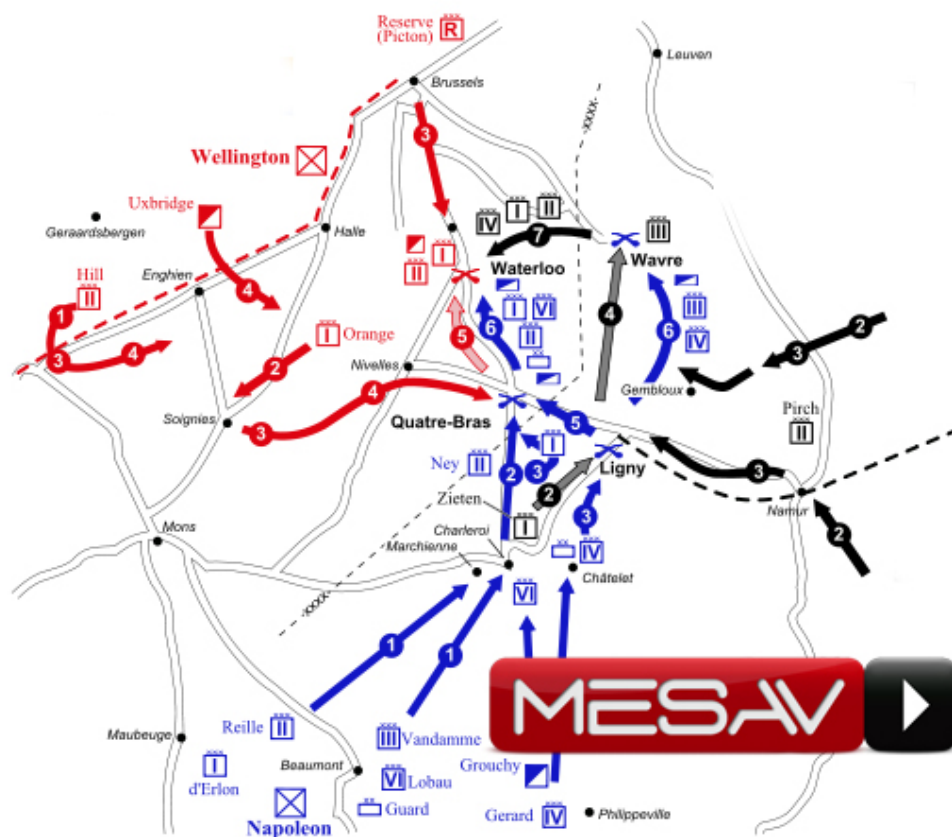


# PLA ESTRATÈGIC DEL SECTOR AUDIOVISUAL VALENCIÀ



**MESAV**  
Mesa Sectorial de l'Audiovisual Valencià  
Març de 2016

*“L'activitat cinematogràfica i audiovisual conforma un sector estratègic de la nostra cultura i de la nostra economia. Com a manifestació artística i expressió creativa, és un element bàsic de l'entitat cultural d'un país. La seua contribució a l'avanç tecnològic, al desenvolupament econòmic i a la creació d'ocupació, són elements suficients perquè l'Estat establisca les mesures necessàries per al seu foment...”*

Paràgraf inicial de la Llei 55/2007 del Cinema.

El present informe està basat en un estudi elaborat per Empreses Audiovisuales Valencianes Federades (EAVF) amb les aportacions de les diferents associacions que componen la Mesa Sectorial de l'Audiovisual Valencià (MESAV), i és el fruit de múltiples reunions amb tots els col·lectius que integren la indústria audiovisual valenciana.

L'audiovisual ha sigut i serà sempre un sector molt complex. En ell conflueixen tot tipus de sensibilitats i interessos, a voltes coincidents i altres vegades contraposats, però sempre lligats a la il·lusió per explicar històries en imatges, per compartir la passió que ens uneix. Aquest profund amor per la nostra professió i per les gents que ho fan possible és el motiu pel qual ens hem atrevit a realitzar el present informe.

Un informe que pretén ser una radiografia dels problemes i necessitats d'aquests diferents sectors. I ací és on es troba el seu valor principal, la seua fortalesa i la seua principal virtut, la d'intentar expressar el sentir de tots els que vivim en aquest món canviant, complex, apassionant i fràgil del nostre audiovisual, aportant un enfocament constructiu que afavorisca el seu desenvolupament.

# ÍNDEX

<b>1 L'ENTORN CINEMATogràFIC: RADIOGRAFIA DE LA SITUACIÓ</b> .....	5
1.1 PRODUCCIÓ CINEMATogràFICA .....	5
1.2 QUOTA DE MERCAT NACIONAL .....	5
1.3 PRESÈNCIA DE LA DONA EN EL MERCAT AUDIOVISUAL NACIONAL I INTERNACIONAL.....	5
1.4 AJUDES DIRECTES A EUROPA .....	7
1.5 INCENTIVS FISCALS A EUROPA.....	7
1.6 INCENTIVS FISCALS EN AMÈRICA .....	10
1.7 L'IVA EN EUROPA.....	10
1.8 MERCAT CINEMATogràFIC A ESPANYA .....	11
1.9 AJUDES DIRECTES A ESPANYA .....	14
1.10 AJUDES DIRECTES A LA COMUNITAT VALENCIANA.....	17
<b>2 OBJECTIUS DEL SECTOR AUDIOVISUAL VALENCIÀ</b> .....	18
2.1 OBJECTIUS GENERALS DEL SECTOR AUDIOVISUAL VALENCIÀ .....	18
2.1.1 Necessitat del suport institucional.....	18
2.1.2 Millora de les fonts de finançament .....	18
2.1.3 Imprescindible col·laboració amb les televisions públiques i privades.....	19
2.1.4 Urgència d'una major promoció .....	19
2.1.5 Valoració del paper que juga la distribució independent .....	20
2.1.6 Importància de les sales de cinema per a la comercialització de les pel·lícules .....	20
2.1.7 Mantenir el prestigi de les nostres empreses de serveis i indústries tècniques.....	20
2.1.8 Confiança en les noves plataformes legals en línia.....	21
2.1.9 Impulsar la coordinació entre les polítiques de l'estat i de les comunitats autònomes en el terreny audiovisual.....	21
2.1.10 Reforçament de la dimensió internacional de l'audiovisual valencià .....	22
2.1.11 Introducció de l'educació audiovisual en el sistema d'ensenyament.....	22
2.1.12 Creació d'estructures educatives específiques de cinema .....	23
2.2 OBJECTIUS PARTICULARS A LA COMUNITAT VALENCIANA.....	23
<b>3. INCENTIVS DE LA GENERALITAT VALENCIANA AL SECTOR AUDIOVISUAL</b> .....	25
3.1 AJUDES DIRECTES .....	25
3.2 DESGRAVAMENTS FISCALS.....	26
3.2.1 Principis generals.....	26
3.2.2 Incentiv fiscal a Espanya .....	27
3.2.3 Repercussió econòmica per a l'Estat.....	28

3.2.4 Deduccions fiscals a Canàries .....	28
3.2.5 Deduccions fiscals al País Basc i Navarra.....	29
3.2.6 Possibles solucions per a implantar a la Comunitat Valenciana .....	30
3.3 INCENTIVS PER A RODATGES NACIONALS I ESTRANGERS .....	30
3.3.1 Promoció de la Comunitat Valenciana com a escenari de rodatges. Activació de la Film Commission i Film Office .....	31
<b>4. APERTURA DE LA NOVA RTV. CONTRACTACIÓ DE CONTINGUTS .....</b>	<b>39</b>
4.1 APERTURA DE LA RTV PÚBLICA.....	39
4.2 COMPLIMENT I CONTROL DE LA INVERSIÓ DEL 6% SEGONS LA LGCA.....	41
<b>5. TVE I CONVENIS AMB ALTRES TV PÚBLIQUES .....</b>	<b>44</b>
5.1 NEGOCIACIONS AMB TVE. TERRITORIALITZACIÓ DE LA INVERSIÓ .....	45
5.2 ACORDS DE COPRODUCCIÓ AMB TELEVISIONS AUTONÒMIQUES .....	48
<b>6. MARC LEGAL .....</b>	<b>49</b>
<b>7. CONCLUSIONS.....</b>	<b>50</b>
<b>8. CRÈDITS.....</b>	<b>52</b>
<b>9. SIGNATURES.....</b>	<b>53</b>

# 1 L'ENTORN CINEMATogrÀFIC: RADIOGRAFIA DE LA SITUACIÓ

## 1.1 PRODUCCIÓ CINEMATogrÀFICA

En els 27 països que formen la Unió Europea es produeixen una mitjana de 1.200 pel·lícules a l'any. D'elles, 180 corresponen a Espanya. El que significa que el 16% del total de pel·lícules europees realitzades anualment són espanyoles.

A escala mundial, Espanya ocupa el seté lloc entre els països amb major nombre de pel·lícules produïdes i se situa el tercer d'Europa. L'Índia, que produeix una mitjana de 1.000 pel·lícules anuals, segueix sent el país que més produeix del món. Li segueixen els Estats Units amb 700, Xina amb 450, Japó amb 440, França amb 230 i Alemanya amb 220.

Per darrere d'Espanya ens trobem a països com Corea del Sud, amb 135 pel·lícules produïdes, Itàlia amb 130, Regne Unit amb 115, Argentina amb 100, Brasil amb 85, Suïssa amb 76, Bèlgica amb 74, etc.

## 1.2 QUOTA DE MERCAT NACIONAL

Espanya, amb una quota de mercat nacional entre el 15 i el 20%, se situa per sobre de la mitjana d'entre tots els països en quota de mercat autòctona. De 49 països estudiats pertanyents a tots els continents, Espanya se situa en el lloc 22.

Els països amb la quota de mercat nacional més alta són l'Índia amb un 92%, Estats Units amb 91,8%, Egipte amb 80%, Japó amb 56,9%, Xina amb 56,6%, Turquia amb 50,9%, Corea del Sud amb 48,8%, Tailàndia amb 37,6%, França amb 36,8% i Suècia amb 32,7%. Amb un percentatge molt semblat a Espanya es troben Regne Unit amb 16,5% i Argentina amb 16%.

Per sota d'Espanya se situen països com Finlàndia i Brasil amb 15%, Malàisia amb 13,7%, Islàndia amb 10,3%, Àustria amb 8%, Bèlgica amb 7,9%, Mèxic amb 7,5%, Suïssa amb 3,4% o Portugal amb 2,7%, entre d'altres.

## 1.3 PRESÈNCIA DE LA DONA EN EL MERCAT AUDIOVISUAL NACIONAL I INTERNACIONAL

El passat 18 de febrer del 2016, sota el lema '*On estan les dones directores en el cinema europeu?*' es van debatre els resultats de l'estudi EWA<sup>1</sup> i les seues

---

<sup>1</sup> Estudi de recerca organitzat i gestionat per Xarxa de Dones Europees de l'Audiovisual (EWA) amb el suport i la col·laboració de: l'Institut Austríac de Cinema, el Centre Audiovisual Croat, CNC (França), Universitat de Rostock (Alemanya), Birbeck (Universitat de Londres), Centre d'Histoire Culturelle de Sociétés Contemporaines (CHCSC - Université de Versailles / Université Paris-Saclay), Direzione Generale Cinema / MIBAC (Itàlia), Institut Suec de Cinema, Creatiu Skillset (Regne Unit), Centre per a la Recerca Econòmica Regional i Social de la Universitat de Sheffield Hallam (Regne Unit) i el BFI (Regne Unit) i va ser preparat sobre la base d'una detallada recerca quantitativa i qualitativa en la qual van participar aproximadament 1.000 professionals de la indústria de tota Europa.

recomanacions sobre bones pràctiques. L'informe de EWA, resultat d'un estudi pioner sobre la igualtat de gènere i de la recopilació d'estadístiques basades en un treball de dos anys, evidencia el què cal canviar i les mesures a prendre sobre la situació de la dona i de tot el potencial artístic d'aquestes directores en el mercat audiovisual i revela que les principals institucions nacionals no mantenen estadístiques exhaustives als canvis de política -açò malgrat els compromisos nacionals i regionals per a la igualtat de gènere-, i que les estructures de la indústria no aconsegueixen sostenir les carreres de les directores. Existeix el talent, però el potencial i la perspectiva creativa de les dones no arriba al públic d'Europa.

L'estudi d'aquests set països de l'EWA troba significativa la infrarepresentació de les dones directores en totes les etapes del procés de producció i distribució:

- Hi ha una caiguda significativa en la proporció de dones que es graduen en les escoles de cinema i que entren en la indústria del cinema (44%) i la proporció global de dones directores que treballen en la indústria (24%).
- Una de cada cinc pel·lícules és dirigida per una dona (21%), amb diferències significatives entre els països involucrats.
- La gran majoria dels recursos de fons públics (84%) acaben en les pel·lícules que estan dirigides per homes.
- A pesar del mercat desequilibrat, l'informe d'EWA també mostra que en 2013 les pel·lícules dirigides per dones foren 10% més propenses a participar en un festival de cinema i tingueren un 6% més de probabilitats de guanyar un premi que una pel·lícula dirigida per home.
- En els últims anys ha hagut indignació per la falta de directores representades en el Festival de Cannes i el lliurament dels Oscar.

L'informe de EWA proporciona ara l'evidència necessària per a promoure el canvi estructural i, a través de quinze recomanacions, EWA crida a l'acció afirmativa, incloent-hi aquests objectius:

- Fer front a la infrarepresentació de les dones directores en els programes educatius.
- Igualar la distribució dels fons públics, per a aconseguir la igualtat de representació i una major consciència en els taulons de posada en servei.
- Incentivar als productors perquè recolzen a les dones directores.
- Proporcionar molt major suport i una estratègia específica per a la publicitat i la distribució.
- Mantenir i controlar les estadístiques necessàries.

## 1.4 AJUDES DIRECTES A EUROPA

Les ajudes públiques al cinema en el Regne Unit són de 120 milions, a Alemanya de 340 milions i a França de 770 milions d'euros. A Espanya, el fons de cinematografia va ascendir a 33,70 milions en 2014.

## 1.5 INCENTIVUS FISCALS A EUROPA

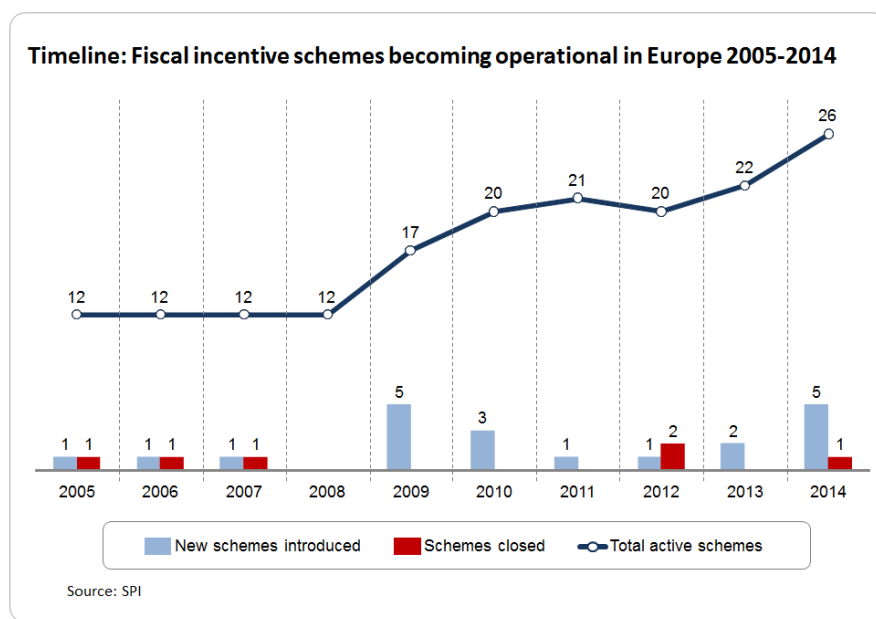
L'ús d'incentius fiscals per a estimular els nivells de producció cinematogràfica i audiovisual s'ha convertit els últims anys en una eina molt comuna i molt útil tant a Europa com en la resta del món.

