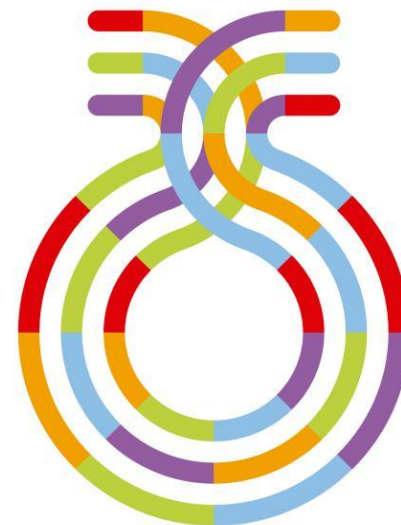


25^e mercat de música
viva de vic



del 12 al 15
de setembre de 2013

Mercat de Música Viva de Vic MVLab 2012 i 2013

INTRODUCCIÓ

VALORACIÓ DE L'IMPACTE ECONÒMIC DEL MMVV-MVLab 2012 A LA INDÚSTRIA MUSICAL.

VALORACIÓ DE LA QUALITAT DEL MMVV-MVLab 2013.

LES XARXES SOCIALS A LA INDÚSTRIA MUSICAL i AL MMVV-MVLab.

Introducció: Objectius de l'estudi (I)

En l'estudi que presentem ens hem plantejat els següents objectius específics:

Mesurar i Avaluar l'impacte econòmic del MMVV-MVLab 2012 sobre la indústria musical.

- Mesurar el volum de negoci real que es va generar arrel de l'edició del 2012 del MVLab i comparar els resultats amb les estimacions projectades en l'estudi anterior;
- Explicitar el valor tant de la contractació pública com de la privada, les característiques de la contractació i la seva internacionalització.

Introducció: Objectius de l'estudi (II)

Avaluar la qualitat del MMVV-MVLab 2013 i fer-ho de manera comparada respecte l'edició de 2012.

- Avaluar la qualitat de l'edició de 2013 i la seva eficiència en la consecució dels objectius dels agents implicats;
- Analitzar l'evolució del perfil de les entitats registrades i el procés d'internacionalització;
- Identificar i avaluar el capital social i la creació de xarxes entre els professionals registrats en les dues edicions;
- Mesurar la capacitat de negoci concentrat en l'edició de 2013 del MMVV-MVLab i projectar l'impacte econòmic a futur (perspectiva anual) i;
- Monitorar el posicionament i la notorietat de la Marca MVLab en el circuit comercial de la indústria musical per l'any 2013.

Introducció: Objectius de l'estudi (III)

Analitzar l'ús i el valor de les Xarxes Socials en la indústria musical.

- Conèixer l'ús i l'impacte que les xarxes socials a Internet tenen entre els professionals de la indústria musical i la seva evolució des de setembre de 2012 fins juliol-setembre de 2013;
- Avaluar i analitzar l'ús que el MMVV-MVLab fa de les Xarxes Socials a Internet i el seu valor en la promoció musical durant els dies del MMVV-MVLab 2013.

Introducció: Metodologia de l'estudi

Concretament, es van llençar dues onades d'enquestes *online* cadascuna de les quals va estar completada per enquestes telefòniques per acabar de tancar la mostra final:

- La primera onada d'enquestes es va realitzar entre els mesos de juliol, agost i primera setmana de setembre de 2013, destinades a avaluar l'impacte econòmic generat per l'edició de 2012 del MVLab i donar continuïtat a l'estudi encetat l'any anterior. Les enquestes es van enviar a les 292 entitats registrades al MMVV-MVLab 2012 i de les quals se n'han obtingut **185 enquestes, amb un marge d'error de +/- 4,37 per a un nivell de confiança del 95%**.
- La segona onada d'enquestes es van realitzar des del dia després de l'acabament de la 25a Edició del MMVV-MVLab fins la primer setmana d'octubre. Les enquestes es van enviar a les 328 entitats registrades com a professionals de les quals s'han obtingut un total de **149 enquestes complertes, amb un marge d'error de +/- 5,94 per a un nivell de confiança del 95%**.

