra puede haber disminuido, siendo el sector audiovisual uno de los más afectados.

Un aspecto destacable es que, de las personas ocupadas, la mayoría (59%) desarrolla actividades de cine y vídeo, de las que un 73% se dedica a la producción de cine, vídeo y programas de televisión, mientras que el otro 27% se dedica a actividades de distribución de cine, vídeo y programas de televisión y de exhibición de cine.

Según datos de la última década, Cataluña representa casi el 40% de la producción de largometrajes en el Estado español, con 596 largometrajes catalanes, de los 1.595 largometrajes producidos en el Estado, una cifra que llegó a ser el 50% hace apenas un par de años. En cuanto a las coproducciones, Cataluña representa el 34% de las coproducciones internacionales del Estado.

Las cifras de recaudación y de espectadores tampoco se alejan demasiado. A nivel de todo el Estado español, solo la Comunidad de Madrid supera a Cataluña en recaudación en las salas de cine y en número de espectadores.

Solo en 2011, Cataluña registró más de 20 millones de espectadores en las salas de cine y recaudó casi 137 millones de euros en las taquillas, un 20% del total del Estado en ambos casos, exhibiendo el 60% de los títulos de todo el Estado. El año 2012 se plantea también con cifras importantes y con películas como *Las aventuras de Tadeo Jones* y *Tengo ganas de ti*, las dos producciones catalanas, entre los primeros puestos de las películas españolas más taquilleras del año.

Estos datos demuestran que, aunque España es la primera en los *rankings* de países con más descargas ilegales, en Cataluña, la asistencia a las salas de cine sigue siendo una de las actividades de consu-

mo cultural más frecuente. Los datos de los últimos años demuestran que un 40% de la población objeto de estudio asiste al cine de forma habitual, con una media de 11,4 asistencias anuales. La edad también es un factor determinante: entre los 15 y los 29 años asisten el 91% de las personas; entre los 30 y los 44, el 80%; un 62% entre los 45 y los 64 años, y sólo un 32% de personas de 65 años o más.

De todas maneras, se debe tener en cuenta que la elevada asistencia a las salas no siempre se traduce en más cuota de pantalla para el cine de casa. En 2011, el 68% de los espectadores de las salas de cine catalanas se decantó por películas de producción norteamericana, un 15% lo hizo por producciones de países de la Unión Europea, un 7% por producciones catalanas, y el mismo porcentaje por producciones del resto del Estado español.

Es en ese ámbito en el que el Programa MEDIA desarrolla una tarea importante, apoyando a la industria audiovisual europea a través de la cofinanciación de iniciativas de formación para los profesionales de la industria audiovisual, el desarrollo de proyectos (largometrajes, televisión, documentales, animación, nuevos medios) y la promoción del audiovisual europeo.

Teniendo en cuenta que Cataluña representa el 16% de la población de todo el Estado y solo el 6% a nivel de superficie, el apoyo del programa MEDIA es una nueva demostración de fuerza y de calidad por parte de la industria audiovisual catalana. Cataluña recibe de media el 40% de las ayudas MEDIA de todo el Estado español, llegando a cifras superiores en el caso de las ayudas destinadas a los productores, como el apoyo al desarrollo, con un 46,13% en la última década; la ayuda i2i Audiovisual, con un 44,95%, y las ayudas de promoción, que incluyen festivales y mercados, con un 50%.

A nivel europeo, en el que MEDIA llega a 32 países actualmente, las cifras también son reveladoras: la industria audiovisual catalana representa casi un 3% de las ayudas MEDIA recibidas respecto al resto de Europa. En este caso, es el apoyo a la promoción, a la distribución y al acceso a la financiación (i2i Audiovisual) el que se lleva los porcentajes más elevados en el historial de los últimos diez años.

A través del programa MEDIA, la industria audiovisual catalana ha recibido casi 28 millones de euros en los últimos 10 años, distribuidos en sus diversas áreas, como se puede ver a continuación:

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Formación	333.650	286.315	225.000	171.813	169.271		123.127	175.000	180.000	184.516	190.000
Desarrollo	385.000	170.000	475.000	450.000	440.000	260.000	505.000	649.000	765.574	561.524	385.000
i2i Audiovisual		164.781	172.268	127.460	50.000	145.288	78.730	50.000	50.000	81.562	101.486
Promoción	405.659	191.099	200.000	226.500	260.000	194.000	140.000	200.000	201.000	217.000	215.500
Distribución	1.169.914	1.525.334	2.142.678	1.304.173	1.036.815	2.660.468	1.020.087	1.690.412	1.307.285	987.828	630.294
Exhibición	72.000	100.000	125.000	141.600	170.000	187.500	205.000	176.500	221.000	213.500	214.000
TOTAL	2.366.223	2.437.529	3.339.946	2.421.546	2.126.086	3.447.256	2.071.944	2.940.912	2.724.859	2.245.930	1.736.280
	27.858.511										

FUENTE: memoria anual 2011 del ICEC (Instituto Catalán de las Empresas Culturales); ICAA (Instituto de la Cinematografía y las Artes Audiovisuales); *Producció cinematogràfica a Catalunya. Trets i dimensions. José i Solana, C. Observatori de la Producció Audiovisual*, 2012 Estadística del audiovisual en Cataluña 2010, IDESCAT; encuesta de consumo y prácticas culturales 2006, IDESCAT, y resultados anuales del Programa MEDIA en Bruselas.

SE ESTIMA QUE, A LO LARGO DE LOS VEINTE AÑOS DE ACTUACIÓN DEL PROGRAMA MEDIA EN CATALUÑA, EL AUDIOVISUAL CATALÁN HA RECIBIDO UNOS 40 MILLONES DE EUROS DE INVERSIÓN.

¿QUÉ OPINIÓN TIENE LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL CATALANA DE MEDIA?

«La financiación de las instituciones constituye una parte muy importante de los ingresos de nuestro festival. La ayuda MEDIA da un impulso importante a la proyección de películas europeas.»

«Gracias a la ayuda económica del programa MEDIA, nuestro cine puede garantizar una programación de calidad y ofrecer una oferta lejos del cine comercial.»

«La ayuda que recibimos del programa constituye el 40% del presupuesto de nuestra actividad. Su aportación es imprescindible para llevarla a cabo.»

«De momento, la experiencia ha sido sólo con ayudas al desarrollo. La ayuda, además de hacer posible un desarrollo más completo, supone una garantía de cara al mercado.»

«La ayuda de MEDIA no sólo es importante a nivel económico, sino que también nos ha servido como un reconocimiento de valía del proyecto y nos ha abierto puertas para encontrar otras vías de financiación.»

«El apoyo MEDIA ha determinado la viabilidad de algunos de nuestros proyectos.»

«Nos ha servido de guía de aprendizaje. Es un importante aval internacional.»

