

BLOG

MAIG 2017

- L'audiència de TV3 està en mínims històrics, però la competència no està molt millor

ABRIL 2017

- Llums i ombres en les sales de cinema

FEBRER 2017

- El sector de la producció televisiva a Europa s'està concentrant a passos gegants
- Els ajuts al cinema i l'audiovisual a França, explicats pel CNC

GENER 2017

- La 'nova' BBC: finançament estable i expansió controlada

DESEMBRE 2016

- La producció catalana en el nou ordre audiovisual mundial

NOVEMBRE 2016

- L'OPA analitza el present de la producció audiovisual catalana i apunta els seus reptes de futur
- Seixanta anys de televisió a Espanya (i a Catalunya): i ara què?

OCTUBRE 2016

- La irrupció del Facebook Live a l'escenari audiovisual

SETEMBRE 2016

- Del Broadcasting al Media: les corporacions públiques europees i l'ecosistema digital

Esports i televisió, una evolució natural o una bombolla que esclatarà? (Actualitzat 13-1-2016)

12 GENER 2016

JOAN M. CORBELLA

Va acabar la temporada 2015 del campionat del món de Fórmula 1, i TV3 i Antena 3 es van acomiadar dels afeccionats, ja que després de 19 i 12 anys, respectivament, deixen d'oferir la retransmissió de les curses, que es quedarà només a Movistar (Telefónica), de pagament. Alhora, el nombre de curses de motos que s'ofereix a les pantalles de Telecinco –i abans a TVE– va minvant any rere any, i si no desapareixen del tot és probablement pels èxits d'un grapat de pilots ibèrics, que permeten a Mediaset rendibilitzar encara la seva minvada inversió en paral·lel a la cobertura total del campionat que fa Movistar. El bàsquet espanyol afronta la competició de 2015-16 com la darrera en què hi ha alguns partits en obert a les televisions públiques, però el gruix de les retransmissions (i les de la lliga europea) ja són per a Movistar, que ha fet una inversió per reactivar mediàticament i econòmicament aquest esport i de la mà de la ACB podria portar els partits també al servei Yomvi.

Pel que fa al futbol, a finals de 2015 s'estava resolent el concurs per adjudicar els diversos lots en què es divideixen els drets per als propers tres anys, però en la temporada actual ja hi ha hagut una quasi absoluta "apagada" en obert, reduïda al dret d'emissió de 90 segons informatius per a totes les televisions, i els resums i un partit de segon ordre per part de TVE, que va pagar una xifra que els competidors consideren exagerada. Previsiblement, també en el futbol la cobertura televisiva de les competicions espanyoles i europees acabarà de canviar de mans –poques– a favor dels prestadors de serveis de pagament, per molt que les autoritats de la competència i els propietaris de les competicions busquin obrir el mercat tot fragmentant fins a l'infinit els drets. I aquestes poques mans són les dels operadors que poden suportar l'augment del preu d'adquisició dels drets, que per als clubs a poc a poc se situa en el valor real, mentre que les televisions privades en obert els jutgen desproporcionats. Això vol dir deixar-ho en mans de Telefónica, el gegant audiovisual del mercat espanyol després d'integrar Digital Plus, i de Mediapro i el seu tàndem amb la catari Beln Sports, i dels *outsiders* Orange i Vodafone, prestos a entendre's amb els dos anteriors per enriquir la seva oferta de serveis integrats (telefonía fixa, mòbil, internet, televisió, audiovisual a la demanda). Al seu costat, els prestadors de televisió pública i privada en obert es queden les escorrialles, les competicions d'accés gratuït per llei i els drets que han pogut allargar alguna temporada més (vegeu l'annex amb el repartiment dels drets per les properes tres temporades).

A l'espera de veure com s'acaba resolent –i per quin import– la venda del futbol espanyol, serveixin com a referència les xifres que publica un informe d'*IHS Technology* respecte a l'increment dels ingressos d'altres grans lligues: Al Regne Unit, la Premier League ha recaptat un 67% més, igual que Brasil, la Bundesliga alemanya el 52%, i fins i tot la francesa un 26%.