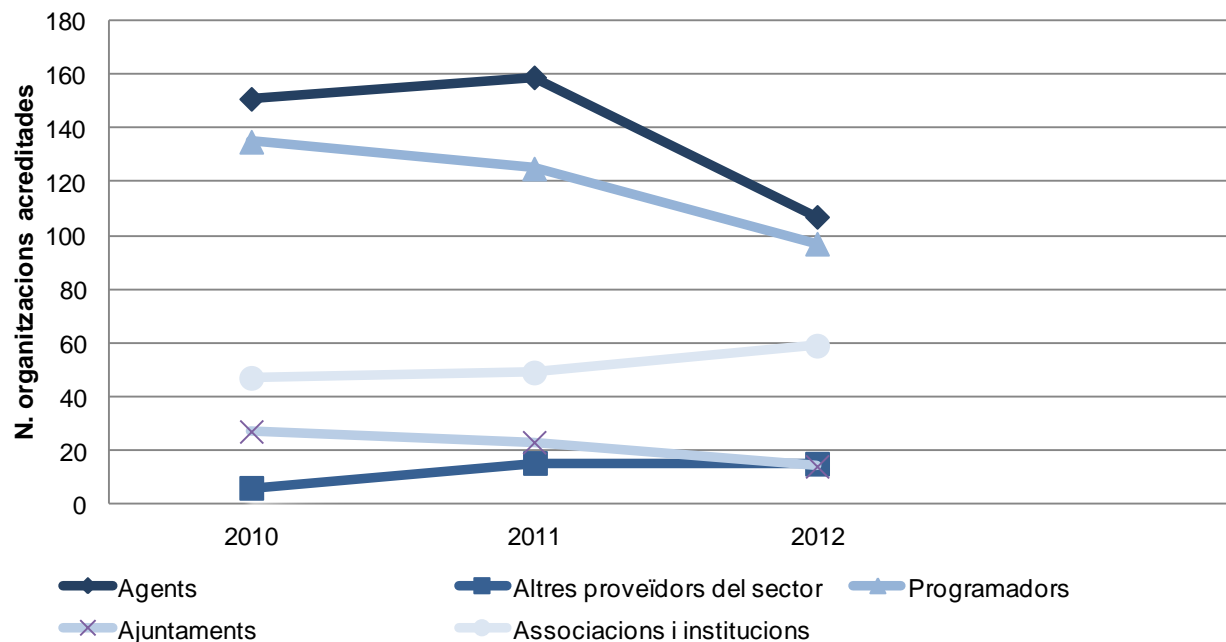
INTRODUCCIÓ

• **VALORACIÓ DE L'IMPACTE ECONÒMIC DEL MMVV-MVLab 2012
A LA INDÚSTRIA MUSICAL**

VALORACIÓ DE LA QUALITAT DEL MMVV-MVLab 2013.

LES XARXES SOCIALS A LA INDÚSTRIA MUSICAL i AL MMVV-MVLab.

Valoració de l'impacte econòmic del MMVV-MVLab a la indústria musical: Evolució de les inscripcions (2010-2012)



Font: Elaboració pròpia

A l'Edició de 2012 del MMVV-MVLab ens trobàvem aquesta realitat:

el nombre d'organitzacions inscrites al Mercat va ser un 20,2% inferior a les dades de 2010, i un 21,2% a les del 2011, amb una disminució del nombre de compradors i venedors de la indústria musical (programadors, ajuntaments i agents); i un augment del nombre d'altres proveïdors del sector i, molt especialment, d'associacions i institucions.

Valoració de l'impacte econòmic del MMVV-MVLab a la indústria musical: Pressupost contractació

	Pressupost contractació 2012	
	Valor mitjà	Valor total
TOTAL COMPRADORS	156.795,58 €	21.198.761,79 €
Programadors	157.487,23 €	15.276.261,79 €
Catalans	100.750,00 €	4.231.500,00 €
Estatals	236.428,57 €	8.511.428,52 €
Estrangers	133.333,33 €	2.533.333,27 €
Ajuntaments	128.750,00 €	1.802.500,00 €
Catalans	102.500,00 €	1.127.500,00 €
Estatals	225.000,00 €	675.000,00 €
Associacions i Institucions	170.247,93 €	4.120.000,00 €
Catalans	237.500,00 €	2.945.000,00 €
Estatals	125.000,00 €	1.100.000,00 €
Estrangers	25.000,00 €	75.000,00 €

Font: Elaboració pròpia

Per realitzar la valoració del volum de contractació generat per l'Edició de 2012 del Mercat hem tingut en compte, dins dels professionals amb perfil comprador, a associacions i institucions que ens han indicat que tenen activitat en la compra venda de música. Això provoca un increment del pressupost de contractació previst per les entitats al setembre de 2012 i una modificació del valor inicial de **147.781,64 € als 156.795€** que apareix en la taula que exposem. Cal indicar, però, que el total d'aquest pressupost de contractació és inferior al de l'edició de 2011, on es va concentrar una capacitat de negoci de **35.154.146,42 €**.

Valoració de l'impacte econòmic del MMVV-MVLab a la indústria musical: Pressupost contractació i Despesa real

	Pressupost contractació 2012			Despesa contractació durant 2013	
	Valor mitjà	Valor total		Valor mitjà	Valor total
TOTAL COMPRADORS	156.795,58 €	21.198.761,79 €	TOTAL COMPRADORS	175.437,38 €	23.719.133,25 €
Programadors	157.487,23 €	15.276.261,79 €	Programadors	157.115,92 €	15.240.244,36 €
Catalans	100.750,00 €	4.231.500,00 €	Catalans	182.678,57 €	7.672.500,00 €
Estatals	236.428,57 €	8.511.428,52 €	Estatals	91.842,11 €	3.306.315,79 €
Estrangers	133.333,33 €	2.533.333,27 €	Estrangers	224.285,71 €	4.261.428,57 €
Ajuntaments	128.750,00 €	1.802.500,00 €	Ajuntaments	311.349,21 €	4.358.888,89 €
Catalans	102.500,00 €	1.127.500,00 €	Catalans	334.444,44 €	3.678.888,89 €
Estatals	225.000,00 €	675.000,00 €	Estatals	226.666,67 €	680.000,00 €
Associacions i Institucions	170.247,93 €	4.120.000,00 €	Associacions i Institucions	170.247,93 €	4.120.000,00 €
Catalans	237.500,00 €	2.945.000,00 €	Catalans	237.500,00 €	2.945.000,00 €
Estatals	125.000,00 €	1.100.000,00 €	Estatals	125.000,00 €	1.100.000,00 €
Estrangers	25.000,00 €	75.000,00 €	Estrangers	25.000,00 €	75.000,00 €

Altres Proveïdors	116.322,75 €	1.744.841,27 €
Catalans	130.555,56 €	1.305.555,56 €
Estatals	87.857,14 €	439.285,71 €

TOTAL PRESSUPOST CONTRACTACIÓ 25.463.974,52 €

No obstant, com es veu a la taula de contractació real, la despesa en contractació realitzada pels professionals amb perfil comprador va ser superior, en termes generals, a la projectada al setembre de 2012, excepte pels programadors estatals, que han vist una forta davallada en la seva capacitat de contractació.

