

El mercat de l'alta definició en l'àrea d'influència de la zona metropolitana de Barcelona



Presentació de l'estudi



1. **Introducció**
2. **Factors clau per la introducció de la HDTV a Espanya i Catalunya**
3. **Pla d'acció pel l'àrea metropolitana**



INTRODUCCIÓ

- **Data de l'estudi**
- **Resum general**
- **Qualitat**
- **TDT vs. HD**
- **Paradoxa de oferta continguts i terminals receptors**

FACTORS CLAU PER LA INTRODUCCIÓ DE LA HDTV A ESPANYA I CATALUNYA (I)

- 1.- La data de la desconnexió analògica prevista per al 2010
- 2.- El desenvolupament del parc de televisors compatibles HD
- 3.- El nivell d'introducció de les diferents plataformes de televisió de pagament
- 4.- Ritme de desplegament de la HDTV a nivell internacional (impacte sobre l'evolució dels preus dels equips de producció, de difusió i de recepció així com de en la oferta disponible HD:
 - a) Els **'arrendadors'** aprofitaran un context internacional dinàmic i es beneficiaran de la baixada del preu dels materials, gràcies a la possibilitat d'amortitzar en aquests diferents mercats (a Europa almenys) les inversions realitzades.
 - b) Els prestataris de **postproducció**

FACTORS CLAU PER LA INTRODUCCIÓ DE LA HDTV A ESPANYA I CATALUNYA (II)

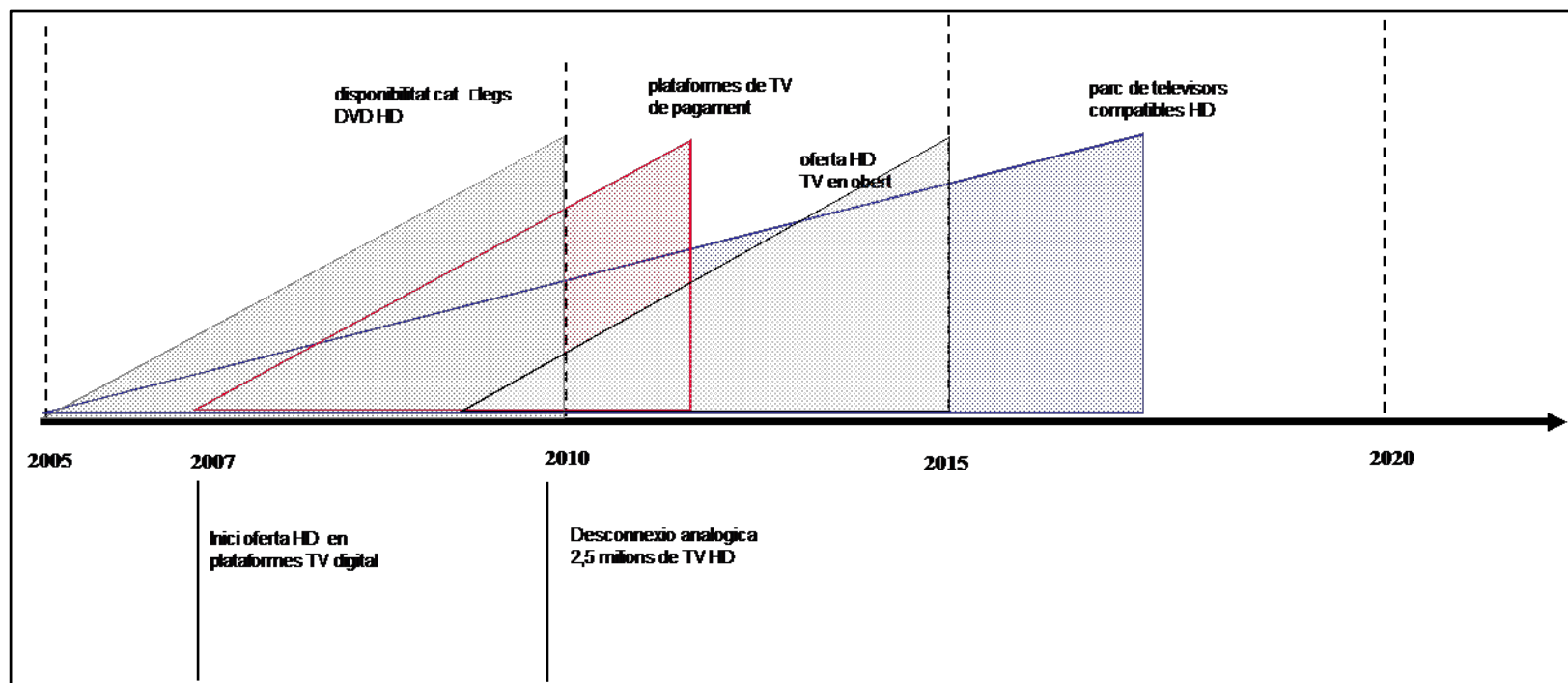
- c) Els **productors a desenvolupar la producció HD per tal de millorar les sortides i el valor a l'exportació del seu catàleg**, com a mínim en els gèneres de programes (documental, ficció...) més adaptats i dels temes que s'hi presten.
- d) Els **editors de cadenes terrestres nacionals** estan relativament protegits de la competència estrangera per la raresa de l'òrgan de difusió i pels seus mecanismes d'adjudicació. El context internacional intervindrà, tanmateix, de manera molt sensible sobre:
- El desenvolupament de la seva oferta HD, a través del desenvolupament del mercat dels programes HD (cost i atractiu dels programes disponibles).
 - L'evolució del cost dels equipaments (eina de producció HD interna)
 - L'evolució del preu dels descodificadors i altres equips de recepció HD (influint sobre el nivell de penetració a les llars).
 - El llançament d'ofertes per part de grups estrangers, com el grup Disney que ha negociat amb Digital + els terminis de llançament de la seva oferta HD
- e) Els **industrials de l'EGP** (Electrònica Gran Públic), els mercats dels quals són internacionals, el desplegament de la HDTV determina directament els volums de producció i, per tant, els preus dels equips HD (pantalles, descodificadors...).