Però com són d'efectius els incentius fiscals per a complir aquest objectiu i quin és el seu impacte en la indústria? Aquestes són algunes de les preguntes plantejades en l'informe d'Olsberg-SPI per a l'Observatori Audiovisual Europeu, membre del Consell d'Europa a Estrasburg.

L'informe identifica tots els esquemes d'incentius fiscals existents a Europa i realitza un sumari de les avaluacions dutes a terme per nivells nacionals fins a finals de 2014, analitzant l'impacte dels incentius en les inversions en la producció de pel·lícules i obres audiovisuals. És més, aporta una visió general de l'impacte des d'una visió paneuropea analitzant tant els aspectes quantitius com a qualitius.

### Augment dels esquemes d'incentius fiscals a Europa

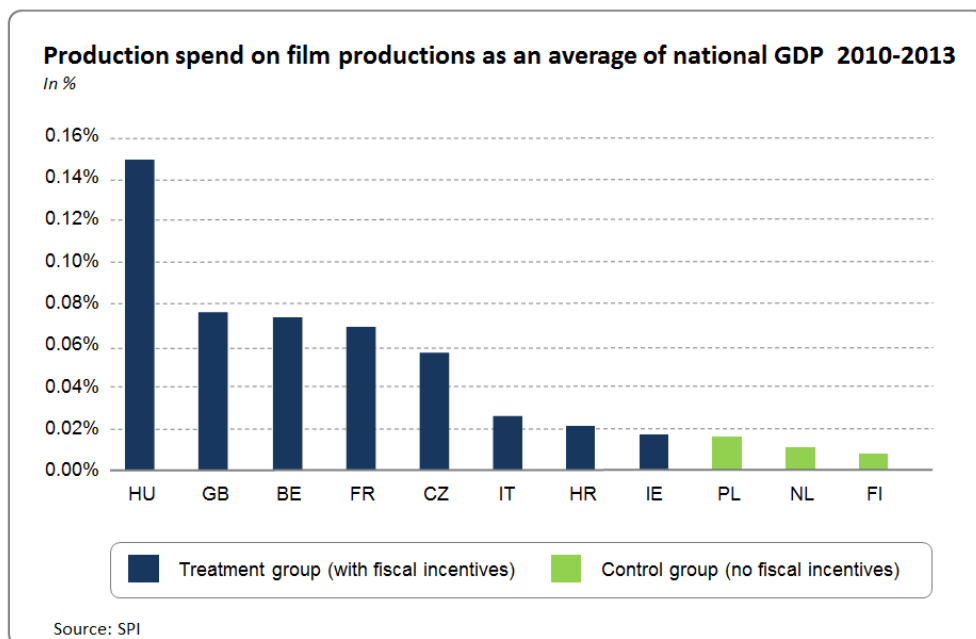
En els últims anys, el nombre d'esquemes d'incentius europeus que operen a Europa ha anat en augment, com es demostra en el següent gràfic. Entre 2010 i 2014, els països europeus van introduir un total de 12 nous incentius fiscals per a recolzar la indústria cinematogràfica, televisiva i de videojocs, arribant a un total de 26 esquemes que operaven en 17 països a la fi de 2014.



Entre els nous esquemes introduïts, sis es refereixen a deduccions fiscals i un opera sota la *tax-shelter* (una modalitat d'assessoria fiscal). El Regne Unit ha ampliat els seus incentius a altres àrees, com ara els videojocs; a Bèlgica, les taxes de desgravament i procediments de certificació s'han modificat per a complir amb temes operacionals. Per la seua banda, França ha augmentat recentment els seus programes de crèdit fiscal per a fer-los més atractius, a més d'afegir mesures específiques per al sector de l'animació i la coproducció de programes de televisió.

### Els incentius fiscals augmenten significativament els nivells de producció

L'informe troba un impacte immediat: quan s'introdueix un incentiu fiscal en un país, s'eleva considerablement la seua capacitat productiva, amb els beneficis econòmics que açò suposa. No obstant açò, l'estudi també destaca que qualsevol nou esquema ha d'anar acompanyat d'estratègies que contribuïsquen a augmentar la capacitat dels equips de producció i les infraestructures.



L'anàlisi també mostra que els països amb més incentius fiscals en la producció cinematogràfica disposen d'un major percentatge de participació en el Producte Interior Brut (PIB). Com a mitjana, la participació en el PIB dels territoris amb incentius fiscals per a la producció de cinema és del 0,06%, mentre que el dels països que no ho té és de 0,01%.

Aquestes qüestions són algunes de les abordades en l'informe que també proporciona una visió quantitativa i qualitativa dels fluxos de producció a Europa i fora d'ella, la competència entre mercats, impactes en les oportunitats de negoci i inversions en infraestructures de producció.



## Deduccions fiscals per producció cinematogràfica a Europa

AÑO 2012

PAIS	Tipo Incentivo	%	Aplicación sobre	Beneficiarios	Inversión máxima	Límites para Productor
FRANCIA	Tax Shelter/ SOFICAS	36%	Inversión realizada	Personas Jurídicas/Físicas	18.000€/año	Máximo para Productor: 50% Presupuesto
	Crédito Fiscal	20%	Gasto Elegible	Productores		1 MM € por proyecto 4 MM € para coproducción internacional con gasto mínimo en Francia de 1 MM €
BELGICA	Tax Shelter	150%	Inversión realizada	Personas Jurídicas/Físicas	- 500.000€ por inversor Deducción Máxima: 750.000€ (150%)	Los costes sobre los que se aplique el incentivo pagan impuestos en Bélgica. Financiación máxima: 50% Total Presupuesto
REPUBLICA CHECA	Rebate	20%	Coste en Rep. Checa s/sistema puntos	Productores	n/a	Máximo Rebat; aprox. 600.000€ Máximo coste elegible: 80% budget
LUXEMBURGO	Crédito Fiscal Transferible	25%	Coste Elegible en Lux	Personas Jurídicas		Máximo: 25% presupuesto, con un máx. de 2,5 MM€
ITALIA	Crédito Fiscal	40%	Inversión realizada	Compañías NO en la industria audiovisual	1 MM € por año	49% costes elegible/2,5MM/Coste italiano para coprod
IRLANDA	Crédito Fiscal	28%	Gasto Elegible	Personas Jurídicas/Físicas	P. Física: 50.000€ P. Jurídica: 10 MM€	50 MM€ presupuesto máx. Financiación máxima: 80% Presupuesto total
ALEMANIA	Crédito Fiscal	40%	Gasto Elegible	Personas Jurídicas/Físicas	10 MM€	
ESPAÑA	Crédito Fiscal	18%	Coste Español	Personas Jurídicas/Físicas		

**Irlanda** ha realitzat recentment canvis en el seu sistema d'incentiu fiscal. El *tax rebate* passarà del 28% al 32% a partir de 2016. La indústria irlandesa empra al voltant de 6.000 persones i la seua contribució a l'economia durant l'any 2013 va aconseguir els 168 milions de dòlars, la qual cosa suposa un increment del 18% enfront del 2012 i un 42% enfront del 2011. En 2010, el 20% de tots els turistes que van arribar a Irlanda van afirmar que el cinema els va influenciar en la seua decisió de visitar el país.

**França** és un paradís de protecció a la seua cinematografia. No fa falta detallar el ventall de diferents possibilitats oferides al productor francès per a finançar les seues produccions, siguen purament locals o coproduccions internacionals. Des de 1946 que es va fundar el CNC (Centre Nacional de Cinema), la seua missió principal ha sigut recolzar a la indústria audiovisual en el seu conjunt i promoure sistemes que fomenten el seu desenvolupament i promoció. De cada euro gastat pel CNC es generen 21 euros per a l'economia francesa. Tota la indústria audiovisual sostinguda pel CNC suposa un total de 8,5 bilions d'euros, enfront dels 8,6 bilions que aporta la indústria automobilística, o, el que és el mateix, un 0,3% del PIB francès i un 0,5% del total d'ocupació nacional.

Les xifres parlen per si soles i el model francès ha convertit a la seua indústria en el primer productor europeu de cinema i al seu país en el més cinèfil d'Europa.

A **Espanya** tenim un crèdit fiscal del 18% com a norma general, amb excepció del 38% a Canàries i un 35% al País Basc i Navarra.

## 1.6 INCENTIUS FISCALS EN AMÈRICA

Les deduccions fiscals a Amèrica estan dissenyades en funció de cada país. Per exemple, existeix una gran diferència entre els territoris que conformen els EUA: Alaska té un 44% d'incentiu, Florida entre el 20-45%, Geòrgia 30%, Carolina del sud 20-30%, Mississipí entre el 25-30%, Louisiana 30-35%, Texas i Montana tan sol un 10% i Nou Mèxic o Califòrnia el 25%.

Els EUA en 2014 van destinar uns desgravaments fiscals nets de 1.800.000.000 de dòlars al sector cinematogràfic.

Els EUA tenen com a objectiu la tornada de la inversió en la seua indústria cinematogràfica, per açò Hollywood i els productors nord-americans reben diners dels governs locals en forma de rebaixes impositives. Almenys una trentena d'estats ofereix deduccions fiscals als estudis a canvi de què roden en una determinada localitat o que compten amb professionals locals en la producció.

Una altra dada significativa és el que **totes les produccions nominades als últims premis Oscar com a millor pel·lícula van ser filmades en les jurisdiccions amb incentius a la producció de cinematogràfica**, el que demostra que un menor cost atrau als millors cineastes a aquests estats.

Entre els països d'Amèrica Central i Amèrica del Sud tenim a Puerto Rico amb el 40%, Colòmbia fins al 40%, Brasil el 70% i Argentina entre incentius fiscals i ajudes directes de l'INCA aconseguix el 50%.

L'any 2010, la República Dominicana va llançar el seu paquet d'incentius fiscals al cinema, entre els quals es trobava la deducció del 100% de la inversió realitzada per nacionals en la indústria cinematogràfica, sempre que almenys el 50% del rodatge succeïra en el país.

Múltiples i variats sistemes dissenyats per governs de tot arreu per a recolzar a les seues indústries cinematogràfiques amb la missió de generar riquesa i ocupació en els seus territoris, de fomentar els seus valors i tradicions culturals i promocionar la seua marca més enllà de les seues fronteres, la qual cosa es traduirà en un increment gradual del sector turisme. Tots i cadascun d'aquests governs han tingut un denominador comú: voluntat política per a donar suport a la seua indústria. Definim el nostre sistema abans que siga massa tard.

## 1.7 L'IVA EN EUROPA

Espanya ocupa el tercer lloc en el rànquing de l'IVA cultural més elevat a Europa. Dos anys després de la pujada d'aquest impost en 13 punts, del 8% al 21%, només Hongria i Dinamarca apliquen un impost superior sobre els béns i serveis culturals. El tribut que

aplica el nostre país en el sector cultural és el mateix que ha fixat Letònia i Lituània, que compten amb un punt més que Bulgària, Eslovàquia, Estònia i Regne Unit (20%). També estan per sobre de la mitjana de la Unió Europea –un 12,79%– la República Txeca (15%), Croàcia i Portugal (13%). Àustria, Finlàndia i Itàlia han marcat el seu IVA en els espectacles en un 10%. Aquest percentatge és inferior a Grècia, Eslovènia, Irlanda i Romania (9), Polònia i Noruega (8), Alemanya (7), Bèlgica, Holanda i Suècia (6%). La llista, elaborada amb les dades facilitades per la Federació de Cinemes d'Espanya (FECE), es completa amb França, Xipre i Malta (5%), Luxemburg (3%) i Suïssa (2%).

## 1.8 MERCAT CINEMATogràFIC A ESPANYA

Evolución del mercado cinematográfico. 2002 - 2014

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Nº Cines	1.223	1.194	1.126	1.052	936	907	868	851	860	876	841	777	710
Nº Salas	4.039	4.253	4.390	4.401	4.299	4.296	4.140	4.082	4.080	4.044	4.003	3.908	3700
Pel·l·íc. exhibidas	1.877	1.916	1.795	1.730	1.748	1.776	1.652	1.481	1.555	1.506	1.482	1.629	1590
<b>Recaudación (millones de euros)</b>													
Españolas	85,47	100,86	92,87	106,21	98,41	86,73	81,61	104,37	80,28	99,14	119,9	70,15	131,79
Extranjeras	540,43	538,57	598,73	528,74	537,75	557	537,68	566,67	582,03	536,71	494,31	436,15	386,38
<b>Total</b>	<b>625,9</b>	<b>639,43</b>	<b>691,6</b>	<b>634,95</b>	<b>636,16</b>	<b>643,74</b>	<b>619,29</b>	<b>671,04</b>	<b>662,31</b>	<b>635,85</b>	<b>614,2</b>	<b>506,3</b>	<b>518,17</b>
<b>Espectadores (millones)</b>													
Españolas	19,01	21,73	19,28	21,29	18,77	15,8	14,36	17,48	12,93	15,52	18,28	11,01	22,41
Extranjeras	121,7	115,74	124,64	106,36	102,88	101,14	93,45	92,51	88,67	82,82	75,87	67,68	65,58
<b>Total</b>	<b>140,71</b>	<b>137,47</b>	<b>143,93</b>	<b>127,65</b>	<b>121,65</b>	<b>116,93</b>	<b>107,81</b>	<b>109,99</b>	<b>101,6</b>	<b>98,34</b>	<b>94,16</b>	<b>78,69</b>	<b>87,99</b>

### año 2014

Salas de exhibición		Largometrajes exhibidos	
Concepto	Número	Concepto	Número
Número de cines	710	Larg. españoles	401
Núm de pantallas	3.700	Larg. extranjeros	1.189
		<b>TOTAL</b>	<b>1.590</b>

Recaudaciones		Espectadores	
Concepto	Número	Concepto	Número
Larg. españoles	131.794.104,46 €	Larg. españoles	22.412.819
Larg. extranjeros	386.382.025,95 €	Larg. extranjeros	65.576.172
<b>TOTAL</b>	<b>518.176.130,42 €</b>	<b>TOTAL</b>	<b>87.988.991</b>

Recaudación por meses.					
Mes	Largometrajes españoles	%	Larg. Extranjeros	%	Total
ENERO	4.633.866,26	9,81	42.593.600,78	90,18	47.227.467,04
FEBRERO	2.689.237,72	8,31	29.642.294,81	91,68	32.331.532,53
MARZO	18.461.660,84	36,8	31.693.582,11	63,19	50.155.242,95
ABRIL	30.308.025,14	49,25	31.228.390,37	50,74	61.536.415,51
MAYO	12.060.646,46	36,12	21.323.809,70	63,87	33.384.456,16
JUNIO	4.173.679,31	14,43	24.741.299,08	85,56	28.914.978,39
JULIO	2.911.243,69	8,81	30.132.099,59	91,18	33.043.343,28
AGOSTO	3.236.782,69	6,44	46.955.709,32	93,55	50.192.492,01
SEPTIEMBRE	12.108.862,10	31,7	26.085.521,47	68,29	38.194.383,57
OCTUBRE	18.397.425,98	41,25	26.191.840,87	58,74	44.589.266,85
NOVIEMBRE	8.850.662,69	20,3	34.737.267,60	79,69	43.587.930,29
DICIEMBRE	13.962.011,60	25,37	41.056.610,25	74,62	55.018.621,84

Provincias por orden de recaudación					Recaud. por sala
	Provincia	Espectadores	Nº Salas	Recaudación	
1	Madrid	17.394.194	503	112.263.483,04	223.188
2	Barcelona	13.133.775	492	83.085.064,86	168.872
3	Valencia	5.300.785	203	29.918.391,18	147.381
4	Málaga	3.316.807	155	19.075.220,18	123.066
5	Alicante	3.313.889	185	18.601.767,83	100.550
6	Sevilla	3.271.197	135	17.799.224,03	131.846
7	Vizcaya	2.511.409	93	14.760.053,42	158.710
8	Murcia	2.425.377	101	13.923.315,41	137.855
9	Islas Baleares	2.301.011	86	13.311.820,29	154.789
10	Zaragoza	2.198.302	74	12.034.703,30	162.631
11	Las Palmas	2.227.072	79	11.798.429,49	149.347
12	A Coruña	1.850.333	80	10.732.602,34	134.158
13	Cádiz	2.000.688	111	10.358.444,82	93.319
14	Tarragona	1.685.037	108	9.565.230,45	88.567
15	Asturias	1.509.750	70	8.899.102,44	127.130
16	Guipúzcoa	1.514.396	73	8.880.766,79	121.654
17	Sta. Cruz de Tenerife	1.647.529	60	8.783.696,64	146.395
18	Girona	1.406.034	89	8.777.781,60	98.627
19	Navarra	1.423.801	73	7.943.607,07	108.817
20	Pontevedra	1.208.743	62	7.217.525,15	116.412
21	Granada	1.379.940	46	7.069.087,50	153.676
22	Valladolid	1.089.569	65	5.930.386,18	91.237
23	Cantabria	1.039.504	38	5.732.866,66	150.865
24	Córdoba	907.724	48	4.997.346,75	104.111
25	Castellón	799.435	50	4.766.335,20	95.327
26	Almería	890.392	38	4.673.590,48	122.989

Cal destacar que la província de València està situada en el tercer lloc de recaptació i espectadors de totes les províncies espanyoles, però és molt cridaner que estiga quasi per la meitat que Madrid en recaptació per sala. Alacant està en cinquena posició i Castelló entre les 52 províncies, se situa en el lloc 25. També amb una recaptació per sala molt inferior a altres com Zaragoza, Cantàbria, Biscaia, Barcelona i la meitat de Madrid.