Davant d'aquesta inflació, les *telecos* rivals de Telefónica i les televisions privades han advertit del sobrepreu que s'ha pagat pel futbol. Però això està passant també a França amb el futbol i el rugbi, per la competència entre TF1, Canal+, velles i noves operadores de telecomunicacions (Vivendi, Orange i Altice) i amb Beln Sports, que va ser en aquest país on va engegar el procés d'entrada al món de l'esport televisiu. I passa també al Regne Unit (Sky i BT), a Itàlia i altres països. Per a acabar-ho d'adobar, les inversions de grups audiovisuals dels Estats Units a Europa no deixa d'augmentar, i en el terreny dels esports l'any 2015 ha vist com Discovery no només consolidava la seva majoria a Eurosport sinó que també aconseguia els drets de retransmissió dels jocs olímpics de 2018 a 2024 per a una gran majoria dels estats del vell continent. Les televisions públiques, principals tenedores d'aquests drets fins a l'actualitat, ja

s'han queixat per aquesta nova pedregada contra l'exercici del seu servei públic, però si res no canvia hauran de negociar amb la filial de Discovery la venda de la cobertura en obert prescriptiva.

Possible bombolla

La diferència que hi ha en la relació actual esports-televisió respecte a les batalles d'anys enrere entre operadors de pagament, operadors en obert i intermediaris dels drets -que sempre acabaven en pacte, malgrat tot- és que ara hi participen jugadors amb unes cartes diferents. I encara que els altres que s'han citat són molt importants, cal fixar-se sobretot en els operadors de telecomunicacions, que busquen integrar l'oferta televisiva en paquets de múltiples serveis i usen l'estratègia de preus d'accés a la televisió com a promoció per al conjunt i fer créixer la seva quota d'abonats. Aquest és el seu objectiu, i la proposta d'oferir esports en règim d'exclusiva i subordinat a la contractació d'altres serveis és perfectament coherent, sempre i quan el cost econòmic sigui proporcionat al rendiment (no només econòmic sinó també estratègic) que se'n pot treure, a curt i a mitjà termini. I aquesta situació explica que fins i tot prestadors de televisió de pagament tan arrelats com Sky o Canal Plus hagin vist com les *telecos* els arravaten uns rere els altres drets de competicions importants, i amb la presència de tots els nous aspirants esmentats es genera la inflació de preus a pagar, i potser la propera bombolla audiovisual.

Als Estats Units –sempre per davant en aquest tema- la inflació de costos s'ha traslladat als clients de la televisió de pagament, però en acabar 2015 fins i tot la totpoderosa ESPN (del grup Disney) va haver de reconèixer que està perdent subscriptors (92 milions a l'estiu de 2015, per 95 l'estiu anterior i 99 el de 2013), i els inversors pressionen tots els operadors (les grans *networks* i els canals temàtics) pel rendiment decreixent de la despesa en esports.

Increment dels costos dels drets de ESPN

	<u>Average annual value</u>			YEAR NEW DEAL TOOK EFFECT
	PREVIOUS DEAL	NEW DEAL	CHANGE (%)	
NFL	\$1.1 billion	\$1.9 billion	+\$800 million (+73%)	2014
NBA	\$575 million	\$1.4 billion	+\$825 million (+143%)	2016
MLB	\$296 million	\$700 million	+\$404 million (+136%)	2014
College Football Playoff	\$123.8 million	\$608.3 million	+\$484.5 million (+391%)	2014
SEC	\$150 million	\$300 million	+\$150 million (+100%)	2014
ACC	\$155 million	\$240 million	+\$85 million (+55%)	2013
Rose Bowl	\$37.5 million	\$80 million	+\$42.5 million (+113%)	2014
MLS	\$8 million	\$75 million	+\$67 million (+838%)	2015

Font: Sportbusinessdaily.com 26-10-2015: [The moves that forced ESPN's cuts](#)