FACTORS CLAU PER LA INTRODUCCIÓ DE LA HDTV A ESPANYA I CATALUNYA (III)

5.- Ofertes comercials proposades: quantitat, naturalesa i origen dels continguts integrats, gratuït / de pagament:

- c) **Cinema:** la concordança entre el desenvolupament de la HDTV i l'arribada dels HD DVD facilitarà l'emergència del cinema com a primer gènere difós en HD.
- d) **Esport:** els grans esdeveniments esportius tals com el Mundial de futbol de 2006 a Alemanya i els Jocs Olímpics de Pequín va ser i seran objecte d'una doble difusió en HD i en SD.
- e) **Documentals i ficcions:** els productors espanyols estan encara sovint en fase d'estudi de les oportunitats ofertes per el HD en relació amb els programes de fort potencial internacional i/o valor patrimonial, certs actors estrangers han iniciat programes de producció a gran escala que constitueixen possibles fonts de proveïment.
- f) **Cadenes HD internacionals:** les cadenes actualment disponibles tals com Discovery HD, HD1 i la HD2 es podrien difondre ràpidament a Espanya i concentrarien les ofertes en els programes d'estocs i la captació d'esdeveniments (competicions esportives, espectacle en directe...).
- g) El **gènere menys disponible en HD serà la informació** (telenotícies i emissió de reportatge). La producció d'aquest tipus de continguts depèn de la inversió en equips HD per part dels productors per tal de substituir els actuals dispositius de rodatge i d'homogeneïtzar les fonts d'imatge (agències, altres cadenes de TV, etc

FACTORS CLAU PER LA INTRODUCCIÓ DE LA HDTV A ESPANYA I CATALUNYA (IV)



ÀREA METROPOLITÀ DE BARCELONA: PLA D'ACCIÓ PROPOSAT

Objectius :

1. **Facilitar l'accés als consumidors catalans/barcelonins a productes HD**, facilitant la excel·lència i capacitats d'aquests nous formats.
2. **Mantenir l'esforç d'ajut a la indústria audiovisual catalana**, establint mesures que han de garantir el seu posicionament competitiu i per tant millorant les seves capacitats de creixement en el mercat nacional i internacional.
3. **Establir mesures que permetin l'accés i difusió del nostre patrimoni artístic, cultural i històric en base a aquests nous formats audiovisuals** que estan cridats a ser els formats del futur.

ÀREA METROPOLITÀ DE BARCELONA: PLA D'ACCIÓ PROPOSAT

Línees actuació:

1. **Accés als consumidors catalans/barcelonins a productes HD**
2. **Posicionar la indústria audiovisual catalana en els nous formats HD.**
3. **Accés i difusió del nostre patrimoni**

ÀREA METROPOLITÀ DE BARCELONA: PLA D'ACCIÓ PROPOSAT

1. Accés als consumidors catalans/barcelonins a productes HD

A) Disponibilitat dels equips terminals adequats

Sembla que la tendència és en aquest sentit favorable i no s'aprecien barreres importants. El ritme de reposició dels equips de TV per equips compatibles HD és sostinguts (d'acord amb l'evolució dels nostres mercats de referència).