<b>Distribuidoras con mayor recaudación.</b>				
	<b>Distribuidora</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Largos</b>	<b>Recaudación</b>
1	HISPANO FOX FILM S.A.	18.696.494	63	108.247.277,16
2	WARNER BROS ENTERTAINMENT ESPAÑA S.L.	12.085.223	63	75.560.255,95
3	SNOW FILMS, A.I.E.	9.346.289	1	55.163.074,90
4	UNIVERSAL PICTURES INTERNATIONAL SPAIN S.L.	9.227.928	72	54.323.225,87
5	THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA, S.L.	8.251.161	50	46.985.713,65
6	SONY PICTURES RELEASING DE ESPAÑA S.A.	6.222.855	36	36.283.507,34
7	AURUM PRODUCCIONES S.A.	5.441.908	45	32.703.192,45
8	DEA PLANETA, S.L.	3.820.066	25	22.770.404,00
9	PARAMOUNT SPAIN, S.L.	3.659.915	28	21.653.820,67
10	TRIPICTURES, S.L.	2.142.951	10	12.633.610,68
11	A CONTRACORRIENTE FILMS S.L.	1.687.145	42	10.004.065,75
12	VERTIGO FILMS S.L.	1.530.685	61	8.839.962,01
13	CASTELAO PICTURES, S.L.	856.034	17	4.904.489,20
14	GOLEM DISTRIBUCION S.L.	653.976	72	3.760.050,17
15	WANDA VISION, S.A.	460.651	34	2.761.457,11
16	PERDONA SI TE LLAMO AMOR, A.I.E.	349.006	1	1.928.087,14
17	CARAMELFILMS, S.L.	308.910	7	1.859.699,06
18	SURTSEY FILMS, S.L.	308.103	18	1.774.744,99
19	FERNANDO TRUEBA, P.C., S.A.	227.170	2	1.275.968,75
20	LA VIDA INESPERADA, A.I.E.	170.116	1	1.028.860,42
21	KARMA FILMS,S.L.	154.002	32	912.871,89
22	AVALON DISTRIBUCION AUDIOVISUAL S.L.	153.697	24	893.608,99
23	KISS COMUNICACIO,S.L.	148.686	12	802.135,17
24	LUK INTERNACIONAL S.A	126.992	5	736.828,16
25	SILDAVIA CINEMA, S.L.	121.337	4	670.167,10

Cal advertir que cap de les distribuïdors independents del llistat és valenciana, ni té un domicili social a la Comunitat Valenciana. Totes les dades anteriors són referides a l'any 2014.

## 1.9 AJUDES DIRECTES A ESPANYA

### AYUDAS DEL ICAA AL SECTOR CINEMATOGRAFICO Y AUDIOVISUAL 2014

Tipos de Ayuda		Presupuesto	Concedido	%
Minoración	Exhibición cinematográfica y equipamientos de producción cinematográfica	31.321 €	11.200 €	0,02
	Producción cinematográfica	1.000.000 €	577.819 €	0,94
Producción de largometrajes sobre proyecto		4.000.000 €	3.999.321 €	6,48
Amortización de largometrajes		52.500.000 €	53.467.010 €	86,66
Conservación del patrimonio cinematográfico		300.000 €	121.046 €	0,20
Distribución de películas españolas, comunitarias e iberoamericanas		2.500.000 €	2.500.000 €	4,05
Ayudas para la participación y la promoción de películas en festivales internacionales		500.000 €	294.200 €	0,48
Financiación de cortometrajes (ayuda sobre proyecto y corto realizado)		1.000.000 €	723.770 €	1,17
Totales		61.831.321 €	61.694.366 €	100,00

Cal ressaltar que el 92% de les ajudes van destinades a la producció de llargmetratges (producció llargs a projecte + amortització). La resta, amb una part important, es destina a la distribució de pel·lícules amb el 4%.

Incentivos de las CC.AA. A LA PRODUCCION AUDIOVISUAL -2014-

COMUNIDADES AUTÓNOMAS	Convocado	Concedido	%
Producción	14.209.750 €	14.037.111 €	72,41
Promoción	1.323.000 €	1.200.252 €	6,19
Distribución y exhibición	1.735.000 €	1.909.962 €	9,85
Organización de festivales	1.337.766 €	1.318.766 €	6,80
Formación	249.134 €	249.134 €	1,29
Otros	670.666 €	670.660 €	3,46
Totales	19.525.316 €	19.385.885 €	100,00

Les comunitats autònomes destinen el 72% a ajudes directes de producció audiovisual en general (no solament cinematogràfica) i la resta es destina per a promoció, distribució, formació, etc.

Ayudas por Comunidades Autónomas al sector audiovisual -2014-

CC.AA.	Total	%
Andalucía	1.722.995 €	8,89
Aragón	55.000 €	0,28
Asturias	54.000 €	0,28
Baleares	29.295 €	0,15
Canarias	0 €	0,00
Cantabria	97.500 €	0,50
Castilla-La Mancha	0 €	0,00
Castilla y León	0 €	0,00
Cataluña	8.230.628 €	42,46
Extremadura	86.069 €	0,44
Galicia	2.446.362 €	12,62
La Rioja	0 €	0,00
Madrid	232.000 €	1,20
Murcia	0 €	0,00
Navarra	223.534 €	1,15
País Vasco	2.223.858 €	11,47
Valencia	3.984.650 €	20,55
Totales	19.385.891 €	100

En 2014 la comunitat autònoma que més va destinar al sector audiovisual va ser Catalunya. En segona posició es troba la Comunitat Valenciana i per darrere Galícia, País Basc i Andalusia. Totes les altres van destinar unes quanties molt xicotetes pel que el sector audiovisual d'aquestes comunitats no ha arribat a prendre el vol en cap moment. Esmert especial és Canàries que no té incentius directes però sí un desgravament fiscal del 38%, per la qual cosa provoca un efecte cridada irrefutable. Al País Basc s'uneix l'ajuda directa de 2,2 milions d'euros amb el desgravament fiscal del 35%, la qual cosa el situa en una posició de primacia.

Comparativa de ayudas de las Comunidades Autónomas al sector audiovisual- Años 2012-2014

CC.AA.	Ayudas convocadas		
	2012	2.013	2.014
Andalucía	1.900.000 €	1.424.747 €	1.722.995 €
Aragón	166.000 €	95.000 €	55.000 €
Asturias	73.136 €	12.728 €	54.000 €
Baleares	157.500 €	31.331 €	29.295 €
Canarias	0 €	0 €	0 €
Cantabria	106.010 €	180.000 €	97.500 €
Castilla-La Mancha	0 €	0 €	0 €
Castilla y León	0 €	248.979 €	0 €
Cataluña	9.907.249 €	8.664.265 €	8.230.628 €
Extremadura	178.610 €	390.000 €	86.069 €
Galicia	3.487.500 €	1.316.000 €	2.446.362 €
La Rioja	0 €	28.000 €	0 €
Madrid	730.292 €	2.026.977 €	232.000 €
Murcia	0 €	0 €	0 €
Navarra	543.800 €	191.618 €	223.534 €
País Vasco	1.753.592 €	1.707.500 €	2.223.858 €
Valencia	3.580.000 €	679.329 €	3.984.650 €
Totales	22.583.689 €	16.996.474 €	19.385.891 €

És evident que Catalunya encapçala anualment la concessió d'ajudes directes, en les seues nombroses modalitats, enfront de les altres comunitats autònomes. En 2013 hi ha lleugeres baixades d'inversió en totes les comunitats autònomes. A la Comunitat Valenciana la baixada és dràstica i passa de 3,5 milions d'euros a 679.000 euros. Una minoració de cinc vegades del 2012 al 2013.



## 1.10 AJUDES DIRECTES A LA COMUNITAT VALENCIANA

AYUDAS COMUNIDAD VALENCIANA -IVAC-				
	2.012	2.013	2.014	2.015
GUION	40.000 €	10.000 €	48.000 €	128.000 €
DESARROLLO			270.400 €	192.000 €
PRODUCCION	890.000 €	637.329 €	3.640.650 €	4.450.000 €
RODAJES	2.650.000 €			
FESTIVALES			20.000 €	60.000 €
Totales	3.580.000 €	647.329 €	3.979.050 €	4.830.000 €

L'ajuda de 2012 a rodatges, era una ajuda que incentivava els rodatges a la Comunitat Valenciana, principalment en la Ciutat de la Llum d'Alacant. A partir de 2013 ja van desaparèixer amb el tancament de les instal·lacions alacantines..

## 2 OBJECTIUS DEL SECTOR AUDIOVISUAL VALENCIÀ

### 2.1 OBJECTIUS GENERALS DEL SECTOR AUDIOVISUAL VALENCIÀ

#### 2.1.1 Necessitat del suport institucional

Com a indústria cultural i com a part important del nostre patrimoni, el sector audiovisual valencià requereix el suport públic estatal i autonòmic. En tots els països de l'entorn europeu, i recolzats en el principi de la *excepció i diversitat culturals*, aquest suport es manifesta per una doble via: les ajudes directes i els desgravaments fiscals.

Com a mesura suplementària, caldria crear fòrums en els quals es reunisquen els membres de la Comunitat Valenciana pertanyents a l'Acadèmia de les Arts i les Ciències Cinematogràfiques d'Espanya per a elaborar estratègies que reforcen el cinema valencià en el territori espanyol.

#### 2.1.2 Millora de les fonts de finançament

El problema del finançament és el principal de quants afecten a la producció de continguts audiovisuals a la Comunitat Valenciana i en concret la producció cinematogràfica. La crisi econòmica dels últims temps ha fet més difícil i complexa la cerca de recursos amb els quals posar en peus una pel·lícula valenciana. Les reduccions en els pressupostos públics, les restriccions en l'activitat creditícia de les entitats financeres, així com l'atonía econòmica general, han motivat aquesta negativa situació, que afecta de manera fonamental a la producció independent, el caràcter creatiu de la qual resulta irremplaçable i que necessita d'una continuïtat en la seua molt arriscada labor.

Per açò, s'estima imprescindible un notori augment per a la producció audiovisual en el percentatge de desgravament del 18% sobre l'Impost de Societats del que actualment disposen les Agrupacions d'Interès Econòmic, previstes en la Llei del Cinema de 2007 però que han resultat insuficientment atractives per als inversors provinents de fora del cinema, fins a arribar a un sistema fiscal que siga competitiu amb els utilitzats en països del nostre entorn, genere seguretat jurídica i financera a dites inversores i siga d'una aplicació senzilla i eficaç. Altres mesures necessàries per a pal·liar aquest apressant dèficit de finançament serien la concessió de crèdits directament per part de l'Institut Valencià de Finances, sense l'obligada intermediació de les entitats bancàries, i la creació d'ens especialitzats que, amb criteris professionals, aglutinaren els citats desgravaments fiscals (a la manera de les *Soficas* franceses), així com el foment cada vegada més decidit de les coproduccions. També es considera de vital importància el facilitar l'accés al finançament per a un sector en crisi, sense la necessitat d'avals.

De no ser així, existeix el perill que el finançament provinga, una vegada més, d'empreses foranes i que alimentem sectors productius aliens a la Comunitat Valenciana, com ja va succeir en el passat.

CulturArts, i en general els organismes públics valencians encarregats de la política de promoció audiovisual, haurien de treballar per facilitar l'accés a crèdits en condicions favorables amb minoració de càrregues financeres i ampliació del sistema de garanties bancàries per a la seua obtenció, en els diferents àmbits de l'activitat cinematogràfica i audiovisual. La pròrroga del conveni entre l'IVF, CulturArts i Crea GR, ajudaria a moltes empreses a trobar finançament amb major facilitat.

### **2.1.3 Imprescindible col·laboració amb les televisions públiques i privades**

No es concep ja un model audiovisual on el cinema i les televisions no vagen de la mà. Bé siga dins de l'actual marc regulador o amb acords futurs entre un i un altre sector, el cinema espanyol i els canals televisius es necessiten mútuament per múltiples raons. Cal ressaltar que no es tracta de cap pràctica subvencionadora les que aquests efectuen respecte al cinema, sinó d'unes iniciatives de coproducció o d'adquisició de drets d'antena de cara a uns productes amb els quals obtenir, en el cas de les cadenes privades, tornades econòmiques mitjançant la publicitat. Però en aquest assumpte els canals públics tenen una especial responsabilitat. D'una banda Televisió Espanyola, amb la necessitat que realitze una inversió decidida en el sector audiovisual valencià. Per una altra, un especial compromís ha de recaure en la futura RTV pública. S'ha de signar un conveni amb el sector audiovisual per a marcar l'estratègia d'inversió i sobretot el compliment d'inversió anual que dicta la Llei General de Comunicació Audiovisual 1/2006.

### **2.1.4 Urgència d'una major promoció**

Sovint les pel·lícules espanyoles es veuen submergides en la marea d'estrenes que sorgeixen cada setmana, moltes d'elles amb moltíssimes més possibilitats de publicitat, promoció i màrqueting. És una assignatura pendent del nostre cinema, que moltes vegades arriba al moment de l'estrena –l'últim estadi de la producció– sense els necessaris recursos per a donar visibilitat a les seues obres, la qual cosa provoca el desconeixement i, per tant, la falta d'atracció per al públic. Tots els sectors, incloent-hi els creatius, es beneficiarien que no fóra així, perquè el que passa desapercebut acaba per no existir. Seria fonamental per a pal·liar tan evident mancança un clar esforç en aquesta direcció, amb una certa *discriminació positiva* exercida en les sales cap al nostre cinema, que tinguera en compte les distàncies promocionals i amb el suport d'unes ajudes públiques que reconegueren la decisiva importància de la producció audiovisual. És necessari crear campanyes de promoció de les pel·lícules valencianes a través de les grans empreses d'exhibició.

La nova cadena autonòmica pot jugar un paper fonamental en la promoció d'obres valencianes. A3Media i Mediaset han demostrat en els últims anys com la promoció en televisió pot traduir-se en èxit de taquilla. Per a les produccions valencianes en les quals participe o adquirisca drets la nova cadena autonòmica, haurien de regular-se una sèrie d'accions promocionals de llançament que incloguen entrevistes als actors protagonistes en programes de la cadena, emissió de *teasers*, de *making of* i seguiment en informatius.

### **2.1.5 Valoració del paper que juga la distribució independent**

Tal com s'evidencia en els quadres estadístics que s'acompanyen, no existeix cap distribuïdora independent valenciana o amb domicili social a la Comunitat Valenciana dins de les 25 que més recapten en el cinema espanyol. Es fa imprescindible promoure i dinamitzar aquest tipus d'estructures empresarials a la Comunitat Valenciana.

Gran part del cinema espanyol i la immensa majoria de l'uropeu arriba a les nostres pantalles gràcies als distribuïdors independents. Una labor esforçada, que moltes vegades no troba la deguda resposta d'un mercat subjecte a múltiples incentius i pressions. Si volem que en el futur puguen seguir desenvolupant el seu treball, és necessària la seua potenciació per tots els mitjans. Bàsicament, i atés que la comercialització solament en sales no resulta suficient i que la proporcionada pel vídeo ha experimentat un fort descens, es considera fonamental que els seus catàlegs tinguen accés a les televisions, tant públiques com privades, la qual cosa en l'actualitat no és precisament senzill. La supervivència en el nostre país de la globalitat del cinema espanyol i de la resta d'Europa està vinculada a la distribució independent, i així ha de ser entés pels poders públics en honor de la riquesa i diversitat culturals oferides a l'espectador.