«La aportación de MEDIA ha sido muy valiosa en todos los proyectos con los que he colaborado, los haya conseguido directamente mi empresa o no.»

«La calidad y diversidad de los conocimientos adquiridos en los cursos financiados por MEDIA, que estaban muy orientados a la práctica y al día a día de los productores, fueron muy útiles. También lo fue la red de *networking* creada a partir del curso.»

«Los cursos financiados por MEDIA son imprescindibles para ampliar la red de contactos.»

«La presencia continuada, sumada al éxito de algunas de las producciones, ha hecho que ahora los *commissioning editors* y compradores me reconozcan como un player que hay que tener en cuenta. En otras palabras, asistir a los actos de *networking* financiados por MEDIA me ha ayudado a dejar de ser invisible.»





«El hecho de participar en los encuentros de MEDIA te da una visibilidad general, es decir, hace que existas, que formes parte de algo, que establezcas una red de reconocimientos mutuos, más allá de consolidar un trabajo a nivel práctico. Y esta cuestión, que es más general, a mi entender, es importante porque te obliga a mirar a los demás y preguntarte cómo seguir haciendo lo que haces.»

«Es importante mantener estos espacios de encuentro, de cruce, de sinergias, que van más allá de los resultados prácticos y concretos inmediatos vinculados a producciones. Trabajar a largo plazo me parece imprescindible en lo que hacemos. Me parece mucho más importante e interesante apostar por la sostenibilidad (nosotros somos pasajeros, pero aquello que hacemos permanece) que por la viabilidad (que puede ser lucrativa, pero puede terminar con los recursos rápidamente y sin dejar un verdadero poso).»

«Es una manera de acercarnos a Europa de una forma eficaz.»

«Los requerimientos de MEDIA 'te obligan' a trabajar directamente en el desarrollo de una manera que hace que aprendas mucho.»

«El trabajo y la reflexión que implica presentarse a una ayuda MEDIA es un esfuerzo que resulta útil para el proyecto independientemente de si se consigue la ayuda o no.»

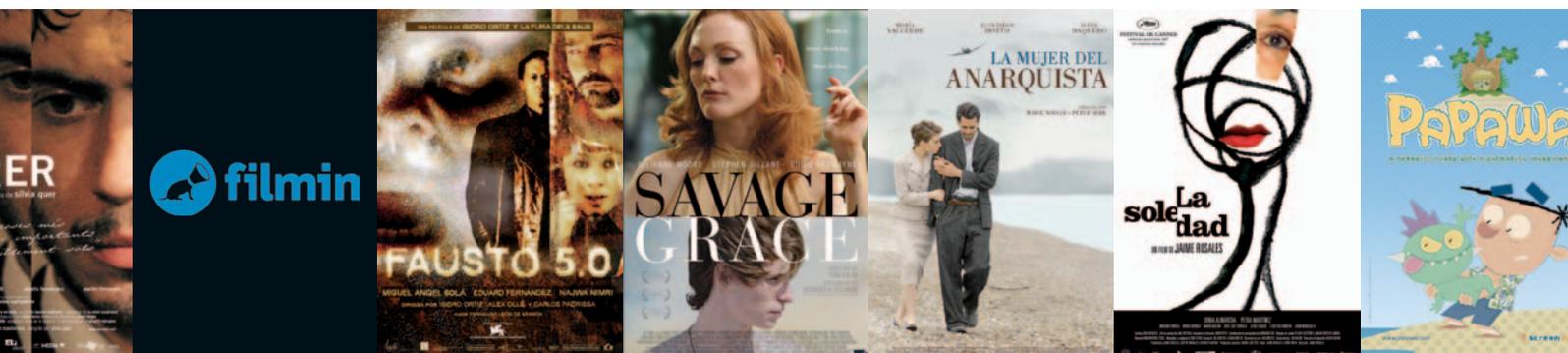
«No lo habría conseguido sin la atención personalizada de la Antena.»

«MEDIA es dinero, pero también es prestigio y garantía de la calidad del proyecto.»

«Las exigencias de la solicitud permiten trabajar en aspectos que la película necesita. Pensar en esos aspectos desde el principio obliga a abrir perspectivas, a pensar en el proyecto desde otra perspectiva, a prever, imaginar, proyectar... ya desde la fase de proyecto. Todo eso siempre es enriquecedor y permite fortalecer la propuesta, al potenciar la solidez, el compromiso y la coherencia en la propia propuesta y en la manera de trabajarla.»

«Poder trabajar en el desarrollo con más profundidad repercute en el resultado final del proyecto.»

«El proceso de solicitud de la ayuda nos ha ayudado a planificar mejor los proyectos y la estructura global de la empresa.»



UNA VISIÓN GENERAL

91,8%

de los encuestados que ha recibido la ayuda MEDIA al **desarrollo** cree que ha sido “muy eficaz” o “eficaz” a la hora de llevar los **proyectos desde el desarrollo hasta la producción**.

75%

de los encuestados que ha recibido la ayuda MEDIA a la **exhibición** considera que el apoyo ha sido “muy eficaz” a la hora de permitir la exhibición de **películas europeas no nacionales en sus salas**.

«SIN MEDIA ANTENA CATALUNYA, NUESTRO DESARROLLO EMPRESARIAL NO HABRÍA SIDO POSIBLE»

77,2%

de los encuestados que ha asistido a un acto de **networking** financiado por MEDIA afirma que ha **mejorado su posición con compradores e inversores**.

«EL PROGRAMA MEDIA ES UN EJEMPLO DE BUEN FUNCIONAMIENTO. SI ALGO FUNCIONA, ¡NO LO CAMBIES!»

71,4%

de los encuestados que ha recibido la ayuda MEDIA a la **distribución** la considera “muy eficaz” o “eficaz” en la **adquisición de películas no nacionales** que, de otra manera, su empresa no habría adquirido.

«LOS ACTOS DE MEDIA SON FUNDAMENTALES PARA MANTENER Y AMPLIAR LA RED DE CONTACTOS CON LOS QUE SE PUEDEN ABORDAR COLABORACIONES DE NEGOCIO PRESENTES Y FUTURAS.»

94,7%

El 94,7% de los encuestados que ha asistido a un curso **financiado por MEDIA** afirma que le ha permitido **mejorar sus conocimientos**.



LOS OJOS DE JULIA (MEDIA I2I Y MEDIA DISTRIBUCIÓN)

91,7%

de los encuestados que ha recibido la ayuda MEDIA a la **difusión por televisión** la considera “muy eficaz” o “eficaz” a la hora de **maximizar el potencial internacional** de su proyecto.

«EL PROCESO DE UNA AYUDA MEDIA OBLIGA A UN ANÁLISIS Y REFLEXIÓN PREVIOS PARA LA VIABILIDAD COMERCIAL DEL PROYECTO»

67%

de los encuestados cree que la ayuda del programa MEDIA ha sido “eficaz” en la **consolidación de su negocio**.