A més, hi ha el convenciment generalitzat que l'augment del preu dels paquets de canals de televisió de pagament és una de les causes importants que contribueix al fenomen emergent del *cord-cutting* (descontractar la subscripció al cable o al satèl·lit). L'alternativa per als afeccionats als esports és la compra d'accessos per banda ampla a partits o a temporades senceres directament als organitzadors de les competicions. Així, per exemple, la lliga de beisbol (MLB) fa pagar 130 dòlars per temporada, però no ofereix tots els matx, i la NFL permet accedir als partits de futbol americà en diferit per 100 dòlars anuals. Pel seu costat, Tennis Channel permet accedir a tornejos per 90 dòlars per temporada, i altres serveis OTT de televisions o plataformes faciliten el visionat a través d'ordinadors o mòbils també de canals d'esports, molt millor de preu que a través dels paquets de televisió de pagament. I altres competicions i operadors d'abast internacional també ofereixen serveis de subscripció directe via internet, com els mundials de motos o el canal paneuropeu Eurosport.

MLB ja és el quart servei OTT per nombre de subscriptors als Estats Units i la NFL el vuitè (segons un estudi de Park Associates), la qual cosa indica el potencial d'aquesta alternativa. Això no obstant, de moment ESPN no pensa entrar a l'òrbita OTT i prefereix seguir en el sistema convencional de distribució, de la mateixa manera que ni Netflix ni Amazon tenen intenció d'entrar al terreny dels esports, però YouTube fa temps que de diverses maneres hi participa, als Estats Units i a la resta del món, com ara facilitant la cobertura de la Champions League per als abonats espanyols amb dificultats d'accés via Total Channel. Pel seu costat, Facebook està fent experiments, com amb la compra dels drets per a Espanya de la nova Fórmula-e de cotxes elèctrics, que cap operador va voler, i Yahoo va explorar a la tardor de 2015 amb un notable èxit la retransmissió mundial en directe d'un partit de la NFL jugat a Londres.

Tot plegat no ha fet sinó augmentar les tensions en un mercat, els dels esports a la televisió, fins fa molt pocs anys molt endreçat i que era tractor de la innovació comunicativa. Si avancem cap a un nou ordre, i si hi ha una bombolla o no, es veurà en poc temps.

El cas espanyol

En el cas espanyol, caldrà veure com responen els abonats a les propostes de Movistar, Orange i Vodafone quan caduquin les respectives ofertes de televisió a preus promocionals o gratuïta. Aquestes ofertes són –segurament- la causa directa de l'augment de la quota de pantalla de la televisió de pagament en un punt i mig en un any fins al 18,8%, segons les dades de 2015 de Kantar Media (recollides per Barlovento al seu informe anual) i també del brutal creixement del nombre de subscriptors a les plataformes de televisió de pagament els anys 2014 i 2015, fins a més de cinc milions en tancar l'any (dades de la CNMC), però cal advertir que el percentatge de llars abonades segueix molt per sota de la majoria dels països europeus. Quan el ciutadà hagi d'abonar la factura del paquet bàsic a preu real i afegir-hi el futbol, el bàsquet, la Fórmula 1 i les motos arribarà l'hora de la veritat per entendre el futur dels esports a la televisió de pagament espanyola: hi ha una bombolla que sobreestima el nombre d'usuaris interessats a pagar? Hi ha una bombolla dels preus dels drets que estan pagant les televisions, o realment es podran recuperar les inversions realitzades? S'arribarà a un estat de maduresa del mercat, alineat amb les pràctiques comunes en altres països, i seguirà creixent el nombre d'usuaris i la competència per proporcionar els continguts? De moment, no tots els lots en què s'han dividit els drets del futbol espanyol han trobat comprador als preus previstos per la Lliga, que implicaven un augment molt considerable, i ara caldrà veure com es comercialitzen.

