

Panorama de la televisión en Europa

El Observatorio Europeo del Audiovisual cuantificaba a finales de 2022 en 12.664 los servicios de medios audiovisuales activos en Europa. Alrededor de las tres cuartas son servicios lineales (9.349) y el resto no lineales o a petición, incluyendo agregadores y plataformas de intercambio de videos (3.315).

El contenido de los servicios audiovisuales en Europa revela diferencias significativas entre los servicios lineales y no lineales. En la oferta televisiva lineal los canales temáticos (55%) superan a los generalistas (45%), mientras que, en el caso de los servicios audiovisuales a petición, casi la mitad de todos los servicios SVOD (46%) y el 73% de los TVOD en Europa ofrecen cine y ficción televisiva¹.

El sector público televisivo en Europa se conforma fundamentalmente con canales lineales en abierto y programación generalista, aunque también cuenta con canales temáticos e incluso en algunos casos con canales bajo demanda y de pago. Casi todos los servicios a petición (97%) son de propiedad privada.

La mayoría de los servicios televisivos generalistas en Europa se difunden a través de TDT (aunque depende de los países), y se circunscriben a mercados nacionales, lo que significa que el país de establecimiento y el ámbito operativo de un proveedor de servicios son idénticos, con muy escasa oferta supraestatal. Hay muy pocos servicios dirigidos a Europa desde el exterior o que exporten su oferta fuera de Europa.

El sector de las plataformas OTT, sin embargo, se caracteriza en parte por un cierto grado de oferta intraeuropea e internacional.

El 39% de todos los servicios SVOD y el 33% de los servicios TVOD en Europa pertenecen a empresas estadounidenses, casi exclusivamente temáticos y con una fuerte presencia, además de la ficción, de la programación documental e infantil. El 59% de los servicios de entretenimiento por suscripción bajo demanda en Europa son propiedad de compañías de EEUU (el 48% en el caso de canales infantiles).

¹ SOVD (*Subscription Video on Demand*) es un modelo de suscripción mediante contrato con una plataforma streaming con contenidos de acceso ilimitado.

TVOD (*Transactional Video on Demand*): en este caso, la plataforma no cobra por abrir una cuenta, sino que se paga por el contenido.

PVOD (*Premium Video on Demand*): se refiere al consumo de contenido premium, es decir, estrenos y novedades recientes. Se centra más en películas. Por ejemplo, es el caso del estreno mundial.

AVOD (*Advertising Video on Demand*): ofrece contenidos audiovisuales gratuitos gracias a que se financia gracias a la publicidad.

En el campo de los canales televisivos (de pago) los prestadores externos, especialmente estadounidenses, se han afianzado con fuerza en el mercado audiovisual europeo, suponiendo una de cada cinco de las 50 mejores televisiones, suponiendo más de un tercio de las incluidas en el top 50.

Los prestadores estadounidenses operan a nivel paneuropeo, siguiendo diferentes estrategias. La Compañía Disney opera en 44 Estados, Netflix en 40 y Amazon en 39. Netflix se centraliza en un país, desde donde se dirige al resto de mercados. Vivendi, con una menor penetración, opta por una implantación más horizontal.