Font: Elaboració pròpia

Valoració de l'impacte econòmic del MMVV-MVLab a la indústria musical: Despesa en contractació

	Despesa de contractació 2010	
	Valor mitjà	Valor total
TOTAL COMPRADORS	10.933,82 €	2.514.779,15 €
Programadors	11.735,20 €	2.335.304,15 €
Ajuntaments	5.789,52 €	179.475,00 €

	Despesa de contractació 2011	
	Valor mitjà	Valor total
TOTAL COMPRADORS	15.025,18 €	3.455.790,57 €
Programadors	16.667,31 €	3.316.794,57 €
Ajuntaments	4.483,74 €	138.996,00 €

Font: Elaboració pròpia

	Despesa en contractació 2012	
	Valor mitjà	Valor total
TOTAL COMPRADORS	11.664,80 €	2.500.223,04 €
Programadors	12.605,51 €	2.029.486,93 €
Ajuntaments	9.513,89 €	161.736,11 €
Associacions i Institucions	12.875,00 €	309.000,00 €

Altres Proveïdors	6.518,52 €	97.777,78 €
-------------------	------------	-------------

TOTAL IMACPTA EN CONTRACTACIÓ	2.598.000,82 €
--------------------------------------	-----------------------

Propi del descens del nombre d'entitats registrades així com del descens en la despesa i capacitat de contractació, l'impacte econòmic (contractació generada) en la compra de música de l'edició de 2012 del MMVV-MVLab ha estat de **2.500.223€**, amb una despesa mitjana de contractació de **11.664€**, una xifra inferior a la de l'edició de 2011 quan es va generar una despesa mitjana de 15.025,18€ per entitat i un impacte total de 3.455.790,57€. Si tenim en compte, però, la contractació generada en la compra de serveis per a la indústria (altres proveïdors) l'impacte total en contractació de l'edició de 2012 arriba als gairebé **2.600.000 €**.

Valoració de l'impacte econòmic del MMVV-MVLab a la indústria musical: Despesa en contractació

	Despesa en contractació 2012	
	Valor mitjà	Valor total
TOTAL COMPRADORS	11.664,80 €	2.500.223,04 €
Programadors	12.605,51 €	2.029.486,93 €
Catalans	12.341,67 €	666.450,00 €
Estatals	18.203,43 €	819.154,35 €
Estrangers	7.271,43 €	327.214,35 €
Ajuntaments	9.513,89 €	161.736,11 €
Catalans	9.777,78 €	127.111,11 €
Estatals	9.250,00 €	27.750,00 €
Associacions i Institucions	12.875,00 €	309.000,00 €
Catalans	16.500,00 €	204.600,00 €
Estatals	9.250,00 €	81.400,00 €
Altres Proveïdors	6.518,52 €	97.777,78 €
Catalans	6.277,78 €	62.777,78 €
Estatals	7.000,00 €	35.000,00 €

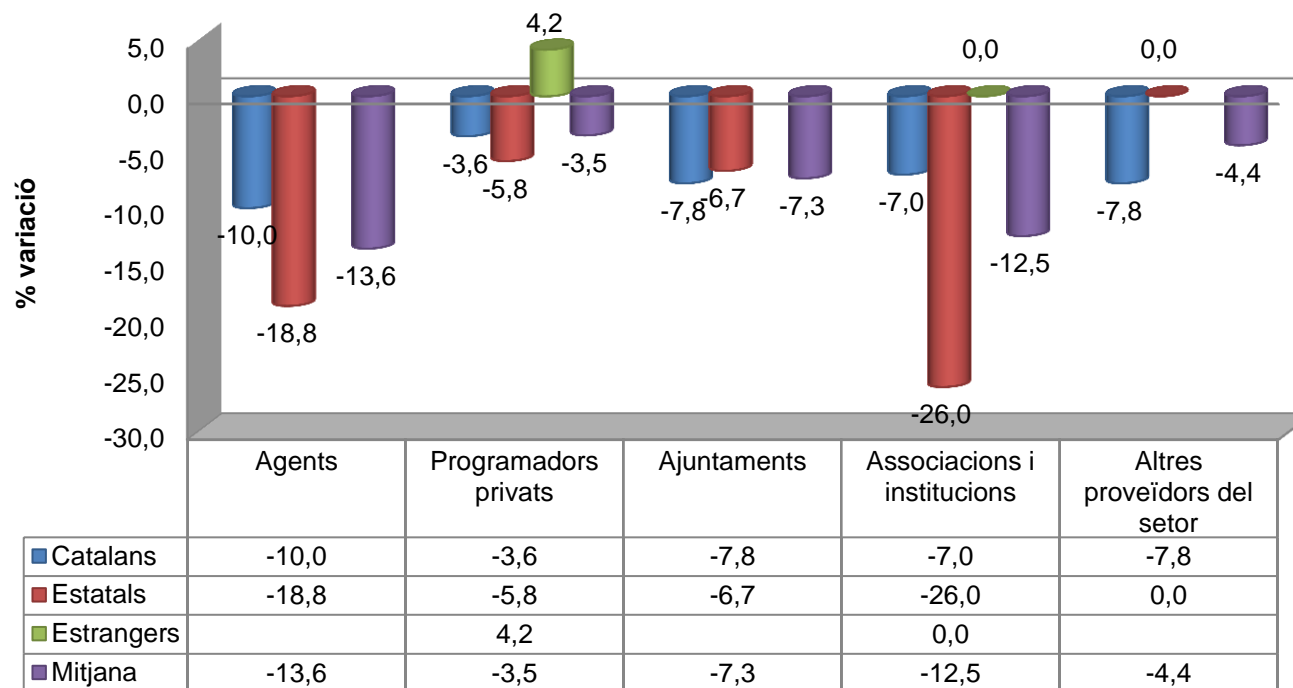
TOTAL IMACPTE EN CONTRACTACIÓ 2.598.000,82 €

Font: Elaboració pròpia

La major davallada en la contractació generada al MMVV-MVLab l'han experimentat els programadors estatals.

Respecte a la internacionalització del Mercat, veiem com el negoci generat pels programadors estrangers és el tercer en importància dels valors relatius. Aquestes dades certament indiquen un procés d'internacionalització que es veurà afavorit per la presència, cada vegada major, de professionals de fora de l'Estat malgrat i que no ha estat tan incipient com van projectar per aquests programadors en l'estudi anterior.