Passi el que passi, el resultat de fet és que ara mateix l'esport de grans públics desapareix de les pantalles gratuïtes, gairebé del tot. Una primera repercussió és sobre l'imaginari col·lectiu, avesat als esports de caps de setmana i a seguir la *Champions League* entre setmana com un ritual, i que ha hagut d'assumir des de fa uns anys que una part cada cop més gran del futbol de més interès s'ha de pagar o anar a veure al bar. Caldrà esperar un temps, però, per veure si hi haurà la mateixa acceptació a pagar pels altres esports, i com afectarà a mig o llarg termini a la popularitat dels Márquez, Lorenzo, Alonso o la *bomba* Navarro i la dels altres esports que personalitzen. Poden repetir-se, potser, els casos d'ostracisme televisiu, com ha passat, per exemple, amb la desaparició –pràcticament- de l'atletisme de les pantalles.

Des d'una altra perspectiva, es pot defensar la bondat de la situació, per l'efecte que pot tenir en l'augment de la diversitat de la programació esportiva dels canals en obert, i especialment en el cas dels mitjans públics, si decideixen destinar-hi una part del pressupost que fins ara destinaven als esports de masses. L'interrogant cal posar-lo en si realment augmentaran les migrades dècimes de punt de quota de pantalla que assoleixen actualment les graelles dels canals especialitzats en obert, poblades amb esports o competicions minoritaris, i competint per l'atenció dels espectadors -escassíssima també- amb els canals temàtics d'esports que ocupen les posicions més altes de les guies de programació de les plataformes de pagament.

Ara bé, hi ha tot un altre terreny a explorar respecte a l'esport i el sistema televisiu en obert. En la mesura que els operadors públics i privats han de renunciar als gran esdeveniments per la inviabilitat d'amortitzar el cost dels drets amb la publicitat o la dotació pressupostària pública, i es queden amb apostes molt puntuals (seleccions, partits obligatòriament en obert), s'obre una

nova dimensió a la competència: la despesa en esports, que drenava de forma significativa els seus recursos, ja no pesarà com una llosa en les estratègies dels competidors, i l'ecosistema televisiu en obert pot trobar un nou estat d'equilibri sense les retransmissions, encara que el total de minuts de consum de televisió en obert sigui inferior al d'anys enrere, per la mossegada que farà la televisió de pagament. Durant anys Telecinco va ser líder en rendibilitat econòmica a Espanya sense programar esports, i ara es pot generar una situació en la qual els operadors apostin i arrisquin per la resta dels gèneres televisius.

Paral·lelament, o alternativament, els operadors públics i privats amenaçats pels nous entrants al sector podran mantenir una certa presència dels esports per la via de compartir drets d'algunes competicions amb uns costos més assequibles. Amb una notable retallada del pressupost destinat a retransmissions esportives (fins al 2011 superiors al 40 milions anuals), així ho ha fet TVC amb Antena 3 pel futbol i la Fórmula 1 i amb Canal+ per al bàsquet europeu, i Telecinco i Antena 3 amb Movistar les darreres temporades amb les competicions de motor. De la mateixa manera ho farà France Télévisions amb un Canal Plus desposseït d'alguns dels seus tresors esportius per la nova competència, i també ho ha vingut fent la BBC amb Sky per la Fórmula 1 durant els darrers anys, però en acabar 2015 es va anunciar una "bomba": la BBC, obligada a retallar pressupostos, cancel·la el contracte per a la retransmissió en obert... que passa a mans de Channel Four, operador públic que es finança amb publicitat i que té l'amenaça de privatització al damunt.

Per entendre aquesta insistència en el manteniment de l'esport a la graella dels prestadors de televisió, més enllà de les consideracions sobre la idoneïtat de la decisió en termes editorials (sobretot per als mitjans públics) cal tenir en compte el rendiment en termes d'audiència que aporta, com es pot veure a les taules següents, referides a Espanya.