### **2.1.6 Importància de les sales de cinema per a la comercialització de les pel·lícules**

Dins de la *cadena de valor* de les obres cinematogràfiques, les sales continuen sent imprescindibles perquè constitueixen el primer pas per a fer-les *visibles* al públic. El fet de l'estrena, la seua repercussió en els mitjans informatius, el reclam que suposen per als espectadors -cal considerar que entre un i dos milions d'espanyols van als cinemes en els caps de setmana, més que al futbol, per exemple-, continuen sent de primera magnitud i és una cosa que no ha de perdre's.

A més de les sales cinematogràfiques, es fa imprescindible a la Comunitat Valenciana, la creació d'una xarxa de sales municipals -ja existents com a cases de cultura, teatres, salons d'actes, etc.- per a la projecció de continguts audiovisuals. És imprescindible crear un catàleg de producció valenciana per a oferir a tots els municipis la possibilitat de la seua projecció.

### **2.1.7 Mantenir el prestigi de les nostres empreses de serveis i indústries tècniques**

En línies generals, tant la nova RTV pública com les ajudes de CulturArts haurien de fomentar produccions de qualitat amb pressupostos i finançament adequat, les quals permeten el creixement i sostenibilitat del sector, així com la recuperació dels professionals valencians que es van veure obligats a emigrar.

Gràcies a un sistemàtic procés de renovació i d'adequació a les noves tecnologies, el sector de les empreses de servei i indústries tècniques s'han guanyat un merescut prestigi nacional i internacional. L'arribada de joves professionals amb un alt nivell de preparació s'ha conjugat amb la contrastada experiència dels més veterans, alhora que han sorgit noves empreses molt competitives. En aspectes com els efectes digitals, de

so, il·luminació o l'estereoscòpia, han destacat de forma especial. S'ha de consolidar el prestigi de la indústria del sector de l'animació valenciana, que passa per un excel·lent moment en el nostre país. Cal preservar, coste el que coste, el nivell aconseguit sense que es veja sotmés a distorsionadores absorcions foranes o a l'emigració dels millors creadors i tècnics.

La creació, producció, distribució, emissió i promoció dels continguts d'animació i els seus derivats hauria de configurar-se com una part important del canvi de model productiu de la Comunitat Valenciana, amb l'objectiu de fomentar la innovació tecnològica, potenciar el creixement econòmic, generar noves ocupacions, atraure talent i suscitar noves oportunitats en altres indústries creatives, culturals i tecnològiques.

### **2.1.8 Confiança en les noves plataformes legals en línia**

S'estima molt positiva la creixent existència de plataformes legals en internet per a l'adequat consum dels productes audiovisuals. Van a constituir en el futur una part bàsica en el gaudi d'aquests productes, no solament pel seu citat caràcter legal, de respecte a la propietat industrial i intel·lectual, sinó per la qualitat i varietat de l'oferta que plantegen i plantejaran. Per la seua joventut i la dimensió de les seues empreses, encara no suposen aqueix factor dinamitzador de finançament de les obres que estan cridades a jugar més endavant, però la seua simple existència és un motiu de confiança en les transformacions de tot tipus que ens esperen. Amb diferents modalitats de consum dels continguts, ja no són únicament Filmin i Filmotech els qui han emprés aquest camí de comercialització a través de la xarxa, sinó que altres diverses iniciatives (Youzee, WuakiTV, Google, Netflix, etc.) han vingut a sumar-se a elles, en el que constitueix una nítida aposta per un futur en el qual tots estem preocupats. Des de les administracions públiques s'hauria d'encoratjar al fet que totes aquestes plataformes digitals es puguen instal·lar en la nostra comunitat afavorint vincles, aliances i col·laboració entre el sector audiovisual i aquestes plataformes.

S'hauria de realitzar una aposta decidida en la difusió de produccions valencianes, evitant que el nou ens de TV autonòmica impedisca la difusió de les obres valencianes en altres finestres. En tot case l'exclusivitat dels drets d'emissió, haurien de perdre's en cas de no emissió en un període superior als 6 mesos.

### **2.1.9 Impulsar la coordinació entre les polítiques de l'estat i de les comunitats autònomes en el terreny audiovisual**

En diversos aspectes, la indústria audiovisual s'enfronta amb duplicitats entre les disposicions legislatives estatals i autonòmiques per a un mateix assumpte. Açò genera no solament un increment de tasques administratives, sinó confusió i fins i tot inseguretats jurídiques a l'hora de complir les normes establides. Una adequada coordinació entre les polítiques dels organismes públics evitaria aquesta situació que a ningú convé i resulta perjudicial per a tots. Es fa necessària una bona sintonia entre l'ICAA i CulturArts per a aconseguir acords pel que fa a comissions d'ajudes, redacció de normes, qualificació de pel·lícules, filmoteca, etc.

La Qualificació d'Edats d'obres cinematogràfiques s'hauria de transferir a València, tal com ja ho ha fet Catalunya. S'hauria de demanar al Ministeri de Cultura la proporció del contingent nacional que correspon a València. També s'hauria de reclamar la part proporcional que corresponga a la Comunitat Valenciana que designa l'ICAA a l'animació.

#### **2.1.10 Reforçament de la dimensió internacional de l'audiovisual valencià**

És evident el paper que juga el cinema en la imatge exterior del nostre país. Encara l'ha de jugar amb molta major intensitat, tal com es fa en altres latituds, com als Estats Units o en bona part dels països europeus. A més de la promoció interna caldria insistir en gran manera en la promoció internacional. Valdria la pena insistir molt més perquè la capacitat que posseeix l'audiovisual de ser ambaixador d'una nació, de simbolitzar el seu nivell de desenvolupament, resulta indiscutible. Només cal considerar la dimensió mundial adquirida per cineastes, actrius, actors o tècnics espanyols per a percebre en tota la seua extensió tal principi. Molt diverses són les formes de dur a terme aquest propòsit, que té el seu principal marc en festivals, mercats i altres cites internacionals. A la Comunitat Valenciana a través de la Conselleria d'Indústria i en concret l'IVACE amb *stands* situats en els principals certàmens, les mostres de cinema espanyol que s'ofereixen en molts llocs de l'estranger, o les empreses per l'Institut Cervantes dins d'una perspectiva cultural. Però aqueix esforç per potenciar la nostra imatge a través del cinema requereix obrir múltiples camins que estan per transitar a fons des de la Comunitat Valenciana, i que altres comunitats ja ho porten realitzant des de fa més de 15 anys. L'exemple clar és el de Catalunya amb *Catalan Films*, entitat per a la per a la promoció internacional de l'audiovisual català a través de mercats i festivals. Una altra iniciativa fonamental consistiria en la creació d'una entitat de promoció exterior de capital mixt, públic i privat, a l'estil d'Unifrance, organisme que ja preveu la Llei del Cinema de 2007 i que no s'ha desenvolupat fins al moment.

Seria convenient l'establiment d'ajudes a la distribució que donaren suport a la creació de catàlegs amb obres valencianes per a la seua distribució internacional i l'abonament de mínims garantits, amb una normativa similar al de les convocatòries europees.

I també és molt important el suport per a l'assistència a Festivals i Mercats de Coproducció Internacional especialitzats tant en ficció (Cannes, Berlín, etc.), animació (Annecy, *Cartoon Forum*, etc.), o No Ficció/Documentals (Amsterdam, etc.).

#### **2.1.11 Introducció de l'educació audiovisual en el sistema d'ensenyament**

Tema àmpliament debatut des de molt temps arrere, mai ha arribat a tenir una resolució satisfactòria. Malgrat tots els intents, malgrat molt encomiables iniciatives de professors o de determinats centres, l'educació audiovisual mai ha aconseguit entrar de ple dret en el sistema espanyol d'ensenyament. Siga com a matèria curricular o activitat complementària extracurricular, és urgent dotar als alumnes d'un bagatge teòric, estètic i històric que els permeta conèixer a fons un llenguatge amb el qual estan en contacte de manera incessant, ocupant bona part de la seua vida. La formació d'un nou públic, més proper al cinema espanyol i que es reconega en ell, passa

indefectiblement per què en els instituts i col·legis s'establisca una pràctica educativa de coneixement i aprofundiment en els nostres títols clàssics, en els nostres grans autors i en les diverses tendències que s'han anat succeint durant més d'un segle d'existència. Les comunitats autònomes tenen competències directes sobre els continguts de l'ensenyament i per tant es podria facilitar el disseny d'unes línies mestres que introduïsquen als nostres escolars en el món audiovisual.

### **2.1.12 Creació d'estructures educatives específiques de cinema**

És necessària la creació en la Comunitat Valenciana d'una estructura educativa especialitzada en totes les disciplines relacionades amb el sector audiovisual. Tenim exemples com l'ESCAC a Catalunya i l'ECAM a Madrid, escoles de cinema i audiovisuals que anualment formen centenars de professionals per al cinema, la televisió i la publicitat. Aquesta estructura educativa podria tindre una seu al Centre de Formació de Ciutat de la Llum d'Alacant.

L'estratègia per tant, ha de cercar d'una banda un reforçament de l'oferta ja existent a través d'una major col·laboració de les associacions i empreses de l'audiovisual amb els títols de Grau i Màster que ja ofereixen les universitats públiques valencianes. D'altra banda s'ha d'habilitar una nova oferta fonamentalment centrada en títols de Màster que poden cobrir manques formatives relacionades amb els oficis vinculats a la indústria cinematogràfica, la comunicació publicitària, el tractament de la informació en entorns digitals, la producció audiovisual transmèdia o la producció de continguts interactius i que necessàriament ha d'estar coordinada amb les universitats i la Conselleria d'Educació.

És fonamental també la promoció i l'impuls de cursos d'especialització que aborden de manera específica aspectes concrets de la producció audiovisual com la direcció d'actors, la creació de formats televisius, la mescla de so, l'edició digital, el maquillatge i la caracterització de personatges, l'equip d'elèctrics, la realització amb escenografia virtual o les tècniques de rodatge subaquàtic entre un llarg etcètera d'àrees d'especialització que es requereixen en molts projectes audiovisuals. L'equip docent d'aquests cursos d'especialització necessàriament ha d'incorporar a professionals en actiu que puguen acreditar una experiència formativa i han d'organitzar-se utilitzant l'experiència i les infraestructures que ofereixen les universitats públiques valencianes.

## **2.2 OBJECTIUS PARTICULARS A LA COMUNITAT VALENCIANA**

- Dinamització i consolidació del sector audiovisual valencià. Reiterar per part de la Generalitat Valenciana al sector audiovisual valencià com un sector estratègic dins de la Comunitat Valenciana
- Creació de llocs de treball a la Comunitat Valenciana, valorant la seua presència en els projectes. En dos anys aconseguir uns nivells d'ocupació semblants a altres sectors industrials valencians. Revertir les xifres d'atur existents del 90% a nivells similars a qualsevol altre sector.

- Afavorir la contractació d'actors i actrius valencians en papers protagonistes. Està demostrat que, a més del simple lloc de treball, esta contractació produeix un efecte prescriptor de la pròpia cinematografia i es imatge de la mateixa. A banda de l'efecte *cridata* per a aquells que varen ser forçats a emigrar.
- Creació d'estructures empresarials valencianes que puguen donar cabuda a la contractació més gran possible de personal especialitzat. Incrementar la mitjana de treballadors per empresa. Durant els anys 2014 i 2015, aquesta mitjana es va veure reduïda de forma dràstica. Amb la implementació d'aquestes mesures podem multiplicar per 10 la mitjana de contractació indefinida de personal.
- El sector audiovisual ha d'estar disposat a reconéixer per als professionals unes condicions laborals concordes a la seua capacitat i preparació, de tal manera que artistes i tècnics siguen la principal eina de qualitat de la indústria. Els convenis reguladors han de ser interpretats com un marc de mínims.
- Promocionar, divulgar i enfortir la llengua valenciana a la Comunitat Valenciana.
- Enfortir la presència de la dona a través de la llei de paritat en equips artístics i tècnics i valorar aquells treballs que així ho facen.
- Promocionar la diversitat cultural valenciana a tot el món i en la mateixa comunitat a través de fòrums, setmanes de l'audiovisual valencià. Afavorir, propiciar i donar suport a la coproducció nacional i internacional.
- A través de CulturArts, donar cabuda a tot tipus de continguts culturals valencians: llargs de ficció, d'animació, documentals, multiplataforma, curts, etc.
- A través de la nova RTV autonòmica, donar cabuda a tot tipus de continguts televisius. S'han d'establir convenis de col·laboració entre el sector, CulturArts i la nova RTV perquè aquesta adquireisca drets d'antena sobre els projectes audiovisuals objecte d'ajudes públiques, conforme a les tarifes i condicions de mercat.
- És necessari que totes les competències relacionades amb la qualificació d'obres audiovisuals recaiguen en CulturArts, igual que la concessió de les coproduccions internacionals valencianes.
- Arribar a produir el 100% dels continguts que obtinguen ajuda de CulturArts i si pot ser, que no es retorne l'ajuda i es renuncie a la producció. Per a açò cal formalitzar un finançament adequat per a tots els projectes.
- Aconseguir una contractació entre productores valencianes i la RTV pública que aconseguisca almenys el 33% del pressupost de la cadena.



## 3. INCENTIUS DE LA GENERALITAT VALENCIANA AL SECTOR AUDIOVISUAL

### 3.1 AJUDES DIRECTES

Anualment es convoca una Ordre d'Ajudes a diversos continguts audiovisuals a través de CulturArts. Amb la finalitat de recuperar el sector audiovisual valencià desmantellat després de la crisi ocasionada pel tancament de la cadena autonòmica proposem augmentar la quantia d'aquestes ajudes a 8 milions anuals durant un període de transició, fins que el sector s'haja recuperat i tinga la capacitat productiva adequada per a generar continguts tant per a la nova cadena autonòmica com per a altres cadenes nacionals i estrangeres.

De forma general les ajudes han de ser per a tres anys. En el cas dels projectes d'animació hauria d'estendre's el termini a quatre anys, per les seues especials circumstàncies de producció. El lliurament de còpia final i justificació ha de ser el 30 de novembre de l'any de finalització del termini. Ara bé, en el cas d'acabar el projecte amb anterioritat es podria presentar la còpia final juntament amb l'auditoria de despeses i que l'última part de l'ajuda fóra abonada. Comptar amb el suport de la nostra Comunitat, ens permetria sumar a altres inversors i/o coproductors, disposar dels terminis adequats per a cercar el finançament bancari i tenir millor armats els projectes.

Cal establir fòrmules de pagament per etapes -a l'acceptació de l'ajuda, al començament del rodatge i al lliurament de còpia final i justificació de la despesa- que doten de garanties raonables el desenvolupament de la producció.

Es convenient publicar una única ordre d'ajudes a la producció audiovisual, per a poder redistribuir els recursos en funció del nombre o qualitat de projectes presentats. Una sola empresa o promotor del projecte no podrà acumular més del 10% del total de l'import de les ajudes. No podrà sol·licitar ajuda cap productor que no haja complit amb els requisits marcats l'any anterior.

Els beneficiaris de les ajudes no poden ser empreses amb deutes declarats en sentència ferma o en procés de liquidació. Tampoc podran ser beneficiaris els projectes que tinguen un productor executiu que participe d'alguna empresa que sostinga deutes similars a les que ja estan determinades.

Es crearà un òrgan de control dins de CulturArts per a dur a terme el seguiment i fiscalització dels projectes subvencionats, generant *check-points* de verificació a l'inici de rodatge, meitat de rodatge i finalització, consultant l'estat de la postproducció, i concentrant-se no solament en l'aspecte econòmic, sinó també en el compliment de les característiques de guió, pla de treball, finançament, contractes de distribució i exhibició, acords amb televisions, etc. En definitiva, totes les característiques del projecte que s'han exposat en la sol·licitud de la subvenció i que entenem com un contracte d'obligat compliment per a rebre l'ajuda, ja que sobre aqueixes premisses ha

sigut concedida. Qualsevol modificació sobre el projecte original haurà de ser comunicada i autoritzada per CulturArts.