Valoració de l'impacte econòmic del MMVV-MVLab a la indústria musical: Variació en el volum de contractació respecte



Font: Elaboració pròpia

En aquesta gràfica podem veure amb detall com el descens en el volum de negoci generat dins el Mercat és propi de l'evolució del negoci en general. Exceptuant els programadors estrangers, la resta de professionals han vist disminuït la seva capacitat mitjana de negoci durant l'any 2013 respecte del 2012, fent-se més evident entre les entitats estatals.

Valoració de l'impacte econòmic del MMVV-MVLab a la indústria musical: Contractes signats gràcies al MVLab 2012

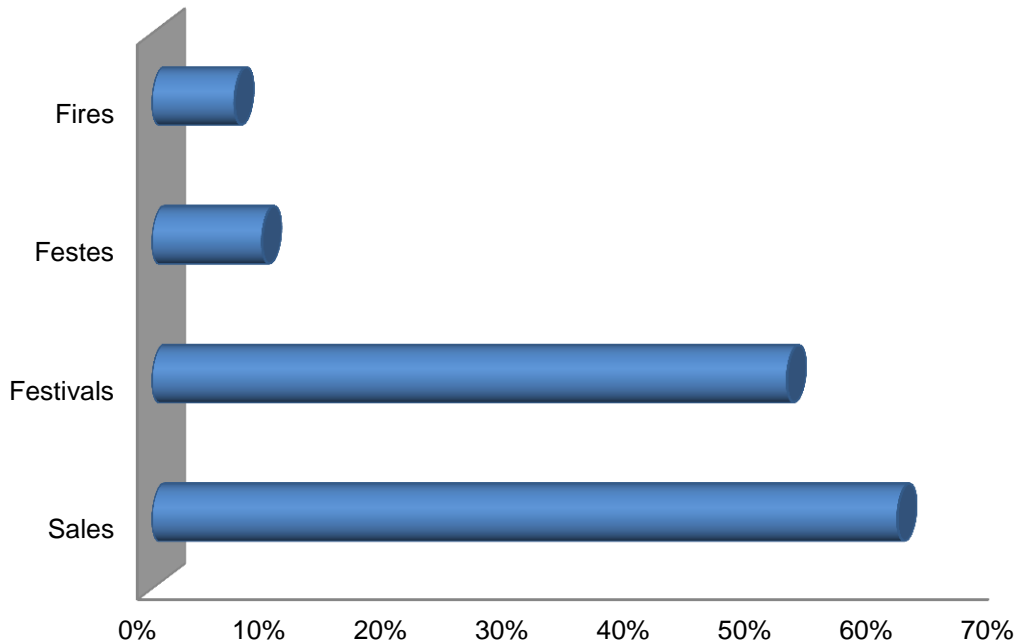
	Contractes signats i passes després d'assistir i gràcies al MVLAB				Contactació anual		% contractació dins MVLab
	Valor mitjà	Valor total	Nombre de passes contractats de mitjana	Nombre actuacions en total	Nombre mig de contractes anuals	Nombre total de contractes anuals	
TOTAL COMPRADORS	2,8	565,2	2,1	1077,3	25,0	2947,7	19,2
Programadors	2,3	458,3	1,8	820,8	23,3	2211,8	20,7
Catalans	2,8	116,0	1,3	152,0	26,1	1095,0	10,6
Resta CCAA	2,8	100,1	1,8	181,5	16,6	595,9	16,8
Estrangers	1,5	28,5	2,3	64,1	27,4	520,9	5,5
Ajuntaments	3,0	43,9	1,0	43,9	29,8	414,4	10,6
Catalans	3,3	35,8	1,0	35,8	29,4	323,9	11,0
Resta CCAA	2,7	8,1	1,0	8,1	30,2	90,5	9,0
Associacions i institucions	3,0	63,0	3,4	212,6	21,9	321,5	19,6
Catalans	3,1	37,5	5,0	187,5	20,5	205,0	18,3
Estats	2,8	25,5	1,8	44,6	23,3	116,5	21,9

Font: Elaboració pròpia

Arrel de l'edició de 2012 del MVLab es van signar un total de 565 contractes, el que suposa una mitjana de 2,8 contactes per organització assistent i un **valor mig per contracte de 4.425€**. L'edició anterior del Mercat havia generat un total de 747 contractes, una mitjana de 3 per organització i amb un valor mig per contracte de 4.626€.

En total, a l'edició de 2012, es van generar 1.077 actuacions amb una mitjana de 2,1 passes per contracte signat. **El valor més rellevant, però, és que el 19% de la contractació dels compradors que assisteixen al MVLab es genera gràcies a aquest espai comercial.**