Aportació dels esports al temps total de programació, en percentatge (ATP)

	1996	2000	2004	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
ATP (%)										
TVE 1	4,1	6,5	5,0	5,7	3,0	3,5	4,0	6,0	2,3	2,4
TVE 2	16,1	17,5	19,4	24,0	18,3	13,4	0,1	0,3	0,0	0,0
Antena 3	2,0	0,1	0,1	0,7	0,3	0,0	0,0	2,2	2,2	2,1
Telecinco	0,7	0,7	1,0	2,2	0,9	0,9	0,1	3,2	2,8	1,8
Cuatro (C+1)	19,8	18,8	11,0	5,4	3,6	2,1	2,0	2,4	3,3	2,8
La Sexta				5,8	8,5	8,4	6,5	2,3	2,6	6,1
TV3	4,6	3,5	5,3	3,2	5,9	7,6	6,8	4,8	3,9	3,5
C33	14,2	12,1	8,2	12,3	12,7	15,2	1,9	0,0	0,0	0,0

Aportació dels esports a la quota de pantalla, en percentatge (AQP)

	1996	2000	2004	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
AQP (%)										
TVE 1	7,8	11,0	7,1	6,2	5,6	5,6	7,6	10,5	6,4	7,7
TVE 2	25,7	26,5	25,4	26,9	19,0	8,8	0,1	0,5	0,0	0,0
Antena 3	3,8	2,0	0,3	2,3	1,4	0,0	0,0	4,1	3,7	3,5
Telecinco	0,3	0,1	1,3	3,6	2,3	4,4	0,4	6,5	5,6	4,9
Cuatro (C+1)	32,8	29,1	27,5	10,6	1,7	4,2	2,8	4,4	6,5	7,5
La Sexta				14,9	23,9	22,8	22,1	6,8	3,5	5,8
TV3	13,7	8,7	9,6	6,2	10,6	11,6	12,6	9,1	7,4	5,8
C33	22,6	22,6	14,5	16,6	20,3	31,4	5,0	0,0	0,0	0,0

Evolució del rendiment de la programació d'esports (AQP/ATP)

	1996	2000	2004	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
AQP/ATP										
TVE 1	1,9	1,7	1,4	1,1	1,9	1,6	1,9	1,8	2,8	3,2
TVE 2	1,6	1,5	1,3	1,1	1,0	0,7	1,0	1,7	0,0	0,0
Antena 3	1,9	20,0	3,0	3,3	4,7	0,0	0,0	1,9	1,7	1,7
Telecinco	0,4	0,1	1,3	1,6	2,6	4,9	4,0	2,0	2,0	2,7
Cuatro (C+1)	1,7	1,5	2,5	2,0	0,5	2,0	1,4	1,8	2,0	2,7
La Sexta				2,6	2,8	2,7	3,4	3,0	1,3	1,0
TV3	3,0	2,5	1,8	1,9	1,8	1,5	1,9	1,9	1,9	1,7
C33	1,6	1,9	1,8	1,3	1,6	2,1	2,6	0,0	0,0	0,0

1 Les dades fins a 2006 corresponen a Canal +

Font: Elaboració pròpia sobre dades de Kantar Media (Sofres) publicades al seu anuari d'audiències, a EGEDA: *Panorama audiovisual i Anuario Sgae*.

Tots els operadors de televisió en obert han anat modificant la seva estratègia respecte a la presència dels esports a les seves graelles, i sobretot els públics, que han desistit d'incloure'ls en les segones cadenes (per a relegar-lo a la temàtica d'esports, amb unes quotes d'audiència al voltant de l'1% del total de Catalunya o d'Espanya) i concentren en la generalista principal els esdeveniment de més rendiment en la *ratio* quota/temps de programació. La xifra és superior a TVE1, ja que la seva oferta es limita pràcticament al futbol de la Lliga de Campions, mentre TV3 inclou també la Fórmula 1. Per la seva banda, els operadors privats han reconstruït la seva estratègia pel que fa a l'esport però han pogut mantenir també pràcticament sempre un rendiment positiu (superior a 1 en la tercera taula).

Malgrat tot, aquestes xifres positives no ho són tant si es pren en consideració el preu pagat per a obtenir els drets de retransmissió i el rendiment d'audiència. Les quantitats pagades a l'actualitat permeten recordar èpoques pretèrites de la televisió privada, quan Telecinco aconseguia ser la televisió amb més beneficis malgrat no liderar els rànquings d'audiències en no tenir futbol. Per això, tot i que en l'equació cal afegir els beneficis extra que aporta la programació d'esports en la merma de rendiment de la programació de la competència, és del tot pertinent plantejar si no estem en plena bombolla dels drets esportius, per a la televisió en obert, però també per a la televisió de pagament.