## 3.2 DESGRAVAMENTS FISCALS

### 3.2.1 Principis generals

El cinema és percebut actualment com un fenomen de gran rellevància, i açò des d'una doble perspectiva: d'una banda, des de la perspectiva social i cultural, en tractar-se d'un mitjà d'expressió artística d'alt impacte que conjumina diferents disciplines artístiques (interpretació, música, literatura, fotografia, etc.); per una altra, des de la perspectiva econòmica, pels beneficis directes derivats dels seus ingressos, la creació d'ocupació i la capacitat de contribuir a la difusió cultural del país d'origen.

El resultat econòmic d'aquest sector no ha de valorar-se únicament en termes de recaptació o nombre d'espectadors, sinó també en relació amb l'impacte econòmic directe i indirecte que els rodatges generen en l'economia d'un país. La repercussió econòmica d'un rodatge es tradueix en la mateixa activitat econòmica de les empreses productores, en les compres i inversions realitzades per la resta de companyies del sector cinematogràfic, i en el propi consum privat que duen a terme els treballadors del sector.

El cinema produeix un ressenyable impacte en la imatge que Espanya projecta a l'exterior contribuint a la revaloració de la marca Espanya i, com a conseqüència, al desenvolupament del sector turístic. Els efectes directes i indirectes en el pla econòmic es produeixen no solament en el procés que va des de l'elecció de la localització cinematogràfica fins al rodatge, sinó també posteriorment com a conseqüència de l'aparició en les pantalles dels espais triats per a la producció.

La difusió cultural que es produeix amb la projecció d'un lloc geogràfic determinat és molt rellevant des del punt de vista econòmic i desplega els seus efectes en un àmbit multisectorial i durant un llarg període de temps, ja que incita a visitar els llocs mostrats per les pel·lícules. Aqueix concepte de turisme cinematogràfic ha sigut explotat durant dècades per altres països (principalment els Estats Units), i posseeix gran potencial en el nostre, no solament en relació amb espectadors estrangers, també amb el propi turisme interior entre diferents regions de la geografia espanyola. Un exemple d'aquest moviment turístic és la pel·lícula índia *'Solament es viu una vegada'* (*'Zindagi na milegi dobara'*, Zoya Akhtar 2011), rodada a Espanya, i que segons dades de la *Spanish Film Commission* ha tingut com a primera conseqüència la visita de 40.000 hindús al nostre país, estimant-se que el nombre de visites podria arribar fins a les 150.000 persones.

Cal destacar la importància del desenvolupament econòmic associat a la indústria cinematogràfica. Segons dades de la Secretaria d'Estat de Cultura, cada euro públic invertit en l'audiovisual suposa un impacte econòmic directe d'entre quatre i sis euros, i l'impacte total (incloent-hi beneficis directes, indirectes i induïts) pot rondar els 15 euros.

És una necessitat, per a atraure producció estrangera, dissenyar un incentiu atractiu que pugui competir amb els que ja està en funcionament en altres països del nostre entorn. L'experiència evidencia que el 30% del pressupost d'una producció es queda en el lloc que acull el rodatge. Els incentius fiscals a l'audiovisual atrauen rodatges, generen inversió privada i fan florir la indústria.

Alguns exemples: el Regne Unit ofereix un 25% de devolució per despeses locals, sense límit, tant per a projectes cinematogràfics com televisius. França un 20%, amb un límit de 10 milions d'euros per projecte. Alemanya pot arribar fins a un 25%. Itàlia, Malta, o països com Sud-àfrica, Austràlia, Nova Zelanda i Canadà són encara més generosos en les seues ofertes.

Les xifres ho demostren. A Alemanya, entre els anys 2007 i 2009, es van rodar 109 pel·lícules no alemanyes, amb una despesa local de 739 milions de dòlars, a canvi el Fons Federal va retornar als productors 117 milions de dòlars.

### **3.2.2 Incentius fiscals a Espanya**

Com a norma general en tots els territoris -excepte a Canàries, País Basc i Navarra- s'estableix un doble incentiu fiscal. D'una banda, la deducció a les inversions en produccions espanyoles, i per un altre, les deduccions per rodatges de pel·lícules i altres obres audiovisuals estrangeres a Espanya.

#### ***Deducció a les inversions en produccions espanyoles***

Segons la **Llei 55/2007 de 28 de desembre, del Cinema**. Article 21. Incentius fiscals:

1. Els incentius fiscals aplicables al sector de la cinematografia seran els establits en la normativa tributària amb les especialitats previstes en aquesta llei.
2. Per a un millor aprofitament dels incentius fiscals previstos en la normativa tributària, en particular els regulats en els articles 34.1 i 38.2 del text refós de la Llei de l'Impost de Societats, aprovat pel Reial Decret Legislatiu 4/2004, de 5 de març, l'Institut de la Cinematografia i de les Arts Audiovisuals fomentarà la constitució d'agrupacions d'interés econòmic (AIE) d'acord amb el previst en la Llei 12/1991, de 29 de desembre, d'agrupacions d'interés econòmic, a les quals resultarà d'aplicació el règim fiscal establert en els articles 48 i 49 del citat text refós i altra normativa de desenvolupament.
3. Per a les inversions en produccions espanyoles les condicions que s'estableixen són les següents: 20% de deducció sobre el primer milió invertit i 18% sobre la quantitat que excedisca d'un milió. S'estableix un límit màxim de 3 milions per projecte per a aquest tipus de deducció.

#### ***Deduccions per rodatges de pel·lícules i altres obres audiovisuals estrangeres a Espanya***

Les deduccions per al rodatge de produccions estrangeres a Espanya que s'estableixen són: que les despeses elegibles realitzades a Espanya superen un milió d'euros, un tipus del 15%, i un límit màxim per projecte de 2,5 milions d'euros. En cas que la quota

sigua insuficient, el beneficiari podrà sol·licitar el seu abonament a l'administració tributària (monetització).

### 3.2.3 Repercussió econòmica per a l'Estat

Centrant-nos en els aspectes quantitius, què podria representar per a les arques de l'Estat, en termes d'ingressos directes, el rodatge d'una pel·lícula de pressupost mitjà-alt en el nostre país? Prenguem les següents dades de partida:

- a) 21% IVA sobre serveis per a fer la pel·lícula.
- b) Retenció IRPF salaris: 15-25% de mitjana sobre capítols 2 i 3 (personal).
- c) Seguretat social: 34% sobre capítols 2 i 3.

Tenint en compte que els capítols 2 i 3 solen ser un 40% del pressupost i un 60% seria el cost dels altres serveis i subministraments adquirits per al rodatge, per a una producció amb un pressupost a Espanya de 10 milions d'euros, els ingressos pels diferents conceptes serien:

- a) IVA: 21% sobre 6.000.000 € = 1.260.000 €
- b) IRPF: 20% sobre 4.000.000 € = € 800.000 €
- c) Seguretat Social: 34% sobre 4.000.000 € = 1.360.000 €

La qual cosa ens donaria un total de 3.420.000 euros, equivalent al 34% del cost de la pel·lícula gastat a Espanya. Xifres molt poc definides, centrades en uns aspectes purament quantitius, que no contempen les consideracions de tipus intangible esmentades anteriorment.

### 3.2.4 Deduccions fiscals a Canàries

En el Parlament de Canàries va tenir lloc un fet pràcticament insòlit en el nostre país a principis de 2009. Tots els grups polítics, de manera unànime, van aprovar que el sector audiovisual havia de ser declarat com a sector estratègic per a l'economia illenca. Aquest pas, que pot semblar xicotet, demostra que estem enfront d'un dels sectors *“amb projecció econòmica, amb grans possibilitats de creixement i que implica un efecte d'arrossegament de gran dimensió sobre altres sectors de l'economia”*. Són paraules de Xerach Gutiérrez, Director General de Cultura del Govern de Canàries, que es mostra plenament compromès amb la importància de seguir atraient rodatges a les illes.

Arran d'aquest fet, en 2009, a través del Decret 18/2009, de 10 de febrer es va crear el Registre d'Empreses i Obres Audiovisuals de Canàries, a través del qual s'estableixen els instruments per a registrar-se i poder obtenir el Certificat d'Obra Audiovisual Canària, el qual és necessari per a poder accedir als incentius. Per a obtenir aquest títol, l'empresa ha d'estar inscrita en el Registre d'Empreses Audiovisuals de Canàries i, una vegada superat aquest tràmit han de rodar un mínim de dues setmanes a Canàries, siga en interiors o exteriors; han de contractar professionals locals (mínim un cap d'equip o un actor principal o secundari), si hi ha un productor canari, la seua

aportació ha de superar el 20% del cost i si és una coproducció, el productor ha d'aportar més del 10% i menys del 25%.

Els productors poden, des d'aqueix moment, deduir-se un 38% del cost total de la pel·lícula sense cap límit a la deducció (davant del 18% en el règim general aplicat en tota Espanya) i un 25% per al coproductor financer (davant del 5% en la resta d'Espanya). D'aquest 38% només poden beneficiar-se inversors amb domicili fiscal o establiment permanent a Canàries. Aquesta diferència percentual de 20 punts de les illes respecte a la península data de 1991, any en el qual s'aprova una llei que estableix que els tipus aplicables sobre les inversions realitzades a Canàries tindran un diferencial mínim de 20 punts percentuals superiors als del règim general (Llei estatal 20/1991, on es regula la modificació dels aspectes fiscals del Règim Econòmic Fiscal de Canàries).

Si en 2009 es van rodar en les illes dues produccions aprofitant-se a les AIE, en 2012 ho van fer quatre i en 2014 altres 12.

A més existeix una deducció per a rodatges de pel·lícules i altres obres audiovisuals rodades a Canàries d'un 35% de deducció fiscal, enfront del 15% de la resta de l'Estat espanyol.

### **3.2.5 Deduccions fiscals al País Basc i Navarra**

Les tres Hisendes Forals del País Basc compten amb el seu propi règim fiscal i marc regulador que li permet millorar els seus incentius fiscals respecte a la resta d'Espanya. Les deduccions per inversions en produccions cinematogràfiques aconseguen el 30% de la inversió realitzada al País Basc, enfront del 18% que s'aplica en l'Estat. La Comissió Europea ha donat vistiplau a les deduccions establides.

Navarra compta amb el seu propi règim fiscal i marc regulador que li permet millorar els seus incentius fiscals respecte a la resta d'Espanya. Les deduccions per inversions en produccions cinematogràfiques estan regulades en l'article 70 de la Llei Foral 24/1996, de 30 de desembre, de l'Impost de Societats:

1. Deduccions per inversions en produccions espanyoles de llargmetratges cinematogràfics i de sèries audiovisuals de ficció, animació o documentals que permeten la confecció d'un suport físic previ a la seua producció industrial seriada. (Art. 70.1 de la Llei Foral 24/1996): deducció del 35% per a les despeses realitzades en territori navarrés.
2. Deduccions per execució pels productors registrats en el Registre d'Empreses Cinematogràfiques, del Ministeri d'Educació, Cultura i Esport, d'una producció de llargmetratges cinematogràfics o d'obres audiovisuals que permeten la confecció d'un suport físic previ a la seua producció industrial seriada (Art. 70.2 de la Llei Foral 24/1996): deducció del 35% per a les despeses realitzades en territori navarrés, complint uns requisits mínims.

### 3.2.6 Possibles solucions per a implantar a la Comunitat Valenciana

Segons es desprén de totes les dades anteriors a la Comunitat Valenciana, ens trobem davant un greuge comparatiu front a les comunitats de Canàries, País Basc i Navarra. És lògic pensar que davant aquesta situació els rodatges estrangers que pretenguen venir a Espanya triaran aquestes comunitats per motius de simple rendibilitat econòmica.

Les possibles solucions s'haurien de dirigir tant al desgravament fiscal com als incentius a rodatges estrangers.

Quant al **desgravament fiscal**, la GVA incrementaria del 18% al 38%, amb la incorporació d'un desgravament fiscal sobre persones físiques del tram autonòmic del qual té plenes competències la GVA. D'aqueixa forma si el soci inversor valencià d'una AIE és persona física, podria obtenir un desgravament fiscal total del 38%. Açò faria que poguera realitzar una aportació superior (més del doble) a la producció cinematogràfica.

Les conseqüències positives per a la Comunitat Valenciana serien molt importants, ja que es podrien invertir en producció -tan sols cinematogràfica-, més de 150 milions anuals, amb la repercussió econòmica que podria tenir quant a generació de llocs de treball, inversió i beneficis empresarials, reactivació del sector audiovisual valencià, dinamització de territoris castigats per la crisi (zones del joguet, calçat, tèxtil), etc.

Quant a la recaptació d'impostos a la Comunitat Valenciana s'incrementarien els ingressos per la Seguretat Social, IRPF i IVA de tot l'invertit. Per tant un minvament en la recaptació de l'impost sobre les persones físiques, vindria compensant molt àmpliament per tots els altres índexs d'ingressos.

Les conseqüències negatives no existeixen ja que, si no s'inverteix aquesta quantitat, no hi haurà desgravament fiscal; per tant, no existirà minvament en la recaptació de l'impost sobre les persones físiques. En aquests moments no existeix ni aquesta inversió ni aquesta recaptació.

### 3.3 INCENTIUS PER A RODATGES NACIONALS I ESTRANGERS

Per a l'incentiu de rodatges estrangers a la Comunitat Valenciana s'hauria de negociar un tipus de bonificació amb el Ministeri d'Hisenda amb un desgravament/bonificació a manera de promoció de la marca de la Comunitat Valenciana, tipus America's Cup o Volvo Ocean Race d'Alacant, les quals ofereixen uns desgravaments importants a les marques que inclouen els logotips d'aquests esdeveniments en la seua publicitat. La GVA a través del Ministeri d'Hisenda hauria d'implementar uns incentius del 15% addicional als ja existents, per tal d'aconseguir la mateixa xifra que a Canàries i País Basc. Per a tot açò s'ha d'impulsar de forma coordinada la *Film Comission* de la Comunitat Valenciana.

### 3.3.1 Promoció de la Comunitat Valenciana com a escenari de rodatges. Activació de la Film Commission i Film Office

#### *Què és una Film Commission?*

Les Film Commission o Oficines de Promoció Audiovisual són entitats de caràcter públic destinades a facilitar l'accés de les productores locals, nacionals o internacionals a tota aquella informació útil i necessària en la presa de decisions referent a la realització d'un rodatge o altres activitats audiovisuals en un determinat territori.

Les *Film Commission* existeixen a tot el món, especialment en llocs on la indústria cinematogràfica i audiovisual està madura, i són un poderós mitjà de promoció turística i de desenvolupament econòmic. Una eina innovadora, basada en noves tecnologies, susceptible d'una implantació àgil, quasi immediata i d'una renovació i actualització de continguts permanent. Una *Film Commission*, sense fi de lucre i amb una finalitat pública pot aconseguir a través de les produccions audiovisuals que es desenvolupen en el seu territori, una nova forma de promoció i generació de riquesa que es projecta sobre empreses i professionals no solament per al sector audiovisual sinó per a la resta de serveis.

S'obté una repercussió directa quant a la despesa directa qualificable de la productora en el territori –lloguers, càtering, hotels, contractació de professionals locals, etc.- i també indirecta, associada a la publicitat que generen i que suposa un augment multiplicador de la promoció exterior i fins i tot un augment de les visites turístiques.

#### *Models de Film Commission*

No obstant açò, és necessari apuntar que a partir d'aquesta definició existeixen diversos models de *Film Commission* adaptats generalment a les característiques del territori en el qual naix, o fins i tot atenent als interessos de les entitats públiques o institucions que les impulsen.

Les *Film Commission* es consideren sempre entitats sense ànim de lucre, nascudes de la voluntat de les institucions públiques per generar un instrument de promoció exterior del territori i multiplicador de riquesa per la seua incidència en nombrosos sectors econòmics –el 30% de les inversions en un rodatge reverteixen com a inversió local tant en empreses vinculades amb el sector audiovisual com a productores, empreses de servei, logística..., com de restauració, hostaleria, etc.- La promoció tant directa (la mateixa obra audiovisual) com a indirecta (TV, ràdio, premsa, revistes, etc.) de la zona està garantida.