93,4%

de los encuestados está “muy de acuerdo” o “de acuerdo” en que el servicio que ofrece MEDIA Antena Catalunya es **necesario para la industria audiovisual catalana**.

AYUDA AL DESARROLLO

OBJETIVO: PROMOVER, MEDIANTE LA ADJUDICACIÓN DE AYUDA FINANCIERA, EL DESARROLLO DE PROYECTOS DE PRODUCCIÓN DESTINADOS AL MERCADO INTERNACIONAL, Y PRESENTADOS POR PRODUCTORAS EUROPEAS INDEPENDIENTES DENTRO DE LOS GÉNEROS SIGUIENTES: FICCIÓN, DOCUMENTAL DE CREACIÓN Y ANIMACIÓN.

La ayuda al desarrollo tiene varias líneas de actuación: Single Project, Slate Funding, Slate Funding 2nd Stage y Obra Interactiva.

En los últimos diez años, el programa MEDIA ha destinado casi 5 millones de euros a ayudas al desarrollo de proyectos catalanes, lo que representa un 2,53% de las ayudas al desarrollo respecto al resto de Europa y un notable 43,08% en cuanto al resto de España.

2008 y 2009 fueron los mejores años para la industria audiovisual catalana en cuanto a ayudas del pro-

grama MEDIA, coincidiendo con un buen momento del sector en general.

Según las líneas de actuación, desde el año 2001 se ha recibido anualmente ayuda al desarrollo Single Project, con un total de 2.893.798 euros invertidos por parte del programa MEDIA. Hay que destacar que el único proyecto en el Estado español en recibir ayuda para Obra Interactiva (una línea activa desde 2009) fue un proyecto catalán, el pasado 2011.



CERVANTES Y LA LEYENDA DE DON QUIJOTE (MEDIA DESARROLLO)



75,5%

de los encuestados que ha recibido la ayuda MEDIA al **desarrollo** cree que ha sido “muy eficaz” o “eficaz” **para su proyecto.**

«TENER QUE HACER EL ESFUERZO, DESDE LOS ESTADIOS INICIALES DEL DESARROLLO, PARA DISEÑAR UNA ESTRATEGIA COHERENTE GLOBAL PARA EL PROYECTO NOS HA PERMITIDO ANTICIPARNOS A MUCHAS NECESIDADES FUTURAS.»

69,4%

de los encuestados que ha recibido la ayuda MEDIA al **desarrollo** cree que ha sido “muy eficaz” o “eficaz” en la **mejora de calidad del guión.**

«MEDIA AYUDA A CONSOLIDAR Y HACER AVANZAR UN PROYECTO.»

«MEDIA ESTIMULA LA CALIDAD DE LOS PROYECTOS INCLUSO SI NO LES DA APOYO.»

85,7%

de los encuestados que ha recibido la ayuda MEDIA al **desarrollo** considera que le ha servido para **generar confianza en sus socios y/o futuros colaboradores.**

76,1%

de los encuestados que ha recibido la ayuda MEDIA al **desarrollo** considera “muy importante” o “importante” que **la ayuda les permitiera salvaguardar el control creativo del proyecto.**

91,8%

de los encuestados que ha recibido la ayuda MEDIA al **desarrollo** cree que ha sido “muy eficaz” o “eficaz” **a la hora de llevar los proyectos desde el desarrollo hasta la producción.**

«MEDIA ES UNA AYUDA ESTRATÉGICA QUE APORTA UN RECONOCIMIENTO DE CALIDAD Y/O VIABILIDAD DELANTE DE TERCERAS FUENTES DE FINANCIACIÓN Y, POR QUÉ NO, TAMBIÉN UN RECONOCIMIENTO DE TALENTO TÉCNICO Y ARTÍSTICO.»

AYUDA A LA DIFUSIÓN POR TELEVISIÓN

OBJETIVO: PROMOVER LA DIFUSIÓN TRANSNACIONAL DE LOS TRABAJOS AUDIOVISUALES EUROPEOS PRODUCIDOS POR PRODUCTORAS INDEPENDIENTES EUROPEAS, ANIMANDO A LA COOPERACIÓN ENTRE CADENAS DE TELEVISIÓN POR UN LADO Y PRODUCTORES Y DISTRIBUIDORES INDEPENDIENTES POR EL OTRO.

En los últimos diez años, el programa MEDIA ha destinado 2.694.791 euros a apoyar la difusión de proyectos para televisión. Hay que destacar, que el año 2012, los dos únicos proyectos del Estado español en recibir ayuda en esta línea del programa fueron producciones catalanas.

«MEDIA ES UNA PLATAFORMA ESENCIAL PARA LA SOSTENIBILIDAD Y LA SIMPLE EXISTENCIA DE LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL EUROPEA.»

«EL APOYO DE MEDIA NOS HA PERMITIDO CONSOLIDAR NUESTRA PRESENCIA EN EL ÁMBITO INTERNACIONAL Y, POR LO TANTO, HA SIDO EFICAZ EN LA CONSOLIDACIÓN DE ESTA PARTE DE NUESTRO NEGOCIO.»

44,4%

de los encuestados que ha recibido la ayuda MEDIA a la difusión por televisión cree que el documental es el género más difícil de financiar.

100%

de los encuestados que ha recibido la ayuda MEDIA a la difusión por televisión la considera “muy eficaz” o “eficaz” en la obtención de la financiación necesaria para sus proyectos.

91,7%

de los encuestados que ha recibido la ayuda MEDIA a la difusión por televisión la considera “muy eficaz” o “eficaz” a la hora de maximizar el potencial internacional de su proyecto.



COMPRAR, TIRAR, COMPRAR
(MEDIA DIFUSIÓN POR TV)

AYUDA I2I AUDIOVISUAL

OBJETIVO: PROMOVER, MEDIANTE APOYO FINANCIERO, PROYECTOS DE PRODUCCIÓN (FICCIÓN PARA CINE O TELEVISIÓN, DOCUMENTALES CREATIVOS, PELÍCULAS DE ANIMACIÓN PARA TELEVISIÓN O CINE, TRABAJOS QUE EXPLOTEN LA HERENCIA AUDIOVISUAL Y CINEMATOGRAFICA) PRESENTADOS POR EMPRESAS INDEPENDIENTES, EN PARTICULAR LAS MEDIANAS Y PEQUEÑAS EMPRESAS, Y ORIENTADOS A LOS MERCADOS INTERNACIONALES, ASÍ COMO PROMOVER PROYECTOS DE PRODUCCIÓN QUE HAGAN USO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE CREACIÓN, PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN.