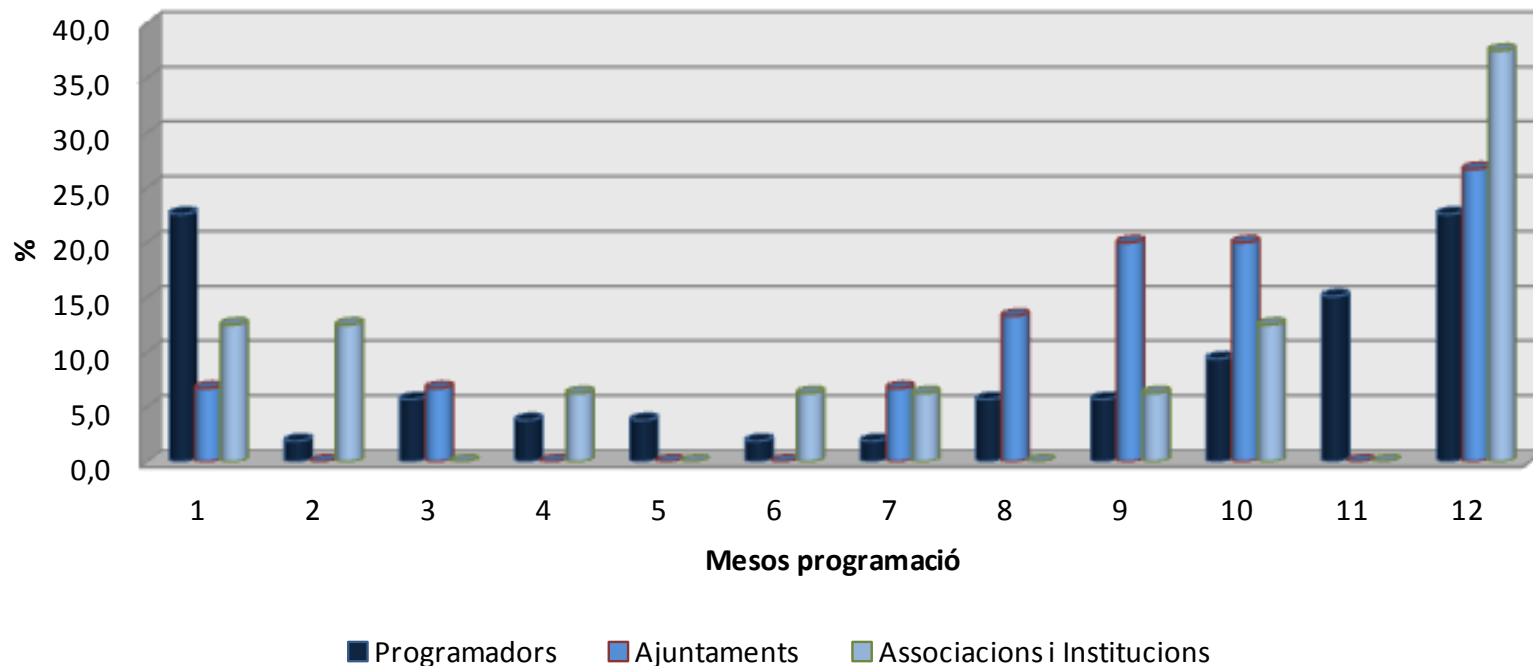
Valoració de l'impacte econòmic del MMVV-MVLab a la indústria musical: Espais de programació contractats



Font: Elaboració pròpia

Com es pot apreciar en aquesta gràfica, les 1.077 actuacions contractades dins del MVLab 2012 s'han realitzat majoritàriament en Sales i Festivals i en menor mesura en Festes i Fires.

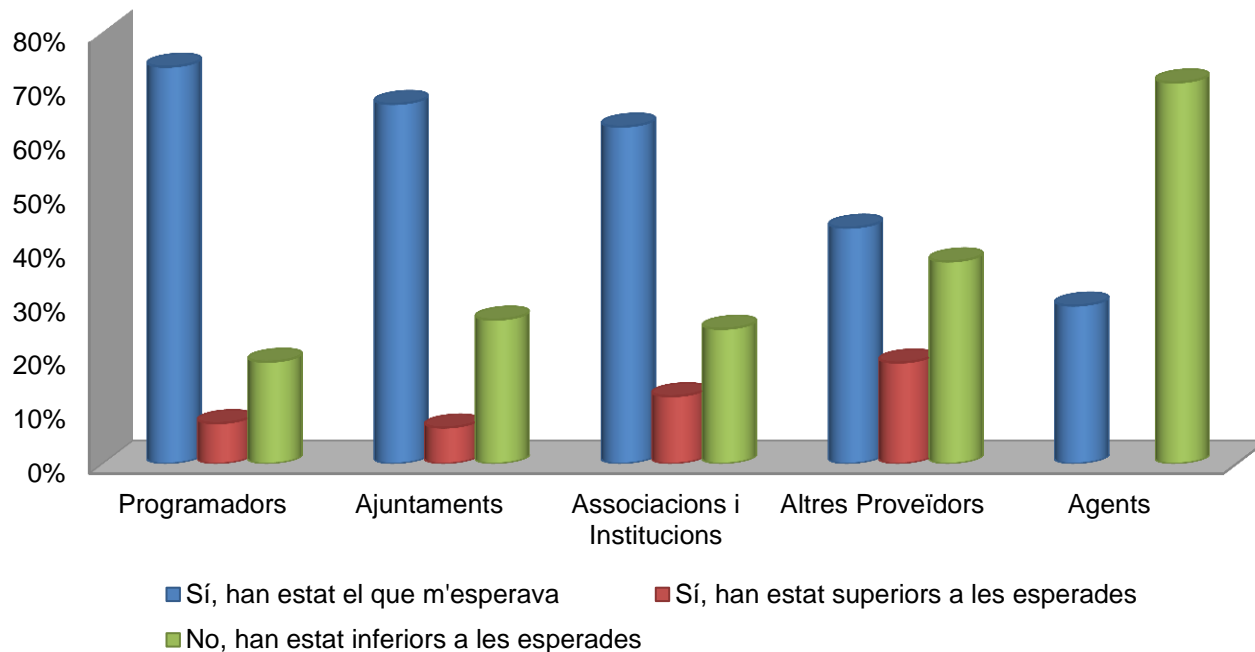
Valoració de l'impacte econòmic del MMVV-MVLab a la indústria musical: Mesos de programació



Font: Elaboració pròpia

Respecte a la programació, aquestes actuacions s'han realitzat al llarg de pràcticament tot l'any. Com es veu en aquesta gràfica, només el 20% dels programadors ho fan en un moment determinat de l'any però la dinàmica es concentra en una programació anual, de més de 9 mesos a l'any.