Les *Film Commission* han actualitzat el seu paper a més com a instruments impulsors del sector audiovisual local, sens dubte un sector econòmic de gran importància en el present i en el futur, generant un efecte arrossegue en la resta de sectors econòmics, aconseguint enfortir la seua competitivitat i generant sinergies de col·laboració en l'àmbit nacional i internacional. És a dir, que és també un element de promoció per a la indústria audiovisual i per a la pròpia zona en la qual opera.

A partir del que s'ha dit, tenim models que relacionen directament *Film Commission* i desenvolupament turístic com les *Film Commission* d'Andalusia –impulsada en el seu naixement per la RTVA- y Canàries, o encaminades a la promoció internacional del sector audiovisual com Galícia, o a l'enfortiment intern d'aquest sector per a intentar obtenir el lideratge del desenvolupament audiovisual a Espanya com en els casos de Madrid i Barcelona que, fins al moment, han sigut referència en producció audiovisual.

És per açò que moltes d'elles han nascut de la voluntat d'institucions locals, i concretament d'ajuntaments, que han acabat fecundat en una xarxa autonòmica. És el cas de Barcelona/Catalunya; de Canàries (Tenerife i Gran Canària); Andalusia, que posseeix una xarxa quasi equivalent a cadascuna de les seues províncies; Galícia, que va començar amb l'oficina de Santiago de Compostel·la; Euskadi, que va començar amb Bilbao, etc.

### ***Objectius que promouen les Film Commission***

A continuació es relacionen els objectius bàsics que assenyalen de forma genèrica les *Film Commission*

- Fomentar i promocionar la imatge de la comunitat com a enclavament de rodatges de pel·lícules, espots, anuncis, curtmetratges o altres activitats cinematogràfiques.
- Servir d'imatge institucional per a les accions de promoció exterior.
- Representar a la comunitat en les principals fires i missions comercials internacionals de l'audiovisual.
- Actuar com a referència en la política informativa de l'audiovisual cap a l'exterior.
- Impulsar una línia informativa dirigida al sector sobre aspectes relacionats amb la comercialització internacional.
- Promocionar la comunitat com a entorn competitiu, idoni per al desenvolupament de projectes empresarials en el camp audiovisual.
- Ser un punt de trobada entre professionals del sector, tant locals com internacionals.
- Dinamitzar el sector i contribuir a activar el sector audiovisual.
- Publicitar i donar a conèixer festivals locals tant en l'àmbit local com en l'internacional, per a incrementar el seu prestigi, l'assistència de públic i la seua repercussió mediàtica.
- Agilitació dels tràmits per a obtenir els permisos de rodatge en el menor termini i al mínim cost possible.
- Promoció internacional com un plató idoni per al rodatge de produccions audiovisuals.
- Tot açò repercutirà en suports a la filmació, els beneficiaris de la qual seran: productores audiovisuals, empreses de serveis, tot tipus de professionals i empreses de serveis logístics.
- Amb aquestes filmacions es produirà una inversió en la comunitat i llocs de treballs en el sector audiovisual.



- Facilitar les relacions de les productores audiovisuals amb els serveis i instal·lacions de la indústria en la comunitat, proporcionant tota classe d'assessorament i informació referent a la tramitació de permisos, servei d'assistència en rodatges, cerca de localitzacions y permanent relació amb la comunitat, les companyies productores i la institució..

### **Comunitat Valenciana Film Commission en la xarxa**

La *Film Commission* com a base de dades logístiques inclou dades geogràfiques, artístics, etc., disponibles directament en Internet. Una vegada que l'usuari accedeix a la web de la Film Commission, se li permet seleccionar una localització (un lloc on rodar) i informar-se on line de totes les dades per a prendre decisions, tant de producció com de tipus artístic (hores de llum, permisos, proximitat a un aeroport, accessos, etc.).

- Tramitació i agilitació dels permisos de rodatge.
- Oficina tècnica d'enllaç entre les productores foranes amb les de la nostra Comunitat, base fonamental per a coproduccions i serveis de producció.
- Informació actualitzada de professionals i empreses de producció i serveis.
- Servei d'ajuda per a la cerca de localitzacions.
- Àmplia informació sobre mitjans logístics de la regió a través de pàgina web i guia audiovisual
- Assistència de suport al productor durant el temps que dure el rodatge.
- Oficina d'enllaç amb la resta de *Film Commission* nacionals i internacionals.
- Localitzacions: informació seleccionada amb criteri d'idoneïtat per a una producció audiovisual (descripció, adreça de contacte, ubicació, accessibilitat, recomanacions).
- Entorn geogràfic: geografia física, política i humana. Meteorologia: temperatures, precipitacions, disponibilitat de llum solar, característiques atmosfèriques.
- Mitjà etnològic i cultural: costums, festes, labors agrícoles tradicionals, arquitectura, gastronomia/vins, llegendes.
- Serveis logístics: manutenció, allotjament, mitjans de transport, fonts de proveïment energètic, centres d'informació i documentació.
- Mitjans de comunicació: en la web, premsa, ràdio, televisió, agències
- Productores i serveis tècnics: dades de l'empresa, especialitat, projectes, premis i reconeixements.
- Promoció del territori que representa. Per al màrqueting dels seus serveis, és necessària la realització d'uns suports físics i audiovisuals.

A través d'una pàgina web, *Comunitat Valenciana Film Commission* planteja la necessitat de crear una xarxa per a oferir la possibilitat als municipis amb menors recursos econòmics de poder accedir a aquest aparador internacional del món audiovisual amb la seua pròpia pàgina web i selecció de localitzacions escollides.

### ***Singularitat de la Comunitat Valenciana***

La Comunitat Valenciana té una sèrie de característiques i avantatges que fan d'ella un lloc privilegiat per a les filmacions i produccions audiovisuals.

- Una variada tipologia d'espais naturals, urbans, monumentals, interiors, etc., per a cobrir un ampli espectre de temàtiques i localitzacions audiovisuals.
- Actors i actrius de diverses procedències que han establert el seu domicili a la Comunitat Valenciana.
- Gran versatilitat i condicions climatològiques idònies per al rodatge d'exteriors per la favorable relació d'hores de sol a l'any.
- Un sector professional audiovisual altament qualificat susceptible de proporcionar una part important de les necessitats tècniques i humanes necessàries per a una producció.
- Una comunitat moderna, ben equipada i perfectament comunicada amb les més importants capitals del món.

De fet, donades aquestes característiques, ja existeix, d'una manera espontània un flux de produccions audiovisuals a València, en les quals, no obstant açò, la nostra comunitat ha jugat un paper passiu sense la rendibilització potencial que aquesta indústria genera.

Així doncs, es tracta d'estructurar aquesta oferta dins d'una àmplia estratègia de mercat i donar la confiança suficient a les companyies productores per a atraure un major nombre d'inversions audiovisuals amb el valor real i afegit que açò suposa per a la Comunitat Valenciana..

### ***Impacte econòmic***

Cada rodatge audiovisual genera en el territori escollit un gran moviment econòmic que produeix ocupacions directes, relançant tot el teixit productiu cinematogràfic, (empreses, creatius, actors i actrius, etc.), i genera un bon nombre d'ocupacions indirectes dels sectors auxiliars implicats: fusters, tècnics electrònics i elèctrics, decoradors, auxiliars, il·luminadors, personal de maquillatge i perruqueria, càtering i hostaleria en general, turisme rural, alimentació i productes regionals, denominacions d'origen, etc.

A tot açò cal afegir que el rodatge d'una pel·lícula o d'un documental permet donar a conèixer un territori, la qual cosa suposa una influència directa en la qualitat i quantitat en la promoció exterior.

En l'actualitat existeix una àmplia classificació de rodats: programes i reportatges de TV, espots publicitaris, foto fixa i publicitària, vídeos corporatius, documentals, curtmetratges, sèries de TV, retransmissions/informatius, videoclips, llargmetratges, TV movies i animació.

Per la peculiar naturalesa de la seua activitat, la riquesa que pot generar *Comunitat Valenciana Film Commission* no solament ha de ser valorada en termes industrials i econòmics, sinó que l'audiovisual conté un important valor afegit per a la imatge, cultura i societat valencianes.

Un llargmetratge pot donar ocupació a una mitjana de 233 artistes i tècnics, una TV movie a 106 i un espot publicitari a 86. Durant el rodatge d'una pel·lícula per a televisió o d'una xicoteta producció cinematogràfica se solen ocupar una mitjana de 50 places hoteleres durant 45 nits.

Tot açò presenta una cascada d'efectes beneficiosos:

- Facilitar la contractació amb les empreses de servei del sector audiovisual que al seu torn donen ocupació als professionals del sector de la regió millorant la seua experiència professional i facilitant el contacte amb el mercat internacional.
- Mantenir, i fins i tot incrementar, els avantatges competitius de la Comunitat Valenciana.
- Augmentar els índexs de professionalització de l'entorn audiovisual, facilitant la seua internacionalització i aproximant-la a la de les indústries audiovisuals més potents.
- Facilitar un flux de coproduccions amb productores valencianes, televisions autonòmiques i locals, operadors de cable, etc.
- Optimitzar els mitjans materials i tècnics de la regió.
- Cobrir places hoteleres i altres serveis turístics.
- Rendibilitzar al màxim monuments tant públics com privats.
- Promocionar el turisme a la Comunitat Valenciana projectant en l'àmbit mundial les diverses imatges de la Comunitat, la seua realitat paisatgística, social i cultural.
- El 30% del pressupost d'una producció audiovisual recau en la localització prevista, amb tot el que pot implicar per als sectors autòctons de transport, hostaleria, etc.
- La producció estarà formada en gran manera per personal tècnic, artístic i de suport del propi lloc, la qual cosa comporta la consegüent repercussió en l'ocupació directa i indirecta.
- La pròpia ubicació de la producció repercuteix en l'atracció turística cap a la comunitat.

I un ampli nombre de beneficiats:

- El sector audiovisual valencià, en el seu conjunt.
- Empreses valencianes proveïdores de serveis.
- Sectors auxiliars proveïdors de logística.
- Administracions públiques (ajuntaments, patronats provincials de turisme, diputacions provincials, Generalitat Valenciana, etc.).
- Les empreses productores nacionals o internacionals, ja que podran disposar d'una informació que els facilite la presa de decisions sobre les

millors localitzacions per a situar les seues produccions y de el *know how* dels professionals valencians del sector.

- Donada la relació entre la producció audiovisual i el territori, l'ocupació en el sector, i afins, serà la repercussió més tangible.

### ***Estructures supra-autonòmiques per a les Films Commissions***

#### ➤ **Spain Film Commission (SFC)**

És l'organització nacional que agrupa a les oficines de promoció de rodatges existents a Espanya i el seu objectiu principal consisteix a atraure a productors estrangers perquè roden en el nostre país, utilitzant el teixit empresarial i professional espanyol.

La SFC ha generat eines de gestió com la Guia de Producció Audiovisual Espanyola així com els serveis propis de cadascuna de les *Film Commission* repartides per la nostra geografia o facilitar als productors les localitzacions, permisos, informació sobre la climatologia, l'etnologia, els serveis tècnics i logístics, els recursos artístics i els requisits legals i financers.

*Spain Film Commission* és l'entitat que agrupa a totes les *Film Commission* i *Film Offices* que operen a Espanya. Es va constituir el 26 de març de 2001, en la seu de l'Institut de Ciències i Arts Audiovisuals (ICAA).

#### ➤ **Associació Internacional de Comissionats o Film Commissioner (AFCI)**

Les *Film Commission* estan registrades a través d'aquest organisme internacional. És l'organització professional oficial sense ànim de lucre, que arreplega totes les *Film Commission* oficials i dóna formació i ajuda als *Film Commissioner*.

Hi ha més de 300 membres de AFCI de comissions de cinema de tot el món, que abasten quasi tots els continents. La AFCI assenyala: "*allà on vaja amb la seua següent producció, en general es pot trobar una Film Commission per a ajudar-lo*".

#### ➤ **European Union Film Commission Network**

Les *Film Commission* europees estan agrupades en una associació amb seu a Brussel·les. Entre els seus objectius, intercanviar experiències i promoure iniciatives conjuntes.

#### ➤ **Film Commissions en el món**

A Canadà es van introduir des de l'any 1997 els diferents programes nacionals i regionals d'incentius fiscals que permeten la devolució de fins a un 35% de les despeses de contractació de personal local, o fins a un 22,5% de les despeses totals de producció, i que han permés capturar gran part de les produccions que abans es realitzaven als EUA

Amb aquesta regulació, la *Film Commission* de Manitoba (Canadà), per exemple, va veure créixer la producció estrangera en la seua regió pràcticament de zero l'any 1998 a 25,4 milions de dòlars en 2001. El total de produccions independents i estrangeres van créixer d'aproximadament 17 milions de dòlars en 1998 a 50 milions de dòlars en 2001.

D'altra banda, la *British Columbia Film Commission* (Canadà), representant al centre més gran de producció de Nord Amèrica, darrere de Nova York i Los Angeles, va veure incrementar la producció estrangera l'any 2001 amb un 12,5%, fins als 856,8 milions de dòlars, malgrat la incertesa causada per l'amenaça de vaga de l'Associació d'Actors i Guionistes dels EUA i els atemptats de l'11 de setembre. L'estadística de la BCFC mostra un total de 197 produccions en la regió l'any 2001, de les quals 113 eren canadenques, per un valor de 251,6 milions de dòlars i 84 eren estrangeres per valor dels 856,8 milions de dòlars esmentats anteriorment.

Aquests bons resultats així mateix van donar lloc, l'any 2002, al projecte de construcció d'un nou centre de producció a Torontó amb la participació dels *Pinewood Shepperton Studios* d'Anglaterra i el director Ridley Scott, així com el projecte dels nous *WonderWorks Studios* a Mont-real, la construcció dels quals va començar també a l'octubre de 2002.

Austràlia va introduir un nou sistema de devolució d'impostos, permetent l'estalvi de fins a un 10% del pressupost total d'una pel·lícula. Amb aquesta mesura el govern australià va pretendre doblegar el nombre de produccions estrangeres en el seu país, i quadruplicar els ingressos.

Nova York és una ciutat que apareix amb gran freqüència en les produccions nord-americanes. El motiu és ben simple: l'alcaldia de la ciutat va crear una *Film Commission*, la *New York State Governor's Office for Motion Picture&TV Development*, que ofereix els serveis de la ciutat de forma gratuïta (policia, cos de bombers, etc.) a més d'una gran rapidesa i agilitat en la gestió de qualsevol sol·licitud de rodatge. En definitiva es tracta d'una comunitat que està acostumada a tractar amb productors, per la qual cosa el resultat és que gran part de les produccions americanes es roden en la ciutat dels gratacels.

L'estat de Texas (EE.UU) d'altra banda, a través de la *Texas Film Commission* ofereix unes deduccions fiscals sobre els materials i serveis comprats o llogats durant la producció, permetent així un estalvi de fins a 8,25% de les despeses totals de producció. A més a més, gran part dels serveis col·laterals a la producció estan exempts d'impostos.

A França, el *Centre National de Cinéma*, entitat a la qual pertanyen la *Commission National du Film France*, ha creat un fons d'ajuda al cinema que, entre altres assoliments, ha aconseguit incrementar considerablement el nombre de coproduccions franceses.

Amb aquest tipus d'ajudes els productors veuen facilitada la seua gestió i redueixen els seus costos directes i indirectes, disposant en el territori d'interlocutors especialitzats i qualificats en la indústria audiovisual proporcionant una confiança imprescindible per als directors i productors.

## 4. APERTURA DE LA NOVA RTV. CONTRACTACIÓ DE CONTINGUTS

La Llei de Comunicació Audiovisual arreplega el dret a una programació que reflectisca la diversitat cultural i lingüística de la ciutadania. També contempla que les comunitats autònomes amb llengua pròpia podran aprovar normes addicionals amb la finalitat de promoure la producció audiovisual en la seua llengua pròpia. En aquest sentit proposem regular en la nova RTV autonòmica una quota de pantalla mínima per a produccions europees del 60% i d'un 40% per a obres valencianes, especialment en les hores de gran audiència. Es tracta d'una mesura que ja s'aplica a França i que ha convertit al seu sector audiovisual en un dels més importants del món<sup>2</sup>.