LAS NUEVAS AVENTURAS DE LAS TRES MELLIZAS
(MEDIA I2I AUDIOVISUAL)

La ayuda i2i Audiovisual empezó a otorgarse en el año 2002. Desde entonces, el programa MEDIA ha destinado más de 1 millón de euros a dar apoyo financiero a proyectos provenientes de Cataluña

A lo largo de la última década, ésta ha sido la ayuda con mayor porcentaje de concesión en Cataluña, representando casi el 4% de las ayudas respecto al resto de Europa y casi la mitad (49,91%) en el resto de España.

Después de unos años (2007-2010) con unas cantidades de ayudas más bajas, en el año 2011 MEDIA aportó 101.486 euros en apoyo financiero a proyectos catalanes, coincidiendo con uno de los momentos más difíciles del sector en cuanto a conseguir financiación para sus proyectos.

«NOS HA AYUDADO EN LA FINANCIACIÓN DEL PROYECTO»

«HA AMINORADO NUESTRO RIESGO»

91,7%

de los encuestados que ha recibido la ayuda MEDIA i2i Audiovisual lo ha hecho para proyectos de ficción.

72,8%

de los encuestados que ha recibido la ayuda MEDIA i2i Audiovisual la considera "muy eficaz" o "eficaz" para la consecución final del proyecto.

AYUDA A LA DISTRIBUCIÓN

OBJETIVO: ANIMAR Y DAR APOYO A UNA DISTRIBUCIÓN TRANSNACIONAL DE TÍTULOS EUROPEOS RECIENTES MÁS AMPLIA MEDIANTE UNA APORTACIÓN FINANCIERA A LOS DISTRIBUIDORES, EN FUNCIÓN DE SU PAPEL EN EL MERCADO, PARA UNA REINVERSIÓN POSTERIOR EN NUEVAS PELÍCULAS EUROPEAS NO NACIONALES.

ESTA MODALIDAD DE APOYO TAMBIÉN TIENE COMO OBJETIVO FOMENTAR EL DESARROLLO DE LAZOS DE UNIÓN ENTRE LOS SECTORES DE LA PRODUCCIÓN Y LA DISTRIBUCIÓN Y MEJORAR ASÍ LA PRESENCIA Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PELÍCULAS EUROPEAS NO NACIONALES EN EL MERCADO.

Desde el 2001, el programa MEDIA ha aportado a la industria audiovisual catalana casi 11 millones de euros en los apoyos selectivos y automáticos de distribución, lo que representa alrededor del 25% respecto al resto de España. Una cifra del todo positiva considerando que el negocio de la distribución Europea está mayoritariamente centralizado en Madrid.

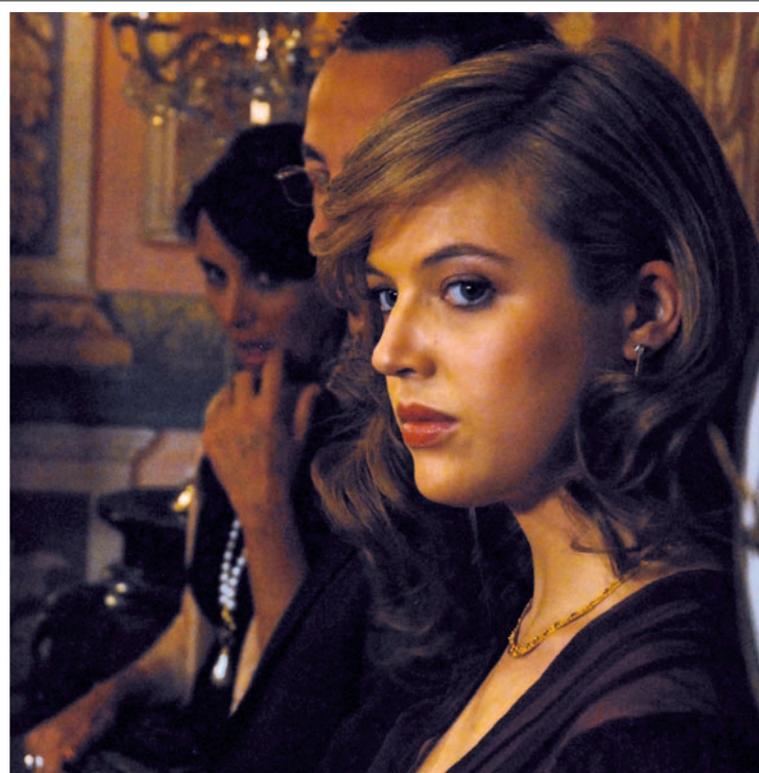


BURIED (MEDIA DISTRIBUCIÓN)

71,4%

de los encuestados que ha recibido la ayuda MEDIA a la **distribución** la considera "muy eficaz" o "eficaz" en la adquisición de **películas no nacionales** que, de otra manera, su empresa no habría adquirido.

«SIN MEDIA, HABRÍA UNA DESCENSO EN EL NÚMERO DE ADQUISICIONES, EN EL NÚMERO DE COPIAS EXHIBIDAS Y EN LA DIFUSIÓN DE LA PELÍCULA EN LOS DIFERENTES MEDIOS.»



SINGULARIDADES DE UNA CHICA RUBIA
(MEDIA DISTRIBUCIÓN)

50%

de los encuestados que ha recibido la ayuda MEDIA a la **distribución** ha reinvertido el fondo de la ayuda en los gastos de distribución de nuevas películas europeas no nacionales.

«TENEMOS MUY EN CUENTA SI LAS PELÍCULAS QUE QUEREMOS DISTRIBUIR CUENTAN CON ESTE APOYO A LA HORA DE DISTRIBUIRLAS. SIN ESTA AYUDA, SERÍAMOS INCAPACES DE SACAR ADELANTE MUCHOS TÍTULOS.»

71,5%

de los encuestados que ha recibido la ayuda MEDIA a la **distribución** la considera "muy eficaz" o "eficaz" en la **sostenibilidad de su negocio**.

«MENOS POSIBILIDAD DE DISTRIBUCIÓN EN GENERAL.»

AYUDA A LA EXHIBICIÓN

OBJETIVO: MEJORAR LA CIRCULACIÓN DE LAS PELÍCULAS EUROPEAS NO NACIONALES EN EL MERCADO INTERNACIONAL CON MEDIDAS QUE FOMENTEN SU EXPLOTACIÓN, SU DISTRIBUCIÓN EN TODOS LOS SOPORTES O SU PROGRAMACIÓN EN SALAS DE CINE, ASÍ COMO FOMENTAR LA PROYECCIÓN DE PELÍCULAS EUROPEAS NO NACIONALES EN EL MERCADO EUROPEO, EN PARTICULAR, MEDIANTE EL APOYO A LA COORDINACIÓN DE UN CIRCUITO DE SALAS CINEMATOGRAFICAS.

El programa MEDIA ha destinado 1.744.100 euros a ayudas a la exhibición en Cataluña a lo largo de la última década, lo que representa casi un 2% respecto al resto de Europa y más de un 20% del resto de España.