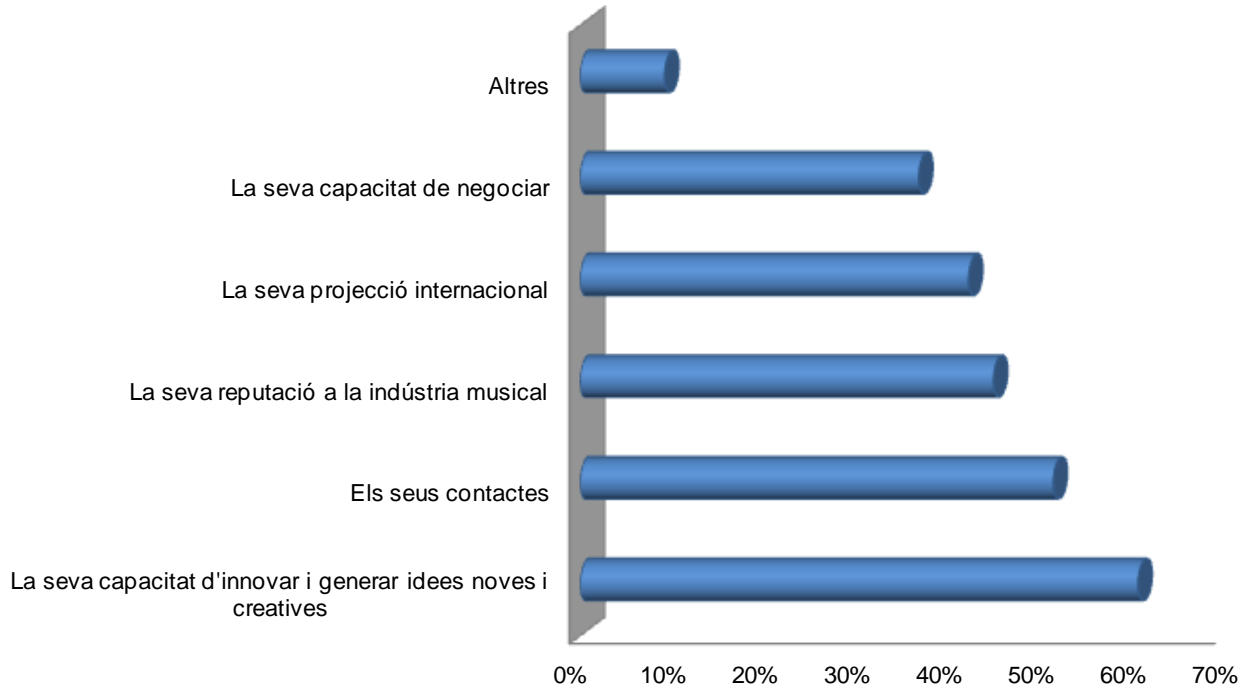
Valoració de l'impacte econòmic del MMVV-MVLab a la indústria musical: Acompliment de les expectatives creades



Font: Elaboració pròpia

Des del punt de vista de les previsions, es pot veure com els agents són els que més han vist disminuïdes les seves previsions de negoci, però en general totes les entitats han vist complides les seves previsions. Interessant és veure com 2 de cada 10 professionals categoritzats com Altres Proveïdors han tingut un volum de negoci superior a l'esperat. En aquest sentit, més d'un 20% dels agents asseguren que no haurien aconseguit el nivell de negoci si no haguessin participat en el MVLab.

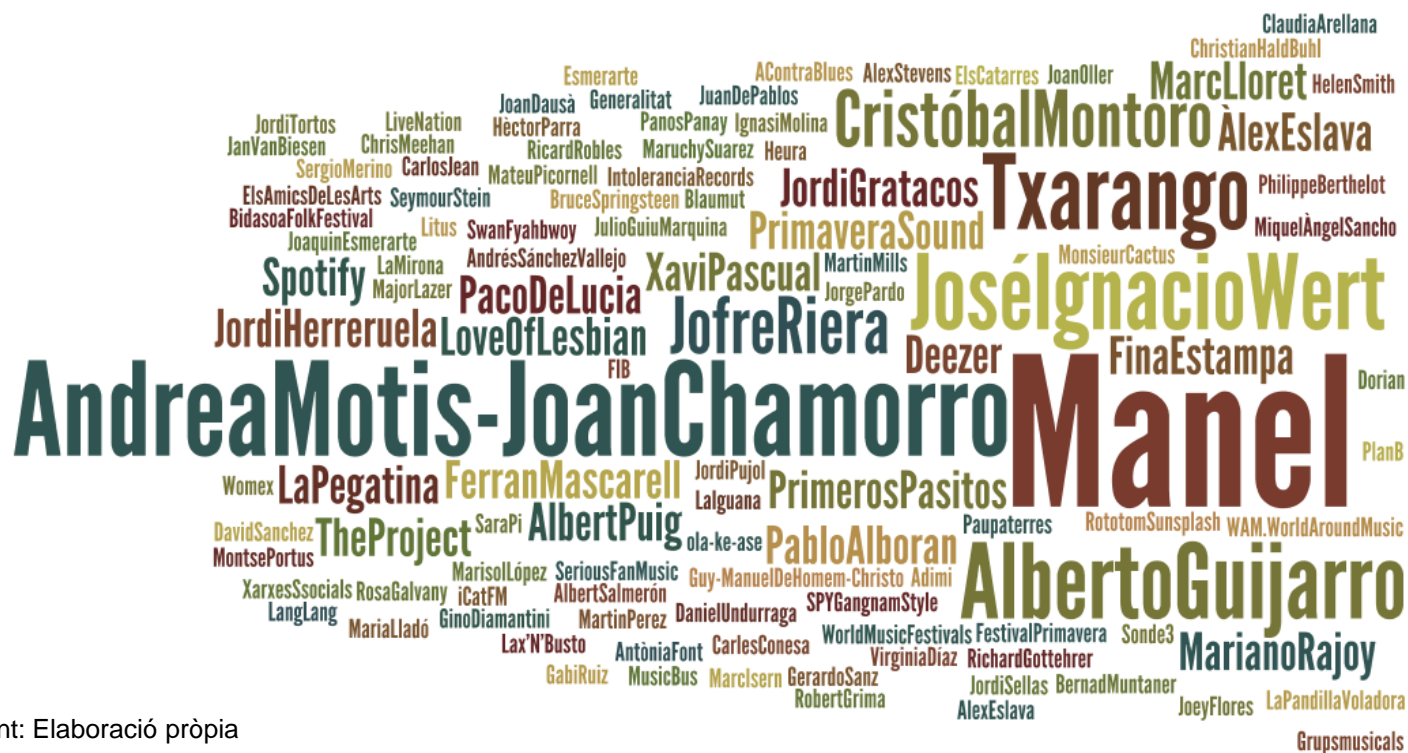
Valoració de l'impacte econòmic del MMVV-MVLab a la indústria musical: Capital social. Aspectes que més es valoren d'un contacte.