Per altra banda sembla que hi ha una proposició de valor associada als nous terminals que els fan atractius per ells mateixos: tamany, raons estètiques, etc.

Imminent aparició d'una oferta de productes HD a curt termini en forma de produccions format Blue Ray.

- Posar en marxa una **campanya de sensibilització i promoció** de la HDTV
- Posada en marxa **Barcelona HD Showroom**.
- Establir una '**regulació**' **adequada** perquè el set-top-box TDT en les llars, pugui equipar conjuntament un receptor HD.
- **Pla 'renove' de receptors**. Programa d'incentius per l'actualització del parc de receptors a les llars.

ÀREA METROPOLITÀ DE BARCELONA: PLA D'ACCIÓ PROPOSAT

1. Accés als consumidors catalans/barcelonins a productes HD

B) Disponibilitat de continguts HD per TV

Aquest serà un **procés gradual** però sembla també que previsible.

Obsolescència del suport **propri del film passa per un escaneig dels continguts**, especialment pel que fa als continguts intemporals (patrimonials).

S'endevina un procés per fases:

Les TV de pagament, amb una proposició de valor més propera a la segmentació i a la qualitat, i amb un plantejament de negoci centrat en el consum de tv de pagament introduiran a **curt termini productes HD** (està ja anunciat en el cas de Digital +, TDT pagament MP, proves de TV3, etc.).

L'arribada massiva d'aquest tipus de continguts requeriria la participació de les cadenes en obert (principalment de caràcter nacional) i dependrà de la total implantació dels serveis TDT i de la corresponent estratègia comercial a adoptar per aquests agents.

ÀREA METROPOLITÀ DE BARCELONA: PLA D'ACCIÓ PROPOSAT

1. Accés als consumidors catalans/barcelonins a productes HD

C) Cinema digital

En l'àmbit cinematogràfic articular un pla d'àmbit nacional per a portar a terme el procés de digitalització de tota la cadena de valor, des de la producció de pel·lícules fins a l'exhibició de les mateixes.

El procés de digitalització del cinema té moltes implicacions i representa, en si mateix, una 'revolució' per a la indústria cinematogràfica. A diferència d'altres països Catalunya no ha plantejat un pla específic per abordar els canvis.

A escala europea existeix una forta preocupació en aquest àmbit derivada del lideratge absolut que està jugant la indústria nord-americana. En aquest sentit s'estan definint models i estàndards que poden condicionar i modificar substancialment el fràgil equilibri de la indústria audiovisual europea.

- Promoure un **pla estratègic pel cinema digital** en l'àmbit de Catalunya
- En producció i postproducció: **donant suport a produccions rodades en HD** i fomentant la producció de continguts alternatius en HD.
- Suport projectes de **programació alternativa** ja sigui en sales múltiplex com en petites sales alternatives com espais a l'aire lliure.
- En distribució i exhibició: **donant suport les instal·lació de projectors i xarxes/ tecnologies de distribució en auditoris, cinemes, estudis, etc**

ÀREA METROPOLITÀ DE BARCELONA: PLA D'ACCIÓ PROPOSAT

2. Posicionar la indústria audiovisual en els nous formats HD

A) Facilitar l'accés a formació i equipaments en aquest tipus de tecnologia

- **Centre d'excel·lència Barcelona HD** (centre de recursos compartits)
- El centre, en col·laboració amb les diferents entitats docents especialitzades en el sector, serà també **un centre de formació en tecnologies HD**.
- Un programa **d'ajuts a les inversions realitzades** en equipament i infraestructures.
- Donar a conèixer les capacitats HD de Barcelona: **Creació de la marca Barcelona HD**.

B) Dinamitzar la funció de demanda de serveis HD a nivell local (crític):

- **Promoure una programació HD estable** en les principals ens de TV que emeten des de Catalunya
- **Promoure una programació HD a la CCRTV**.
- **Promoure les produccions HD** entre les principals productores catalanes.
- **Promoure projectes pioners**. Especialment en els àmbits científics, documentals i expositiu

ÀREA METROPOLITÀ DE BARCELONA: PLA D'ACCIÓ PROPOSAT

3. Accés i difusió de continguts relacionats amb el nostre patrimoni

- Comunicació de la iniciativa als diferents agents
- Programa "Patrimoni HD".
- Programa "Arxiu HD".