Las ayudas a la exhibición en la industria audiovisual catalana han aumentado desde el año 2001, únicamente con un ligero descenso en 2008 y 2011.

«NUESTRO CINE SIEMPRE SE HA DISTINGUIDO POR UNA DEFENSA DEL CINE EUROPEO. EL PROBLEMA ES QUE EL MERCADO DE LA EXHIBICIÓN NECESITA MÁS DINAMISMO RESPECTO A LA CIRCULACIÓN DE LAS COPIAS.»

75%

de los encuestados que ha recibido la ayuda MEDIA a la exhibición considera que el apoyo ha sido “muy eficaz” a la hora de permitir la exhibición de películas europeas no nacionales en sus salas.

100%

de los encuestados que ha recibido la ayuda MEDIA a la exhibición la considera “eficaz” a la hora de alargar el tiempo en cartelera de una película europea no nacional.

50%

de los encuestados que ha recibido apoyo MEDIA a la exhibición considera que la ayuda ha sido “eficaz” en la creación de nuevas audiencias en sus salas.

75%

de los encuestados que ha recibido apoyo MEDIA a la exhibición está “de acuerdo” con el hecho de que la ayuda permite intercambiar ideas y experiencia con otros miembros de la red Europa Cinemas.

AYUDA A LA DIGITALIZACIÓN

OBJETIVO: FOMENTAR QUE LAS SALAS QUE PROYECTEN UN PORCENTAJE SIGNIFICATIVO DE OBRAS EUROPEAS NO NACIONALES APROVECHEN LAS POSIBILIDADES QUE OFRECE LA DISTRIBUCIÓN EN FORMATO DIGITAL, Y FACILITAR LA TRANSICIÓN DIGITAL DE LAS SALAS DE CINE QUE PROYECTAN PELÍCULAS EUROPEAS FINANCIANDO LOS GASTOS INDIRECTOS VINCULADOS A LA ADQUISICIÓN DE UN PROYECTOR DIGITAL.

100%

de los encuestados que ha recibido apoyo MEDIA a la **digitalización** cree que la ayuda ha sido “eficaz” a la hora de **facilitar la transición digital de las salas de cine.**

«LA DIGITALIZACIÓN FUE POSIBLE GRACIAS, EN PARTE, A LA AYUDA DEL PROGRAMA MEDIA, PERO, PREVIAMENTE Y EN UN 80%, FUE FINANCIADA POR LA EMPRESA.»

«SIN MEDIA, SEGURAMENTE EL MÁS AFECTADO SERÍA EL CINE EUROPEO, YA QUE CON LA AYUDA VELAMOS POR TENER SIEMPRE, AL MENOS, UN PAR DE SESIONES DE CINE EUROPEO.»

100%

de los encuestados que ha recibido apoyo MEDIA a la **digitalización** cree que el programa ha sido “eficaz” a la hora de **crear nuevas audiencias en sus salas.**



PRINCESAS (MEDIA DISTRIBUCIÓN)

AYUDA A LA FORMACIÓN

OBJETIVO: DESARROLLAR UNA OFERTA COMPLETA DE INICIATIVAS DE FORMACIÓN PARA PROFESIONALES, RESPONDIENDO ASÍ A LAS ACTUALES NECESIDADES DE LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL EUROPEA. LOS CANDIDATOS ELEGIBLES SON INSTITUCIONES, ASOCIACIONES, ORGANIZACIONES Y EMPRESAS EUROPEAS CUYAS INICIATIVAS DE FORMACIÓN CONTRIBUYAN A LA REALIZACIÓN DE LOS OBJETIVOS DEL PROGRAMA MEDIA.

El programa MEDIA ha dado apoyo a la formación para profesionales en Cataluña aportando más de 2 millones de euros en ayudas desde el año 2001, con un solo año, el 2006, en el que no se recibieron ayudas de esta línea.

El importe de las ayudas a la industria audiovisual catalana representa un 2,6% de las ayudas en el ámbito europeo y casi un 35% en el estatal.

66,7%

de los encuestados que ha recibido la ayuda MEDIA a la formación considera que el apoyo ha sido "eficaz" a la hora de **financiar sus actividades formativas**.

66,7%

de los encuestados que ha recibido el apoyo MEDIA a la formación considera que la ayuda ha sido "eficaz" a la hora de **encontrar otras fuentes de financiación y/o socios**.

66,7%

El 66,7% de los encuestados que ha recibido el apoyo MEDIA a la formación está "de acuerdo" en que la ayuda da **confianza a sus actividades formativas**.



AYUDA A LA PROMOCIÓN Y ACCESO A MERCADOS

OBJETIVO: FACILITAR E IMPULSAR LA PROMOCIÓN Y LA CIRCULACIÓN DE OBRAS AUDIOVISUALES Y CINEMATográficas EUROPEAS EN EL MARCO DE ACONTECIMIENTOS COMERCIALES, MERCADOS PROFESIONALES Y FESTIVALES AUDIOVISUALES EN EUROPA Y EN EL MUNDO, CUANDO ESTOS ACONTECIMIENTOS EJERZAN UN PAPEL IMPORTANTE EN LA PROMOCIÓN DE OBRAS EUROPEAS Y EN LA CREACIÓN DE REDES DE PROFESIONALES, E IMPULSAR LA CREACIÓN DE REDES DE OPERADORES EUROPEOS, APOYANDO A ACCIONES COMUNES LLEVADAS A CABO EN EL MARCO EUROPEO E INTERNACIONAL POR ORGANISMOS NACIONALES DE PROMOCIÓN, PÚBLICOS O PRIVADOS.

La ayuda a la promoción y acceso a mercados del programa MEDIA ha dejado 1.775.659 euros desde el año 2001 en Cataluña, donde, además del pico de aquel año, se ha mantenido con unas cifras estables a lo largo de la década, con una aportación media anual de 143.500 euros.

