

El nou perfil de consumidor musical a l'Anuari 2016

L'Anuari de la Música 2016 presenta els indicadors de la indústria de la música en viu

Grup Enderrock i ARC han presentat aquest dimarts 12 de juliol l'Anuari de la Música 2016, amb els indicadors anuals de la indústria musical catalana, entre els quals l'enquesta de consum musical assenyala un canvi d'hàbits amb un rerefrendament d'assistència a concerts i una recessió del model de festivals. A continuació es poden consultar les principals dades desglossades per hàbits:

Consum musical a Catalunya:

Després d'anys de crisi i estancament, la indústria musical catalana ha entrat en una fase de recuperació. La conjuntura, però, pot haver canviat els usos i costums: es detecta un canvi d'hàbits amb un rerefrendament d'assistència a concerts i una recessió del model de festivals, mentre que la música en català es reforça en directe.

Un 47,8% dels catalans ha assistit a concerts el 2015, segons l'Enquesta de Consum Cultural de la Generalitat de Catalunya. Això suposa un augment de 14 punts respecte a les dades de l'any anterior (33,8%), que ja apuntaven certa recuperació després d'anys complexos en què la música en viu sovint s'havia situat per sota del 30% de la població.

Per contra, la xifra de catalans que han assistit a un festival baixa del 16,7 al 13,8%, gairebé tres punts menys. Segons l'enquesta, el fet que se celebri un festival només és considerat com un factor per incentivar l'assistència a un concert per part d'un 11,1% dels ciutadans. L'atractiu dels festivals queda restringit als joves (1 de cada 4 catalans d'entre 14 i 34 anys diu que ha anat a un festival), i per gèneres, un 16% són homes i un 12% dones.

L'assistència a concerts està molt relacionada amb l'edat. Un 36,6% dels enquestats d'entre 14 i 34 anys afirmen que han assistit a entre 3 i 12 concerts durant el 2015. En canvi el percentatge es redueix a l'11,8% entre els majors de 65 anys. De fet, un 68,9% dels enquestats d'aquesta franja d'edat afirma que no ha assistit a cap concert.

L'assistència a un concert de música en català ha augmentat 10 punts, del 33,9 al 42,7%, la xifra més alta de la sèrie històrica des del 2009. Si es compara amb la dada de fa sis anys, el públic a concerts en català s'ha més que doblat i ja supera el de la música en anglès (41,1%). En canvi, en l'escolta de música, bàsicament a la ràdio, el domini és del castellà (67,3%) i l'anglès (61,9%), per sobre del català (39,5%), amb un creixement d'1,6 punts.

Indústria del directe - Música en viu (ARC):

La indústria de la música en directe repunta gràcies a quatre indicadors en verd, passat el període del 2010 al 2014, en què es va reduir una tercera part del negoci, i també en públic i concerts:

-El sector factura en positiu per segon any consecutiu, amb una lleugera recuperació en la facturació (augment del 10%, fins a 67,5 milions d'euros).

-La xifra de concerts també creix un 8,2% (prop de 13.000).

-Els espectadors augmenten un 7%, fins a 8,3 milions.

-La xifra de treballadors fixos també s'incrementa, un 10,7%.

Indústria del directe - drets d'autor (SGAE):

Els ingressos per drets d'autor a Catalunya també creix, un 7,5%, tot i que al conjunt dels Països Catalans (que representa un 32% del mercat estatal) la xifra s'estanca en un -1%. Al País Valencià baixa el 15,4% i a les Illes Balears augmenta un 2,4%. Al conjunt estatal creix un 0,9%.

Al capítol d'ingressos generats per drets d'autor als concerts del 2015 s'observa que a Catalunya han estat del 2,2%, i que la incidència major és en música popular (6,8%), tot i que baixa en orquestres de ball (-10%) i clàssica (-22%).

Els artistes que han generat més drets d'autor són **U2** (Catalunya), **Marc Anthony** (País Valencià) i **Alejandro Sanz** (Illes Balears). I per festivals, el Sónar (Catalunya), el Rototom Susplash (País Valencià) i el Festival Nits de Tanit (Illes Balears).

Indústria del directe - festivals:

Resistència i frenada dels grans festivals. El volum de públic i facturació ja no creix en el mapa de festivals de pop-rock; la xifra d'espectadors a Catalunya se situa en un estable 0,1%, i només en el marc dels Països Catalans assoleix un 1% de creixement.

Segons les dades dels quaranta principals festivals, tan sols les grans marques (Arenal, Rototom, Primavera Sound, Electrobeach, Sónar i FIB), de més de 100.000 espectadors, han registrat les millors dades, amb un 2% de creixement. Els festivals mitjans s'estanquen i perden públic. Els privats tenen més bons resultats (3,8%) que els públics (-6,5%).

Indústria del directe - sales:

Futur incert per a les sales catalanes, que aporten dades negatives per cinquè any consecutiu, tot i la diversificació de l'oferta i l'optimització de la programació. La pèrdua d'espectadors ha estat de l'11,4%, dada a la baixa des del 2010, que afecta especialment les sales de Barcelona.

Per contra, hi ha una primera dada positiva, que és l'aposta per la programació. Per primera vegada en quatre anys s'ha registrat una dada positiva, amb un augment del 12,3% de concerts, també especialment a la capital catalana.

S'ha realitzat prop de 4.000 concerts amb 1 milió d'espectadors en un rànquing liderat per Razzmataz, Luz de Gas i Apolo.