### 4.1 APERTURA DE LA RTV PÚBLICA

Segons el que s'arreplega a l'informe de MESAV '*Cap a un Nou Espai Audiovisual. Versió 2.0'*, de març de 2015, la nova RTV pública que sorgirà del procés esmentat anteriorment hauria d'enquadrar-se en els paràmetres següents: emissió íntegrament en valencià, assumint el cent per cent de la producció d'informatius i esports, així com un percentatge dels programes divulgatius, infantils i juvenils.

- És fonamental definir els objectius del servei de radiotelevisió mitjançant l'aprovació per les Corts Valencianes d'un Mandat Marc i un Contracte Programa.
- La plantilla hauria de ser la suficient per a oferir un producte de la màxima qualitat, tenint en compte que el model que es proposa és el d'una corporació multimèdia que englobe dues cadenes de televisió, almenys una cadena de ràdio i tots els serveis audiovisuals *on line* que la tecnologia actual i futura permeta. Encara així, aquesta plantilla hauria de ser substancialment inferior a la de RTVV SAU en el moment de la fi de les seues emissions.
- De manera general, la producció de ficció (sèries, mini sèries, TVmovies i llarmetratges), programes d'entreteniment i de programes divulgatius (*infoentreteniment*, sèries, documentals, etc.) seran externalitzats. També es formalitzaran convenis de col·laboració amb universitats i organitzacions que garantisquen quotes de participació ciutadana, així com el compliment de les lleis en vigor en matèria de publicitat.
- El pressupost del nou servei de radiotelevisió pública autonòmica tindrà en consideració tres grans blocs:

❖ **BLOC I:** un màxim del 33% estarà dirigit a sufragar el capítol de despeses de personal.

<sup>2</sup> Font: <http://www.otroscines.com/nota?idnota=1434>

- ❖ **BLOC II:** un 33% cobrirà les despeses relatives a producció d'informatius, esports i esdeveniments festius o de qualsevol naturalesa, compres d'equipament, serveis administratius, jurídics, manteniment, lloguers, compra de producció aliena, doblatge<sup>3</sup> i aquells derivats de l'activitat corrent que pugua generar el servei.
  - ❖ **BLOC III:** un mínim del 33% anirà dirigit a sufragar la producció pròpia externalitzada per part de productores valencianes, amb l'obligatorietat de la utilització d'empreses de servei, estudis de sonorització homologats i professionals valencians.
- Els ingressos vindrien fonamentalment de l'aportació pública (entre 25 i 40 euros com a mínim per habitant/any, **la més reduïda de totes les televisions autonòmiques**), però també de la publicitat, els patrocinis i la comercialització de productes. S'establiran fórmules d'intercanvi de continguts amb altres ràdios i televisions locals, autonòmiques i regionals d'àmbit europeu.
  - Se signarà un **ACORD MARC** entre la Generalitat Valenciana, la RTV pública i totes les associacions del sector audiovisual valencià amb els acords adoptats.
  - Es formarà una **COMISSIÓ MIXTA** entre la GVA, la RTV pública i representants del sector audiovisual, amb reunions mensuals per al seguiment de l'acord i avaluació dels resultats sobre contractació i audiències, definint estratègies de programació que afavorisquen la presentació de formats per part de les productores valencianes.
  - A l'**ACORD MARC** es redactarà una clàusula de compromís per a evitar l'alteració dels percentatges establits per a cadascun dels blocs descrits: despeses de personal, producció pròpia interna i producció pròpia externa. També caldria establir fórmules perquè, en determinades circumstàncies conjunturals aquests percentatges pogueren ser modificats, sempre amb l'acord de totes les parts implicades.
  - En aquest acord s'establiran les normes generals de contractació respecte a l'obligatorietat de comptar amb professionals valencians, formes de pagament, contractació de proveïdors, codi de bones pràctiques, respecte a les condicions laborals dels treballadors i treballadores arrellegades en els convenis col·lectius en vigor de tècnics, actors, guionistes, etc.
  - L'**ACORD MARC** establirà que la contractació del 100% de l'externalització d'entreteniment i ficció es realitzarà mitjançant contractes individuals de programes i no de paquets de programació per lots. L'adjudicació d'aquests programes seguirà els criteris de transparència, qualitat i professionalitat que

---

<sup>3</sup> És convenient establir una quantitat mínima de pressupost que assegure la continuïtat del doblatge en valencià siga el que siga el pressupost de la cadena, ja que el doblatge ha sigut i és una peça clau en la normalització i l'aprenentatge de la nostra llengua i cal protegir eixe instrument fonamental de factors externs que impedisquen a la població, i als xiquets i xiquetes en especial, accedir amb normalitat al consum de productes audiovisuals en valencià



han de regir una RTV pública. Seran contractes per encàrrec de producció amb els drets a negociar amb la cadena.

- Per part del sector se signarà un acord vinculant entre totes les parts per a establir que tot el doblatge es realitze per empreses valencianes homologades per el nou ens. De la mateixa forma, la futura RTV pública comptarà amb empreses de servei valencianes per a la compra i lloguer de material i equipament, així com dels serveis audiovisuals que es requerisquen.
- En el Mandat Marc i el Contracte Programa signat entre la GVA i la RTV pública es reflectiran les estratègies globals de programació, amb continguts enfocats a satisfer les necessitats específiques d'informació, cultura, formació i entreteniment de la societat valenciana, defensar la seua llengua, identitat i pluralisme, així com promoure els valors cívics, estimular la participació democràtica i transmetre una imatge igualitària, plural i no estereotipada d'homes i dones en la societat, utilitzar el llenguatge de forma no sexista, i convertir els mitjans audiovisuals en una eina per a la consecució de la igualtat, l'eradicació de la violència de gènere i la construcció d'una societat més justa que ajude a crear models de referència per a les noves generacions de joves. Tots aquests continguts s'hauran de consensuar amb el sector, respectant l'**ACORD MARC** abans esmentat.
- El futur Consell de l'Audiovisual haurà de garantir la participació equilibrada entre homes i dones als òrgans de gestió i decisió del sector. En aquesta mateixa línia, l'administració haurà d'afavorir la presència de persones expertes en igualtat de gènere als òrgans col·legiats i als comitès assessors dels mitjans públics de comunicació.
- Firma de un convenio entre la RTV pública y CulturArts con el visto bueno del sector audiovisual valenciano. Se establecerá la obligatoriedad por parte de la RTV pública en las coproducciones y/o compras de derechos de emisión de todos los contenidos audiovisuales que hayan obtenido una ayuda de Culturarts.

La reactivació del sector audiovisual i la restitució del servei públic de radiotelevisió autonòmic és també imprescindible per al desenvolupament de la indústria publicitària. La promoció de l'activitat de sectors productius i empreses del nostre àmbit lingüístic i territorial ha de ser una altra de les prioritats. Les marques valencianes necessiten eines de proximitat que faciliten la difusió dels seus missatges i canals per afavorir la seua competitivitat enfront de les grans multinacionals.

## 4.2 COMPLIMENT I CONTROL DE LA INVERSIÓ DEL 6% SEGONS LA LGCA

L'Article 5.3 de la Llei 7/2010 de 21 de març, Llei General de Comunicació Audiovisual (LGCA) diu: *“Els prestadors del servei de comunicació audiovisual televisiva de cobertura estatal o autonomia hauran de contribuir anualment al finançament anticipat de la producció europea de pel·lícules cinematogràfiques, pel·lícules i sèries per a televisió, així com documentals i pel·lícules i sèries d'animació, amb el 5 per 100*

***dels ingressos reportats en l'exercici anterior conforme al seu compte d'explotació.../...Per als prestadors de serveis de comunicació audiovisual de titularitat pública de cobertura estatal o autonòmica està obligació serà del 6 per 100”.***

D'aquesta forma la LGCA obliga als operadors televisius públics i privats (tant nacionals com autonòmics) a invertir/contractar amb productores audiovisuals independents en un percentatge que marca l'art. 5. Percentatge que té la seua base de càlcul en “els ingressos reportats en l'exercici anterior conforme al seu compte d'explotació”; aquesta frase va referida tant a televisions privades com a públiques. Per a aquestes últimes, la LGCA augmenta l'obligatorietat en un 1%, arribant al 6%.

El problema, en tractar-se d'una redacció per a les televisions públiques i privades, es planteja en esbrinar quines partides han de comptabilitzar-se per a obtenir la base de càlcul del 6%. Quins són aqueixos ingressos?

Mentre els ingressos de les privades vénen per vies mercantils i són clars, en el cas de les televisions públiques als limitats ingressos mercantils per publicitat caldria afegir la seua principal font d'ingressos, per al seu funcionament: les aportacions per part de l'erari públic, bé de caràcter nacional o autonòmic. Aquesta quantia, anualment apareix reflectida en els pressupostos generals de l'estat i de les diferents comunitats autònomes.

No obstant açò, a l'hora de realitzar el càlcul del percentatge que han de complir, es a dir, la xifra que es declara, la base disminueix considerablement. En el cas de la Comunitat Valenciana aquesta base s'ha vingut fent sempre prenent exclusivament els ingressos mercantils, i quasi exclusivament ingressos per publicitat, per a calcular aqueix 6%.

La diferència entre la base utilitzada pels anteriors gestors de RTVV i la base fixada incloent les aportacions públiques, en el moment del tancament, fan que RTVV acumulara un desfasament en el compliment pròxim als 200 milions d'euros, segons l'informe elaborat en 2012 per EAVF, la qual cosa va portar a iniciar un procediment administratiu per a aconseguir la compensació d'aquest dèficit al sector valencià.

Nosaltres proposem que la Generalitat adopte, amb base legislativa, les mesures necessàries que asseguren el compliment de la Llei General de Comunicació Audiovisual i la reversió del 6% al sector audiovisual valencià, tenint en compte els següents aspectes

1. Ampliació dels conceptes que conformen part de la base de càlcul del 6% al total de la dotació pressupostària assignada per la Generalitat.
2. Desenvolupament legislatiu, de caràcter autonòmic, que definisca clarament els conceptes a incloure en la base per al càlcul del 6% per a la televisió pública i del 5% per a les privades.

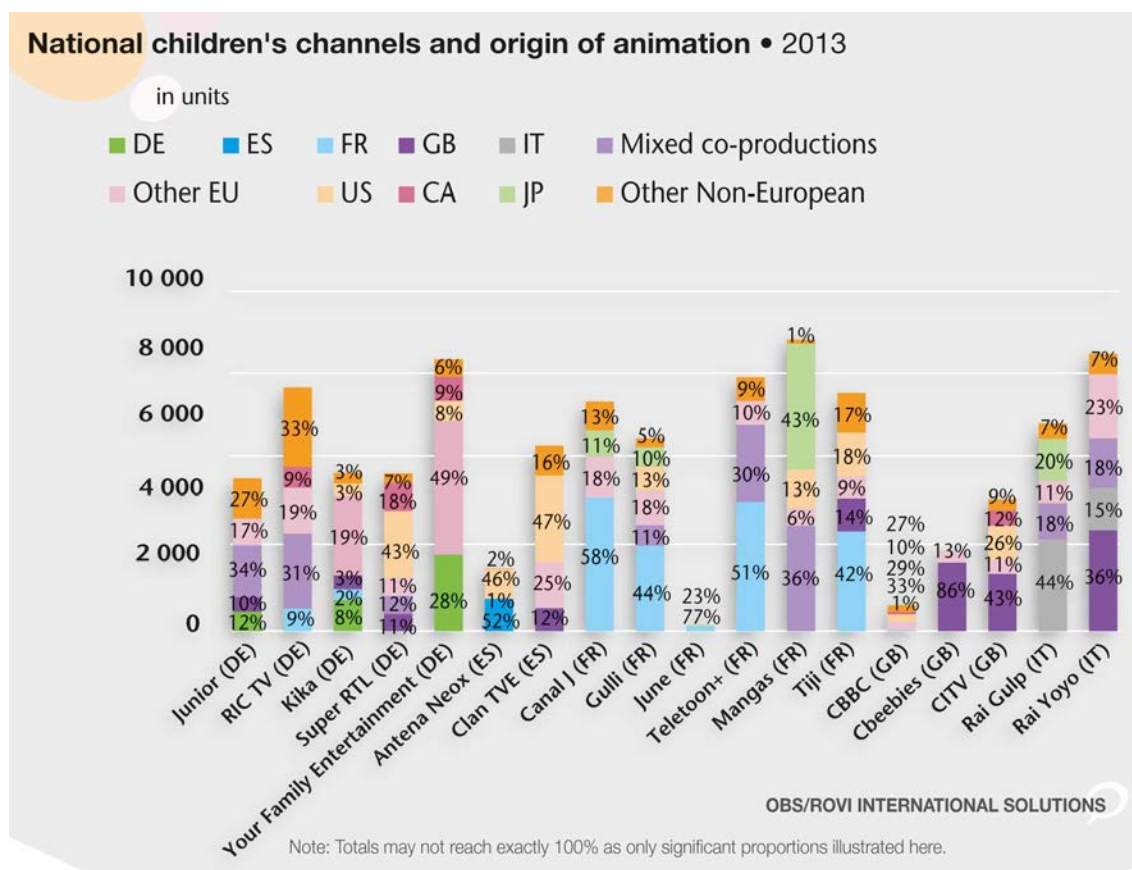
3. Proposta de signatura del conveni, previst en la llei, que garantisca el correcte compliment de la inversió sota criteris de transparència i que garantisquen la seua recepció pel teixit del sector audiovisual valencià. Que incloga, almenys:
  - 3.1. Calendari de reunions periòdiques, mínimes, en garantia del compliment de l'any i plantejament dels següents.
  - 3.2. Determinació de la quantia de la inversió obligatòria total i per tipus de productes a realitzar.
  - 3.3. Descripció del protocol de contractació tendent a l'eliminació dels criteris subjectius.
  - 3.4. Informació detallada anual, per escrit de les produccions adquirides (mínim: títol, any, qualificació, productora, quantia).
  - 3.5. Estaran fora del còmput del 6% les inversions realitzades com a drets de coproducció en les obres audiovisuals, i solament es comptabilitzaran les corresponents a la compra de drets d'antena.

## 5. TVE I CONVENIS AMB ALTRES TV PÚBLIQUES

La Llei de Comunicació Audiovisual de 2010 regula un percentatge mínim del 51% per a l'emissió d'obres europees en TVE i la seua contribució anual al finançament anticipat de la producció europea amb el 6 per 100 del seu pressupost. Tot açò amb la finalitat de garantir el dret a una programació que reflectisca la diversitat cultural i lingüística de la ciutadania.

En 2013 la direcció de TVE reconeixia l'existència d'un gran estoc de pel·lícules espanyoles en les quals havien participat per un total de 158 milions d'euros i de les quals no tenia previsió d'emissió <sup>4</sup>. És difícil veure en TVE pel·lícules de menys de 20 anys doncs no els permeten eixir de l'estoc <sup>5</sup>.

D'altra banda, l'informe europeu *Focus on Animation*<sup>6</sup>, en una comparació de cadenes infantils europees, constata que TVE batia el rècord tant en l'emissió de sèries nord-americanes com en la no emissió de sèries espanyoles.



<sup>4</sup> Font: <http://www.europapress.es/nacional/noticia-rtve-tiene-stock-peliculas-adquiridas-valorado-158-millones-euros-20140805121514.html>

<sup>5</sup> Font: <http://www.elblogdecineespanol.com/?p=15264>

<sup>6</sup> Font: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/news/focus-animation>

Evidentment, si TVE no emet les produccions espanyoles del seu estoc, no garanteix el dret a una programació que reflectisca la diversitat cultural i lingüística de la ciutadania com s'estableix en la llei.

Les institucions valencianes haurien de reclamar a TVE que complisca amb la legislació espanyola i emeta adequadament les obres valencianes en les quals participa, pactant amb els seus productors les franges d'emissió més adequades així com accions promocionals similars a les que realitzen en els llançaments de les produccions de producció pròpia, tant en les seues cadenes com en la seua pàgina web. En el cas de les sèries d'animació hauria de fer-se un mínim de 6 passades anuals durant els dos primers anys.