80%

de los encuestados que ha recibido el apoyo de MEDIA a la **promoción y acceso a mercados** considera que la ayuda ha sido “muy eficaz” en la **organización de actos en los que los profesionales de la industria catalana pueden relacionarse con otros del ámbito internacional.**

80%

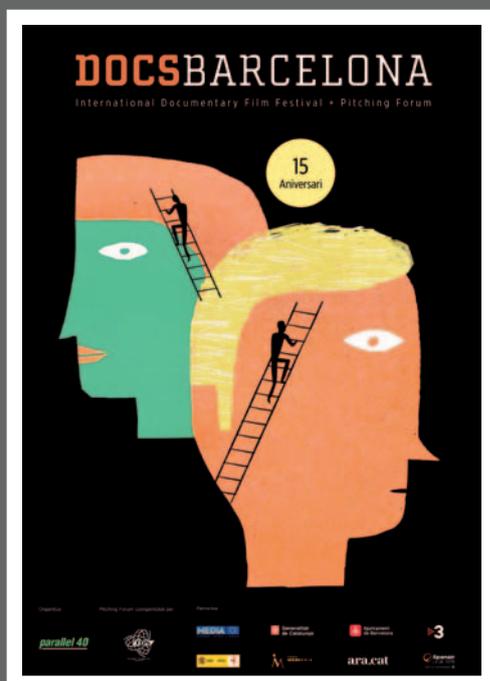
de los encuestados que ha recibido el apoyo de MEDIA a la **promoción y acceso a mercados** considera que la ayuda ha sido “muy eficaz” para los **participantes en estos actos a la hora de hacer avanzar sus proyectos desde el desarrollo hasta la producción.**

60%

de los encuestados que ha recibido el apoyo de MEDIA a la **promoción y acceso a mercados** está “muy de acuerdo” en que **la ayuda reduce el coste de la organización de estos actos y facilita el acceso a los participantes.**

80%

de los encuestados que ha recibido el apoyo de MEDIA a la **promoción y acceso a mercados** considera que la ayuda ha sido “muy eficaz” en la **búsqueda de otras fuentes de financiación y/o socios colaboradores.**



AYUDA A FESTIVALES

OBJETIVO: FACILITAR Y FOMENTAR LA PROMOCIÓN Y LA CIRCULACIÓN DE LAS OBRAS AUDIOVISUALES Y CINEMATOGRAFICAS EUROPEAS EN ACTOS COMERCIALES, EN MERCADOS PROFESIONALES Y EN FESTIVALES AUDIOVISUALES DENTRO Y FUERA DE EUROPA, YA QUE ESTOS ACTOS PUEDEN TENER UN PAPEL IMPORTANTE EN LA PROMOCIÓN DE LAS OBRAS EUROPEAS Y LA INTERCONEXIÓN DE LOS PROFESIONALES, ASÍ COMO MEJORAR EL ACCESO DEL PÚBLICO EUROPEO E INTERNACIONAL A OBRAS AUDIOVISUALES EUROPEAS.

El programa MEDIA, a través del apoyo a los festivales, ha aportado a Cataluña 675.099 euros desde el año 2001 en esta línea de actuación, con una media de 56.000 euros anuales, salvo el año 2005, en el que MEDIA aportó casi el doble.

66,7%

de los encuestados que ha recibido el apoyo de MEDIA a festivales considera que la ayuda ha sido "eficaz" a la hora de permitir la exhibición de películas europeas en su festival.

66,6%

de los encuestados que ha recibido el apoyo de MEDIA a festivales considera que la ayuda ha sido "muy eficaz" o "eficaz" en la participación de profesionales de primer nivel en su festival.

«LA AYUDA DE MEDIA DA UN IMPULSO IMPORTANTE A LA PROYECCIÓN DE PELÍCULAS EUROPEAS EN NUESTRO FESTIVAL.»

66,7%

de los encuestados que ha recibido el apoyo de MEDIA a festivales afirma que la ayuda MEDIA ha aumentado el número de acreditados de la industria.

«EL PROGRAMA MEDIA HA AYUDADO CUANDO SE HA COLABORADO EN LA DIFUSIÓN DE LAS JORNADAS PARA PROFESIONALES.»

AYUDA AL VOD Y LA DISTRIBUCIÓN DE CINE DIGITAL

OBJETIVO: DAR APOYO A LA CREACIÓN Y EXPLOTACIÓN DE CATÁLOGOS DE OBRAS EUROPEAS PARA DISTRIBUIRLAS DIGITALMENTE A TRAVÉS DE LAS FRONTERAS A UN PÚBLICO MÁS AMPLIO Y/O A LOS EXHIBIDORES DE CINE A TRAVÉS DE SERVICIOS AVANZADOS DE DISTRIBUCIÓN QUE INTEGREN SISTEMAS DE SEGURIDAD DIGITAL NECESARIOS PARA PROTEGER EL CONTENIDO EN LÍNEA, ASÍ COMO ANIMAR A LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL EUROPEA A ADAPTARSE A LOS NUEVOS DESARROLLOS EN TECNOLOGÍA DIGITAL.

La ayuda MEDIA al VoD es una línea de actuación que empezó a otorgarse en el año 2008. Desde entonces, excepto el año 2009, en el que no se recibió la ayuda, MEDIA ha aportado 1.453.808 euros a Cataluña destinados a la consolidación de un nuevo modelo de consumo y a la creación de un nuevo público.

50%

de los encuestados que ha recibido la ayuda MEDIA al VoD y a la **distribución de cine digital** considera que ha sido "eficaz" a la hora de **proporcionar un marco legal adaptado a un nuevo modelo de consumo.**

«SIN MEDIA, NUESTRA POLÍTICA DE ADQUISICIONES -Y NUESTRO MODELO DE NEGOCIO EN GENERAL- SERÍA MÁS CONSERVADORA ECONÓMICAMENTE Y, ES DE SUPONER, EDITORIALMENTE.»

100%

de los encuestados que ha recibido el apoyo de MEDIA al **VoD y la distribución de cine digital** considera que la ayuda ha sido "muy eficaz" a la hora de **incentivar el VoD y la distribución digital en Europa.**

100%

de los encuestados que ha recibido la ayuda MEDIA al **VoD y la distribución de cine digital** lo considera "muy eficaz" en el **uso de las nuevas tecnologías para crear un nuevo público.**

100%

de los encuestados que ha recibido el apoyo de MEDIA al **VoD y a la distribución de cine digital** considera que la ayuda ha sido "muy eficaz" en la **consolidación de su negocio.**

EL FUTURO: EL MARCO 2014/2020

El programa Europa Creativa dará apoyo al cine europeo y a los sectores cultural y creativo, y les permitirá aumentar su contribución a la creación de puestos de trabajo y crecimiento económico. Con un presupuesto propuesto de 1.800 millones de euros para el periodo 2014-2020, Europa Creativa dará apoyo a decenas de miles de artistas, profesionales culturales y organizaciones culturales en las áreas de las artes escénicas, bellas artes, editorial, cine, televisión, música, artes interdisciplinarias, patrimonio e industria del videojuego, y les ayudará a operar en toda Europa para llegar a nuevas audiencias y desarrollar las competencias necesarias para esta era digital. Ayudando a las producciones culturales europeas a llegar a nuevas audiencias en otros países, el nuevo programa también contribuirá a salvaguardar y promover la diversidad cultural y lingüística de Europa.

Dentro de Europa Creativa tendrán cabida el programa MEDIA (y el programa MEDIA MUNDUS), así como el programa CULTURA. Durante el 2013 se realizarán las negociaciones para acabar de definir el nuevo programa y las líneas sectoriales. Actualmente, sabemos que gozará de un mayor presupuesto y

que se pretende que sea una primera ventana de acceso a plataformas de financiación para las empresas culturales. Europa quiere dar respuesta a un sector, el cultural, que sabe que está sufriendo gravemente la crisis, con un sistema más sencillo y flexible.