Annex. Repartiment del futbol espanyol per a les properes temporades

La Lliga Espanyola de Futbol va dividir els drets en 10 lots, seguint les recomanacions de l'autoritat de la competència (CNMC). Els lots principals se'ls van adjudicar Telefónica i Mediapro, mentre que Vodafone i Orange es van quedar els drets de comunicació en bars i espais públics d'hosteleria. El partit en obert de cada jornada de lliga ha quedat desert, davant el desinterès de tots els operadors als preus que fixava l'organisme dels clubs, i també les finestres secundàries de l'explotació de pagament, en plataformes o internet.

Repartiment dels drets del futbol espanyol (per a les tres properes temporades)

Lot	Contingut	Adjudicatari	Preu
En obert			
1	Un <u>partit</u> de primera <u>divisió</u> cada jornada en exclusiva, en <u>segona selecció</u>	<u>Pendent</u>	
2	Un <u>partit</u> de cada ronda de la <u>Copa del Rei</u> , en <u>segona selecció</u> , i les <u>semifinals</u> en primera <u>selecció</u>	<u>Pendent</u>	
3	<u>Resums en obert</u> (l' <u>exclusivitat</u> depèn de l' <u>adjudicatari</u> del <u>lot 5</u>)	<u>Pendent</u>	
4	<u>Sis partits</u> de <u>segona divisió</u> en obert, en <u>segona selecció</u>	<u>Pendent</u>	
5	Un <u>partit</u> de primera i un de <u>segona Divisió</u> , en exclusiva i primera <u>selecció</u> , en TDT o <u>plataformes de pagament</u>	Telefónica	250 <u>milions</u> / temporada
De pagament			
6	Canal <u>Lliga TV</u> o <u>equivalent</u> : <u>vuit partits</u> de primera cada jornada, en <u>tercera selecció</u> , i tota la <u>Copa del Rei</u> en <u>pagament</u> , <u>except semifinals</u> i final	<u>Mediapro</u>	633 <u>milions</u> / temporada
7	Canal <u>Lliga TV2</u> o <u>equivalent</u> : <u>deu partits</u> de <u>segona</u> , en <u>segona selecció</u>	<u>No adjudicats</u>	
8	Canal <u>Lliga TV3</u> , en exclusiva per a <u>plataformes de pagament</u> adreçades a <u>establiments públics</u> , <u>amb partits</u> de primera, <u>segona</u> i <u>Copa del Rei</u>	Orange+ Vodafone	100 <u>milions</u> / temporada
9	<u>Partits a la demanda</u> , en exclusiva	<u>No adjudicats</u>	
10	<u>Resums de 90 segons</u> de cada <u>partit</u> , <u>amb capacitat</u> per a <u>sublllicenciar</u>	<u>No adjudicats</u>	

Actualització 13-1-2016:

Mediapro i Telefónica arriben a un acord. Movistar tindrà pràcticament tot el futbol

El dimarts 12 de gener, Mediapro i Telefónica van arribar a un acord pel qual els canals de Mediapro-Beln que incloguin els partits dels quals te els drets Mediapro s'explotaran en exclusiva a la plataforma Movistar+ de l'operador de telecomunicacions, en ser la millor oferta rebuda per l'empresa catalana. D'aquesta manera Telefónica tindrà l'exclusiva de tota la competició, excepte els partits en obert (per llei, pels quals no hi ha ofertes a la Lliga de futbol i els resums), i els drets per a establiments públics. Al mateix temps, s'acaba el conflicte pels drets de la *Champions League*, ja que ambdues corporacions han acordat que la competició sigui accessible des de Movistar+ (també són a Orange i Vodafone). Mediapro, però, es reserva la distribució per mitjà de recursos d'internet, segons les primeres informacions. El cost de l'acord global assoleix la xifra de 2.400 milions d'euros que l'operadora de telecomunicacions pagarà pels propers tres anys.