Indústria del directe - circuits i auditoris:

Els circuits musicals i els equipaments públics catalans guanyen públic i concerts, gràcies a l'optimització de les programacions i l'augment de la sintonia amb el sector:

12% més d'espectadors i 14% més de concerts als circuits, en la línia ascendent dels darrers dos anys (ODA i GPS).

17,6% més d'espectadors i 1,1% més de concerts als teatres i auditoris, per segon any consecutiu, gràcies a la intervenció de la inversió pública.

Indústria discogràfica:

La indústria discogràfica catalana cau a un nou mínim històric: perd un 15,6% de facturació i assoleix tan sols 8,6 milions d'euros (en comparació amb els 160 milions del mercat estatal): representa poc més del 5%. El negoci discogràfic ha davallat a Catalunya un 70% en l'última dècada.

La venda de discos ha caigut un 20%, i el sector segueix sense aconseguir resultats positius amb el format digital amb una rebaixa del 6,4%. Amb tot el pes específic del mercat digital a Catalunya guanya un mínim 3% (32,4% respecte a 67,6%).

Contràriament, el mercat estatal -que es beneficia de l'acció de les multinacionals: Warner, Sony i Universal, 85%- ha tancat per segon any amb resultats positius: 7%. A més, la facturació digital ha augmentat un 26%, i pràcticament assoleix el mateix nivell que el físic (49% respecte a 51%).

En la distribució del producte físic, que es visualitza necessària per a l'existència i resistència de la producció musical pròpia, hi ha almenys 140 petits segells catalans distribuïts per mitja dotzena de companyies. La facturació suposa 8,5 milions d'euros.

Indústria discogràfica - top vendes:

La llista d'èxits catalans aconsegueix bons resultats, tot i reduir la producció fonogràfica en català un 5%, amb 793 referències. Per estils, rècord històric del jazz, mentre que baixen la clàssica, el folk, la cançó i la música infantil.

El rànquing de top vendes català ha situat el 2015 un total de 14 discos catalans amb més de 10.000 còpies venudes, un 60% més que l'any anterior, dels quals 8 són en català. La llista com cada any està liderada pel *Disc de la Marató* (200.000 còpies) i per produccions de TV3 (*Super3*, *Oh Happy Day*).

Per artistes, els catalans més venedors del 2015 han estat **Estopa** (40.000), **Serrat** (40.000) i **Antonio Orozco** (20.000), i en la música en català encapçala la llista **Serrat**, seguit d'**Els Catarres**, **Sopa de Cabra**, **Blaumut** i **Adrià Puntí**.

Indústria discogràfica - per estils:

-Pop-rock (378 produccions) Perd un 1% de la producció discogràfica. Es mantenen les edicions, tot i la rebaixa global del 5% en català. Augmenta l'edició de *singles* i LP de vinil.

-Jazz (144 produccions) Xifra rècord de gravacions, augment del 26,3% gràcies a la proliferació de músics, sales i segells. En directe es manté el públic, amb un 2,8% de creixement, amb bons resultats als festivals de Barcelona, Vijazz, L'Hora del Jazz, Jazzèbre, Granollers i Peníscola.

-Orquestres Creix un 2,6% el nombre de bolos contractats el 2015 (són referencials la **Selvatana** i la **Bisbal**, i hi ha un creixement considerable de **Montgrins** i **Nova Saturno**), mentre que en els grups de versions també creixen un 5,9% les contractacions, per tercer any consecutiu, amb el lideratge de nou d'**Hotel Cochambre** i **La Montecarlo**.

-Cançó d'autor (134 produccions) Perd un 20% d'edició discogràfica, però augmenta un 8,9% de públic als principals festivals de cançó, gràcies als bons resultats de l'Acústica de Figueres i l'Altaveu de Sant Boi, així com a la creació de nous certamens (Born de Cançons i EnciSAT, a Barcelona).

-Folk (60 produccions) Nova davallada del 13% de les edicions discogràfiques. Als festivals continua la caiguda de públic, d'un 4,3%, i només destaca l'augment de públic al FIMPT (253%).

-Clàssica (49 produccions) Retrocés del 7,5% respecte a l'any anterior. Els principals festivals de clàssica indiquen també una reculada del 4%, que se suma a la caiguda de drets d'autor de la música clàssica arreu dels Països Catalans.

-Públic familiar (17 referències) Registra la caiguda més gran dels últims anys, amb un 58,5%, dada preocupant que suposa una crisi de producció. També es detecta una baixada del 6,3% del públic als festivals per a públic familiar. Tot i això, el global del sector gaudeix de bona salut, amb gairebé 60.000 espectadors a les 13 principals cites i la creació de molts nous certamens arreu del país (Girona, Benicàssim, Tàrraga).

A més, l'*Anuari* incorpora els 12 reptes i principals reivindicacions que planteja el sector musical

per al Pla Integral de la Música que la Generalitat de Catalunya ha de desenvolupar aquest any. Els podeu llegir aquí.

La quinzena edició de l'*Anuari*, una referència anual que es publica des del 2002, va adreçada tant al públic en general com a professionals de la indústria musical i a les institucions vinculades a l'àmbit cultural, i és l'única d'àmbit nacional d'aquestes característiques. Enguany ha inclòs apartats dedicats a Catalunya, el País Valencià i les Illes Balears, amb entrevistes als tres consellers de Cultura dels tres territoris, en les quals defensen treballar per enfortir el marc cultural i de llengua.