La cultura tiene un papel esencial en la economía de la Europa de los 27. Estudios de la Unión Europea han mostrado que las industrias culturales y creativas forman alrededor del 4,5% del PIB de la UE y suponen un 3,8% de los puestos de trabajo (8,5 millones de puestos de trabajo, o muchos más si se tiene en cuenta el impacto en otros sectores a los que influyen). El estudio muestra que el sector tiene un potencial de crecimiento impresionante: entre el año 2000 y el 2007, la ocupación en estos sectores ha crecido una media del 3,5% anual, comparado con el 1% del resto de la economía de la Europa de los 27. Las tasas de crecimiento de la ocupación en estos sectores en Estados Unidos y China también fueron altas, con un promedio de un 2% anual. Europa es, con diferencia, el líder mundial en exportación de productos de las industrias creativas. Para mantener esta posición, necesitamos invertir en la capacidad del sector de operar entre fronteras.



BRUC: EL DESAFÍO (MEDIA DESARROLLO)



DICTADO (MEDIA DESARROLLO)

Europa Creativa responde a esta necesidad, con una aproximación más estratégica y planes para orientar la inversión donde el impacto será mayor.

Europa Creativa tiene en cuenta los retos creados por la globalización, en particular, el impacto de las tecnologías digitales, que están cambiando la forma en que los productos culturales se hacen, se distribuyen, son accesibles y se transforman en flujos de ingresos y modelos de negocio. Sin embargo, estos desarrollos también crean oportunidades para las industrias culturales y creativas europeas, y el programa busca ayudarlas a aprovechar estas oportunidades, de modo que puedan beneficiarse del cambio digital y crear más carreras internacionales y empleados.

La Comisión Europea estima que, entre el 2014 y el 2020, al menos 8.000 organizaciones culturales y 300.000 artistas, profesionales culturales y sus obras podrían recibir apoyo transfronterizo y adquirir la experiencia que les permitirá desarrollar carreras internacionales. El programa también dará apoyo a la traducción de más de 5.500 libros y otras obras literarias.

MEDIA tiene una previsión presupuestaria del 55% de estos 1.800 euros, según el texto propuesto. Si se aprobase, significaría un presupuesto para actuar del 2014 al 2020 de 990 millones de euros. MEDIA dará apoyo a la distribución mundial de más de 1.000 pe-

lículas europeas, a través de plataformas tradicionales y digitales; también dotará de financiación a los profesionales del audiovisual para permitirles el acceso a los mercados internacionales y fomentará el desarrollo de películas y de otros trabajos audiovisuales con potencial para la circulación transfronteriza.

Hay mucho trabajo por hacer: gracias, en parte, al apoyo de MEDIA, la proporción de películas europeas entre los nuevos estrenos cinematográficos creció del 36% en 1989 al 54% en el 2009. La red Europa Cinemas, que comprende más de 2.000 pantallas en la mayoría de cines independientes, ayuda a asegurar una amplia diversidad de películas para audiencias en 475 ciudades. Las películas atrajeron a 59 millones de espectadores en 2009, frente a los 30 millones del año 2000.

Europa Creativa estará abierta a los Estados miembros, así como a los países de la EFTA (European Free Trade Association: Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza), países adheridos y candidatos a la UE, candidatos potenciales y países vecinos. Se podría incluir a otros países en acciones específicas. Actualmente, los Estados miembros de la UE, los países de la EFTA, Croacia, Turquía, Macedonia, Serbia, Montenegro y Bosnia y Herzegovina participan en el programa Cultura. Los Estados miembros de la UE, Croacia, Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza participan en el programa MEDIA.

CONCLUSIONES

EL 90% DE LOS ENCUESTADOS ASEGURAN QUE LAS AYUDAS MEDIA HAN CONSOLIDADO SUS PROYECTOS, Y AFIRMAN QUE MUCHOS NO HUBIERAN SIDO POSIBLES DE OTRA MANERA

Recibir la ayuda de MEDIA supone un apoyo clave entre las diversas áreas de la industria, desde los productores a la hora de obtener financiación hasta los distribuidores, exhibidores y organizadores de festivales a la hora de asegurar una programación europea de calidad, alejada de la cartelera más comercial. Más del 90% de los profesionales encuestados aseguran que la ayuda ha consolidado su proyecto y, en muchos casos, afirman que no hubiera sido posible de otra manera.

MÁS DE LA MITAD DE LOS ENCUESTADOS AFIRMAN QUE MEDIA LOS HA AYUDADO A CONSOLIDAR SU NEGOCIO, Y LA MITAD, QUE LOS HA AYUDADO A MANTENER PUESTOS DE TRABAJO

El 70% de los encuestados comparten la idea de que el apoyo MEDIA puede ayudar a consolidar un negocio, especialmente en el momento de crisis actual

que vive el país y, en particular, el sector audiovisual. Recibir el apoyo de MEDIA no solo puede ayudar a consolidar un negocio, sino que puede incentivar la creación de nuevos puestos de trabajo. El 50% de los encuestados afirman que la ayuda MEDIA los ha ayudado a mantener puestos de trabajo en sus empresas.

ASISTIR A CURSOS DE FORMACIÓN Y ENCUENTROS DE NETWORKING SUPONE PARA LOS ENCUESTADOS UNA AMPLIACIÓN DE CONOCIMIENTOS, DE NEGOCIO, DE SOCIOS Y DE COLABORADORES

Los profesionales catalanes encuestados han asistido a pocos *training courses* financiados por MEDIA. Sin embargo, los que lo han hecho opinan que les ha permitido ampliar sus conocimientos (95%), les ha proporcionado más negocio (57,9%) y les ha dado la oportunidad de conocer socios con los que ya han trabajado (63,3%).

Los encuentros de *networking* han servido a los encuestados para mejorar su posición con compradores e inversores (77,2%), "dejar de ser invisibles" y conocer socios para futuras colaboraciones (94,3%).



4 AMIGOS Y MEDIO (MEDIA DESARROLLO Y MEDIA DIFUSIÓN POR TV)

EL SERVICIO DE ANTENA ES MUY EFICAZ Y ACERCA A LAS EMPRESAS A EUROPA

El papel de la Antena tampoco pasa desapercibido para los profesionales encuestados: casi el 90% de los encuestados consideran que el servicio de MEDIA Antena Catalunya es muy eficaz o eficaz y están de acuerdo en que es necesario para la industria audiovisual catalana, ya que es una buena forma “de acercarse a Europa”. Para ellos, además, la atención personalizada de la Antena es importante a la hora de presentar las solicitudes.