## 5.1 NEGOCIACIONS AMB TVE. TERRITORIALITZACIÓ DE LA INVERSIÓ

TVE juga un important paper en la dinamització i promoció del cinema a Espanya, amb l'adquisició de drets d'antena de pel·lícules sobre projecte. Aquesta participació permet escometre financerament produccions d'un nivell mitjà i facilita la seua promoció, imprescindible per al seu acostament a l'espectador. A més, el conveni ICO-TVE facilita, mitjançant una línia de finançament específic, l'accés de les productores al crèdit.

Tal com estan actualment estructurades en el nostre país les fonts de finançament d'una pel·lícula, la participació d'un canal de televisió de nivell nacional és condició indispensable per a la viabilitat de qualsevol producció cinematogràfica. Amb la nova modalitat d'ajudes posada en marxa per l'ICAA, açò cobra més rellevància si cap, ja que aquelles pel·lícules que no compten amb la precompra de drets per una televisió d'àmbit nacional, tindran quasi impossible poder accedir al primer filtre de punts establert com a mínim per a accedir a elles.

El panorama televisiu en l'àmbit estatal es caracteritza per una super-concentració en dos grups privats (Mediaset i A3Media) i un de públic, RTVE. Amb la irrupció de Movistar s'afeg un nou actor, i tot i que encara estan per veure's els efectes, sembla que no variarà molt la situació de quasi monopoli existent. Les televisions privades centren el seu interès, com d'altra banda és lògic, en produccions d'uns pressupostos alts, per a produir menys quantitat de cintes però enfocades principalment a pel·lícules de gran contingut comercial i amb una important inversió en promoció.

Únicament TVE, com a ens públic, adquireix drets sobre pel·lícules amb vocació menys comercial i més cultural. *'Loreak', 'La Novia', 'Pa negre', 'Lo que sé de de Lola', 'Solos'* i d'altres, totes elles amb menys accés als mercats però necessàries per a conformar un univers cinematogràfic i cultural més plural, menys dominat per la dictadura de la taquilla, on càpien històries que reflectisquen la realitat social i cultural on vivim.

L'accés de productes amb algun valor cultural a les plataformes privades és un impossible, i no diguem ja amb alguna diferenciació lingüística o cultural.

És per açò que considerem indispensable per a les productores de la Comunitat Valenciana l'accés a la compra de continguts per part de TVE si pretenem que les nostres particularitats culturals, lingüístiques i com a poble tinguen una repercussió, almenys en l'àmbit de l'estat.

Sense aprofundir de forma exhaustiva en el perquè les productores valencianes no han tingut accés a aquesta font de finançament i suport, creiem el nostre deure posar de manifest -mitjançant xifres- l'ocorregut fins avui.

TVE ve estudiant i adquirint els drets d'antena sobre projecte de llargmetratges reunint amb una periodicitat trimestral la Comissió del Departament de Cinema de TVE. Aquesta comissió avalua les estimacions prèvies encomanades per a estudiar els guions i valora, almenys teòricament, la viabilitat i interés cultural de les produccions proposades. Els criteris per a l'adquisició són, com menys, subjectius.

Els projectes que no són seleccionats per la comissió per a adquirir els drets queden descartats i no poden tornar a presentar-se a següents convocatòries, condemnant a aquella pel·lícula a no dur-se a terme o a haver de rodar-se amb uns mitjans molt limitats, i per descomptat amb un suport promocional inexistent.

En el període estudiat de 2007 a 2014 (sobre el qual hi ha xifres contrastades) TVE ha adquirit 320 projectes de llargmetratge:

2007.....	49
2008 .....	37
2009 .....	40
2010 .....	47
2011 .....	23
2012 .....	41
2013 .....	42
2014 .....	41

Mitjana d'adquisicions per any: 40

La distribució del nombre de títols adquirits a l'any, es manté estable excepte en 2011, en el qual es van adquirir solament 23 projectes. Caldria destacar, d'una manera evident, la desigual distribució geogràfica de l'origen de les productores i els projectes presentats.

Així, si acumulem el nombre dels títols adquirits aquests 8 anys i distribuïm els mateixos per comunitats autònomes, queda palés el desequilibri existent. En els últims 8 anys TVE ha adquirit 158 títols de productores amb domicili en la Comunitat de Madrid i 92 títols amb domicili a Catalunya.

D'aquesta manera, solament d'entre aquestes dues comunitats, TVE adquireix drets del quasi 80%, quedant un poc més del 20% a distribuir entre les 15 comunitats restants. Comprovem quines han sigut les adquisicions en aqueixos 6 anys:

- 17 títols del País Basc
- 19 projectes gallecs
- 12 d'Andalusia
- **8 de la Comunitat Valenciana**
  - 2 en 2007
  - 2 en 2009
  - 1 en 2010
  - 1 en 2011
  - 1 en 2013
  - 1 en 2014
- 1 d'Extremadura
- 1 de Cantàbria
- 1 de Canàries
- 1 de Navarra
- 9 de productores estrangeres: Dinamarca, França, Anglaterra, Mèxic, Brasil, Argentina.

El fet que aquesta situació es vaja produint de manera continuada en el temps, està causant que la bretxa entre els dos pols, Madrid/Barcelona, i la resta del sector en l'àmbit nacional siga cada dia més evident i, al nostre criteri, molt perjudicial per al sector en la nostra comunitat. Sembla determinant que el fet que els dos centres de treball de TVE se situen a Madrid i Barcelona facilita les pressions que exerceix el *lobby* català d'un costat i les productores establides en la capital per un altre, i que erosionen greument la possibilitat d'un repartiment just, equitatiu i proporcional entre totes les comunitats de l'estat espanyol.

En conclusió, el fet de la falta d'atenció i suport per part de TVE als projectes cinematogràfics que es generen des de la Comunitat Valenciana, hipoteca el futur i la viabilitat d'un sector, al que des de les administracions autonòmiques se li vol donar un impuls dinamitzador de forma enèrgica, considerant-lo estratègic en la creació d'un nou teixit industrial.

Segons es desprén d'aquest estudi, hi ha un evident desavantatge i un perjudici reiterat per part de TVE cap a les productores valencianes. En els últims 8 anys, del total de compres realitzades per TVE, tan sol el 2% s'han produït per empreses valencianes.

TVE és finançada per l'Estat amb una dotació pressupostària de més de 600 milions d'euros anuals. Si els valencians contribuïm amb un 10% als pressupostos de l'Estat, el que es reclama des del sector audiovisual valencià és que TVE adquirisca almenys el 10% del total de compres de drets o encàrrecs de producció realitzats per part de la cadena a productores valencianes. Se signaria un conveni en el qual existiria una *territorialització* de la despesa segons les diverses comunitats autònomes. Açò també contribuiria a obtenir un finançament més just per a tots els valencians i revertiria la nostra contribució del 10% al finançament de TVE.

En el mateix sentit, i en relació a aquest 10% que aporta la Comunitat Valenciana als pressupostos de l'Estat, també reclamem que es revertisca en les empreses valencianes el 10% del pressupost de TVE per a doblatge, una partida que sempre s'ha centralitzat a Madrid i que cap direcció de la cadena pública estatal s'ha plantejat el seu repartiment en les diferents autonomies.

## **5.2 ACORDS DE COPRODUCCIÓ AMB TELEVISIONS AUTONÒMIQUES**

Durant la primera dècada de l'any 2000 va sorgir un gran treball de coproducció entre les diferents televisions autonòmiques de l'Estat. Principalment es van signar nombrosos contractes de coproducció entre Catalunya, Andalusia i Galícia.

Amb motiu de la crisi i, per descomptat, amb el tancament de RTVV, s'ha deixat de signar cap tipus de coproducció en els 3 últims anys. L'objectiu seria recuperar aqueix esperit de coproducció entre productors que cerquen els mateixos objectius i, fins i tot, poder abastar altres televisions veïnes.

Els continguts més habituals en aquest tipus de coproduccions són les TV movies i, en menor mesura, les minisèries. També es podria arribar a signar acords de coproducció de llargmetratges, oferint les diferents finestres de televisions autonòmiques. D'aquesta forma es compartirien drets, talent de diversos territoris, equips tècnics i artístics etc. Caldria posar l'accent en les coproduccions amb televisions de territoris amb els quals compartim llengua i espai cultural comú, com TV3 i IB3.



## 6. MARC LEGAL

La posada en marxa de moltes de les propostes platejades, comporta la necessitat d'una base legislativa que la sustente i garantisca el seu compliment. Seria el cas de la Llei de Creació de la nova RTV pública, la Llei del Sector Audiovisual Valencià o de la Llei de l'impost sobre la provisió de continguts per part de prestadors de serveis de comunicacions electròniques i de foment del sector audiovisual i la difusió cultural digital.

També des del punt de vista legislatiu, és d'interés per a sector audiovisual valencià la cerca de noves fonts d'ingressos gestionats per la GVA per a ser destinats a la inversió en el sector. A aquest efecte, l'aplicació a la Comunitat Valenciana de l'anomenada Taxa a Operadors de Telecomunicació -aplicada ja a Catalunya- suposaria uns ingressos de més de 12 milions d'euros anuals. Aquesta taxa sorgeix de l'aplicació de la Llei 15/2014, de 4 de desembre, de l'impost sobre la provisió de continguts per part de prestadors de serveis de comunicacions electròniques i de foment del sector audiovisual i la difusió cultural digital<sup>7</sup>, que va ser aprovada per la Generalitat de Catalunya sense cap vot en contra.

Segons l'Article 1, Punt 2 de la citada llei, *“l'objectiu de l'impost és dotar els fons per al foment de la indústria audiovisual de Catalunya creats per l'article 29 de la Llei 20/2010, de 7 de juliol, del cinema, i el Fons de Foment per a la Difusió Cultural Digital, creat per l'article 14 de la present llei, amb la finalitat de finançar les actuacions i mesures a les quals estan destinats aquests fons, d'acord amb la seua norma de creació”*.

Cal destacar que el govern central va recórrer aquesta taxa davant el Tribunal Constitucional, però no s'han aprovat les mesures cautelars que sol·licitava per a la no aplicació de l'impost. Durant el primer any d'aplicació a Catalunya, es calcula que s'aconseguiran uns ingressos aproximats de 20 milions d'euros que es destinaran íntegrament al sector audiovisual català.

---

<sup>7</sup> Font: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2014-13366>

## 7. CONCLUSIONS

1. Necessitat absoluta del suport institucional.
2. El pla estratègic que es presenta està basat en una sèrie de mesures i objectius a complir durant els pròxims quatre anys. Alguns d'ells d'immediata aplicació i uns altres al llarg d'aquests pròxims anys.
3. Si s'apliquen totes aquestes mesures, es passaria d'unes xifres d'atur properes al 90% a xifres comparables a qualsevol altre sector productiu valencià. Les empreses incrementarien les seues plantilles arribant a multiplicar per cinc la mitjana dels seus treballadors fixos. Es frenaria la diàspora d'actors, actrius i d'altres col·lectius professionals, cobrint el buit generacional patit en els últims temps.
4. En la mateixa línia, a més de contribuir a incrementar el teixit productiu i laboral de la Comunitat Valenciana, s'aconseguiria un efecte molt positiu en la cultura. Especialment, seria un avanç significatiu per a la dignificació i ús de la llengua pròpia.
5. Cal enfortir la presència de la dona a través de la llei de paritat en equips creatius i tècnics.
6. Cal vetllar per la imatge de la dona perquè no es done una visió esbiaixada ni desmereixedora de la mateixa.
7. Les empreses que concorregueren a les subvencions haurien d'estar al corrent en el pagament de les nòmines dels seus treballadors i proveïdors, així com estar adherides al conveni del sector.
8. És imprescindible la millora de les fonts de finançament, amb convenis amb l'IVF i entitats financeres, així com afavorir convenis de finançament entre Crea SGR, IVF i CulturArts.
9. Cal dinamitzar i mantenir el prestigi de les empreses de servei valencianes.
10. Cal fer una aposta clara i decidida per les noves plataformes legals en línia.
11. Impulsar la coordinació entre les polítiques audiovisuals de l'Estat i la Comunitat Valenciana.
12. Reforçament amb incentius a la internacionalització de l'audiovisual valencià.

13. L'Administració ha de promoure la creació d'almenys una distribuïdora valenciana amb projecció nacional.
14. És molt important introduir l'educació audiovisual en el sistema valencià d'ensenyament, amb la creació d'estructures educatives específiques.
15. La quantia mínima per a les ajudes de CulturArts ha de ser de 5 milions d'euros. Si s'aconsegueix l'aplicació de la taxa a operadors de telecomunicació, s'aconseguiria una quantia pròxima als 15 milions.
16. Les ajudes directes han de ser per a 3 anys –4 en el cas de les produccions d'animació-. Les formes de pagament han de ser a compte, almenys el 70%.
17. Es fa imprescindible l'increment del desgravament fiscal per a produccions cinematogràfiques i passar del 18% actual al 35%.
18. Per a atraure rodatges tant nacionals com internacionals, s'han d'aplicar incentius a rodatges dirigits a la inversió realitzada a la Comunitat Valenciana.
19. Cal donar un impuls clar i decidit de la Film Comission de la Comunitat Valenciana.
20. Amb la recuperació de la RTV pública, s'ha de promoure la contractació amb empreses valencianes la producció de continguts, tenint el mateix tracte per als professionals que formen els equips creatius i tècnics.
21. És convenient reservar una quantitat mínima del pressupost de la nova RTV que assegure la continuïtat del doblatge en valencià per tal de permetre a la població, i als xiquets i xiquetes en especial, accedir amb normalitat al consum de productes audiovisuals en la nostra llengua.
22. És necessari el compliment estricte de la inversió del 6% de la RTV pública en la producció cinematogràfica valenciana.
23. Cal negociar i contribuir a la signatura d'un conveni amb TVE per a la territorialització de la inversió en continguts audiovisuals. La compra del 10% del total del pressupost de TVE a productores valencianes, i del 10% de la contractació amb estudis de doblatge.
24. S'ha d'arribar a l'aprovació per part de les Corts Valencianes de la Llei de l'impost sobre la provisió de continguts per part de prestadors de serveis de comunicacions electròniques i de foment del sector audiovisual i la difusió cultural digital.

## 8. CRÈDITS

Basat en un informe elaborat per Empreses Audiovisuals Valencianes Federades (EAVF).



### Fons documentals

- Acadèmia de les Arts i les Ciències Cinematogràfiques d'Espanya, (AACCE)
- Institut de la Cinematografia i de les Arts Audiovisuals (ICAA)
- Federació d'Associacions de Productors Audiovisuals Espanyols (FAPAE)
- Observatori Audiovisual Europeu
- Xarxa de Dones Europees de l'Audiovisual (EWA)
- Butlletí Oficial de l'Estat (BOE)

## 9. SIGNATURES

### **AAPV**

*Associació d'Actors i Actrius  
Professionals Valencians*

### **ADCV**

*Associació de Directors de Cinema  
Valencians*

### **AECPCV**

*Associació d'Empreses de Comunicació  
Publicitària de la Comunitat Valenciana*

### **AESAV**

*Associació d'Empreses de Servicis de  
l'Audiovisual Valencià*

### **ANIMAT**

*Associació Valenciana d'Estudis  
d'Animació*

### **APREMIA**

*Associació per a la Recuperació de la  
Memòria Internacional Audiovisual*

### **ATRAU**

*Associació de Treballadors de  
l'Audiovisual Valencià.*

### **AVANT**

*Associació Valenciana d'Empreses de  
Producció Audiovisual i Productors  
Independents*

### **AVAPI**

*Associació Valenciana de Productors  
Independents*

### **AVEDIS**

*Associació Valenciana d'Estudis de  
Doblatge i Sonorització*

### **AVEPA**

*Associació Valenciana d'Empreses  
Productores d'Animació*

### **CIMA**

*Associació de Dones Cineastes i de  
Mitjans Audiovisuals*

### **CIRTPV**

*Comissió Interuniversitària en favor  
d'una Radiotelevisió Pública Valenciana*

### **CPD**

*Col·lectiu de Professionals del Doblatge*

### **EDAV**

*Escriptors de l'Audiovisual Valencià*

### **MILDENOU**

*Plataforma d'afectats i afectades per  
l'ERO a RTVV*

### **PAV**

*Productors Audiovisuals Valencians*