Font: Elaboració pròpia

La capacitat d'innovar i de generar idees noves és l'aspecte que més es valora d'un contacte professional, seguit de la seva **xarxa de contactes**. La seva reputació a la indústria i la seva projecció internacional també els podem considerar rellevants. La capacitat de negociar és l'aspecte que pren menys importància entre els professionals enquestats.

Valoració de l'impacte econòmic del MMVV-MVLab a la indústria musical: Professionals amb més influència en la generació de negoci



Font: Elaboració pròpia

Segons els professionals aquests són els agents que més han influït en la indústria musical entre 2012 i 2013. Resulta rellevant la presència destacada de polítics de l'Estat (tots ells acompanyats de notes negatives), grups destacats de l'escena musical catalana, productors i agents. Destacar també la presència de professionals del Mercat (Marc Lloret, Montse Portus i Maria Lladó). Els professionals han interpretat de manera àmplia la pregunta que es va formular i han incorporat en aquesta llista a grups musicals que nosaltres hem volgut mantenir per la seva posició destacada en les respostes.

INTRODUCCIÓ

VALORACIÓ DE L'IMPACTE ECONÒMIC DEL MMVV-MVLab 2012 A LA INDÚSTRIA MUSICAL

• VALORACIÓ DE LA QUALITAT DEL MMVV-MVLab 2013.

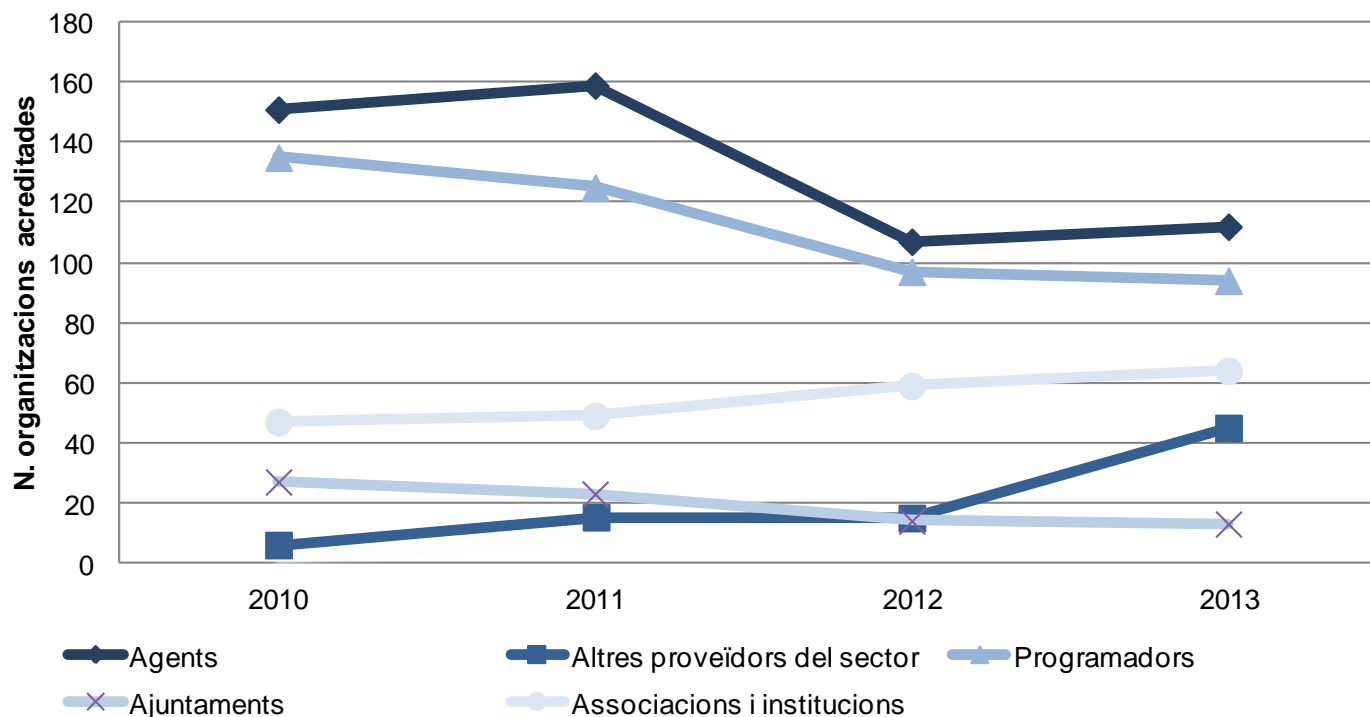
LES XARXES SOCIALS A LA INDÚSTRIA MUSICAL I AL MMVV-MVLab.