LA AYUDA MEDIA AL DESARROLLO SE PRESENTA COMO EL PRINCIPAL POTENCIADOR EN EL MERCADO INTERNACIONAL, ADEMÁS DE HABER CONSOLIDADO TANTO EL DOCUMENTAL COMO LA FICCIÓN EN LA INDUSTRIA

Una gran parte de los productores consideran que el apoyo del programa MEDIA en materia de desarrollo los ha ayudado a potenciar su proyecto en el mercado internacional, a generar confianza entre sus socios y colaboradores y a encontrar otras fuentes de financiación. Los mismos productores consideran que para ellos la ayuda MEDIA puede ser determinante a la hora de colaborar en un proyecto y en cuanto a las garantías que éste les pueda generar.

Destacan en especial el documental y la ficción como géneros mayormente beneficiarios de la ayuda MEDIA al desarrollo. Y el 80% de estos casos consideran que la marca MEDIA ha servido para consolidar el género dentro de la industria.

EL I2I AUDIOVISUAL ES LA AYUDA QUE RECIBE MÁS VALORACIONES POSITIVAS, Y SE UTILIZA ESPECÍFICAMENTE PARA AMINORAR EL RIESGO Y COMPLETAR EL GASTO FINANCIERO

Una de las ayudas del programa MEDIA más populares en Cataluña, que ha recibido, en la última década, casi el 50% de las ayudas de esta línea que se dan en todo el Estado, es la i2i Audiovisual. Los beneficiarios catalanes hacen una valoración muy positiva: el 72,8% la considera muy eficaz o eficaz para la consecución final del proyecto y casi un 70% opina que lo ayudó a maximizar el potencial internacional del proyecto.

El 90% de los encuestados que recibieron esta ayuda lo hicieron para proyectos de ficción pero, curiosamente, la mayoría considera que es el documental, seguido de la ficción, el género más difícil de financiar. Un 100% de los encuestados han sido beneficiarios del módulo de gastos de financiación, hecho que consideran muy importante, ya que les ha permitido “aminorar el riesgo” económico de sus empresas y, en algunos casos, “completar el gasto financiero”.

LOS DISTRIBUIDORES Y EXHIBIDORES OPINAN QUE UN FUTURO SIN MEDIA LES ACARREARÍA PROBLEMAS FINANCIEROS Y POLÍTICAS DE ADQUISICIÓN CONSERVADORAS EN DETRIMENTO DEL CINE EUROPEO

En cuanto a los distribuidores y exhibidores, más de un 70% considera que la ayuda MEDIA ha sido eficaz en la adquisición y programación, respectivamente, de películas europeas no nacionales que de otra forma no habrían podido adquirir. En ambos casos se coincide en pensar que un futuro sin el programa MEDIA les acarrearía inevitablemente “problemas financieros”, “políticas de adquisición conservadoras” y una situación en la que “el cine europeo sería el gran afectado”.

LOS ACONTECIMIENTOS DE NETWORKING CON APOYO MEDIA HAN PERMITIDO QUE MUCHOS PROYECTOS AVANZARAN HACIA LA PRODUCCIÓN Y/O DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL

De la misma manera que muchos profesionales del sector consideran que los actos de *networking* ofrecidos por MEDIA ayudan a la hora de “formar parte” de la industria, un 80% de los profesionales encuestados que han sido beneficiarios del apoyo del programa en la promoción y acceso a mercados consideran que la ayuda ha sido muy eficaz en la organización de actos en los que los profesionales de la industria catalana se han podido relacionar con otros profesionales internacionales. En general, los encuestados consideran que la ayuda a este tipo de acontecimientos ha permitido que muchos proyectos avanzaran hacia la producción o pudieran ser distribuidos en el ámbito internacional.

LA AYUDA MEDIA AL VOD Y LA DISTRIBUCIÓN DIGITAL HA SIDO TOTALMENTE EFECTIVA PARA INCENTIVAR LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS, CREAR NUEVOS PÚBLICOS Y MEJORAR LA CIRCULACIÓN DE PELÍCULAS EUROPEAS

Una línea de ayuda relativamente reciente es la que va dirigida al Video on Demand y la distribución de cine digital. En un momento en que el sector vive afectado por la piratería y los cambios en el modelo de consumo de los espectadores, el programa MEDIA pretende dar apoyo a la creación y explotación de catálogos de obras europeas en formato digital y negocios adaptados a los nuevos desarrollos tecnológicos.

En este sentido, los profesionales catalanes encuestados en este campo consideran que la ayuda MEDIA ha sido 100% eficaz en incentivar el VoD y usar las nuevas tecnologías a la hora de crear un nuevo público, así como permitir la circulación de obras europeas que de otra manera no se habrían exhibido en el Estado español.

LA PERCEPCIÓN DEL PROGRAMA MEDIA POR PARTE DE LA LA INDUSTRIA CATALANA ES MUY POSITIVA

La percepción del programa MEDIA por parte de la industria audiovisual catalana es muy positiva, no solo en cuanto a la aportación en la financiación y la consolidación de proyectos y negocios que de otra manera tendrían políticas mucho más conservadoras, sino porque se considera una “plataforma esencial para la simple existencia de la industria audiovisual europea”.



RUDY THE CLOUD BOY (MEDIA DESARROLLO)

AGRADECIMIENTOS

A la Unidad MEDIA y al ICEC. A todas las oficinas MEDIA de toda Europa. A las asociaciones de productores. A María Dolores Clemente y a María Jesús Sánchez Fernández, del Área del Audiovisual del ICEC. A Manel Camós y a todo el equipo de la Comisión Europea de Barcelona. A todos los colegios y asociaciones de profesionales del audiovisual en Cataluña. A todo el personal que durante estos más de veinte años ha formado o forma parte de MEDIA Antena Catalunya. A todas las empresas que han colaborado en la realización de esta encuesta y a todas las personas, empresas e instituciones que a lo largo de estos veinte años han trabajado con nosotros.



Os podéis descargar el Informe completo sobre los beneficiarios del Programa MEDIA en Cataluña en:
http://www.antenamediacat.eu/comunicacio/guies_media



OFICINA
DE INFORMACIÓN
DEL PROGRAMA
MEDIA EN CATALUÑA

MEDIA ANTENA CATALUNYA

Dirección: Helena Moreno Núñez
Contenidos: Mar Vilà Barceló
Administración: Natàlia Giménez Teixidó
Coordinación de medios: Helena Vilaplana Carnerero
Diseño: EPA Disseny SL - www.epasg.com



OFICINA
DE INFORMACIÓN
DEL PROGRAMA
MEDIA EN CATALUÑA

MEDIA ANTENA CATALUNYA

media_antena.cultura@gencat.cat

www.antenamediacat.eu

facebook.com/MEDIACatalunya

[@MEDIACatalunya](https://twitter.com/MEDIACatalunya)

youtube.com/AntenaMediaCAT



Generalitat de Catalunya
Gobierno de Cataluña

**Instituto Catalán
de las Empresas Culturales**