25^è mercat *de música*
viva de vic



del 12 al 15
de setembre de 2013

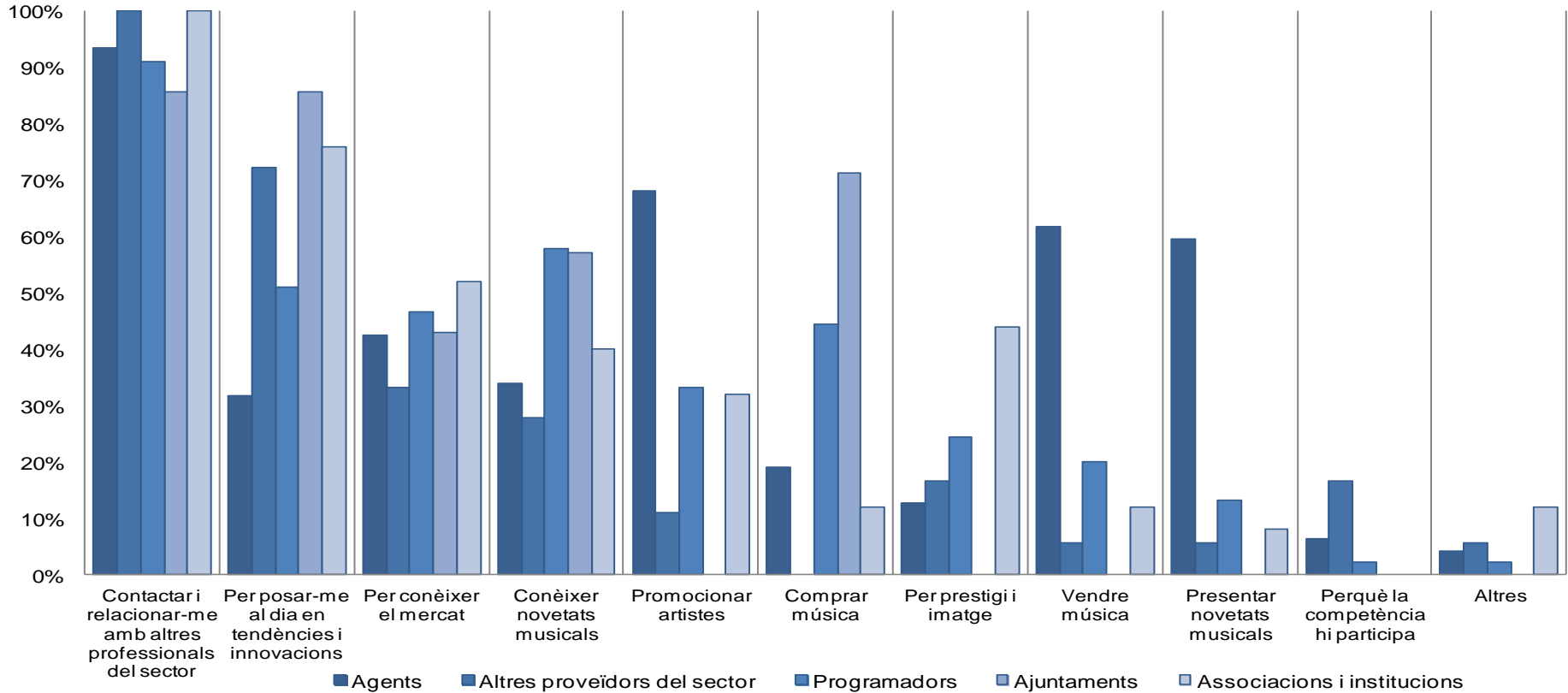
Valoració del 25è MMVV i MVLab: Evolució assistència 2010-2013



Font: Elaboració pròpia

En la 25a Edició del MMVV-MVLab, el nombre d'organitzacions inscrites ha estat superior a l'edició de 2012. De fet, com veurem a continuació, la 25a Edició de MMVV-MVLab torna a experimentar una dinàmica positiva en tots els aspectes estudiats. La representació dels diferents perfils professionals assistents s'ha mantingut també estable si bé s'observa un increment substancial del perfil professional d'Altres Proveïdors (amb internacionalització del perfil), i una estabilitat o lleuger increment en la resta de perfils respecte de l'edició passada.

Valoració del 25è MMVV i MVLab: Principals motius per participar



Font: Elaboració pròpia

Contactar i relacionar-me amb els altres professionals del sector i Posar-me al dia en tendències i innovacions continuen sent els dos principals motius per participar en el Mercat. En l'edició de 2013, però, **Conèixer les novetats musicals** ha superat, en alguns casos al motiu de **Conèixer el mercat**.

Es pot observar que els agents tenen un comportament diferent en quan als motius pels quals participa, donant més pes respecte a la resta de participants, a la promoció dels artistes, vendre música i presentar i/o conèixer novetats musicals.

Valoració del 25è MMVV i MVLab: Pressupost de contractació dels compradors

	Pressupost contractació 2012		Pressupost contractació 2013	
	Valor mitjà	Valor total	Valor mitjà	Valor total
TOTAL COMPRADORS	156.795,58 €	21.198.761,79 €	154.935,23 €	20.033.125,00 €
Programadors	157.487,23 €	15.276.261,79 €	175.272,61 €	16.475.625,00 €
Catalans	100.750,00 €	4.231.500,00 €	171.250,00 €	6.678.750,00 €
Estats	236.428,57 €	8.511.428,52 €	185.937,50 €	5.578.125,00 €
Estrangers	133.333,33 €	2.533.333,27 €	168.750,00 €	4.218.750,00 €
Ajuntaments	128.750,00 €	1.802.500,00 €	170.000,00 €	2.210.000,00 €
Catalans	102.500,00 €	1.127.500,00 €	170.000,00 €	2.210.000,00 €
Estats	225.000,00 €	675.000,00 €		
Estrangers				
Associacions i Institucions	170.247,93 €	4.120.000,00 €	60.426,01 €	1.347.500,00 €
Catalans	237.500,00 €	2.945.000,00 €	41.666,67 €	600.000,00 €
Estats	125.000,00 €	1.100.000,00 €	150.000,00 €	660.000,00 €
Estrangers	25.000,00 €	75.000,00 €	25.000,00 €	87.500,00 €

Font: Elaboració pròpia

Des del punt de vista de les entitats amb **perfil comprador**, la capacitat de compra dels professionals que es van inscriure durant l'edició de 2013 és superior a l'any anterior entre els programadors i els Ajuntaments. Preveiem igualment que el pressupost d'associacions i institucions també sigui superior a les dades que apareixen en la taula exposada (mostra aconseguida).

La previsió de compra de música (o intenció de compra a futur) per aquests professionals és de 10.699€ de mitjana per al 2014.

Valoració del 25è MMVV i MVLab: Facturació anual Altres Proveïdors

	Pressupost contractació 2013	
	Valor mitjà	Valor total
TOTAL ALTRES PROVEÏDORS	1.006.666,67 €	15.026.666,67 €
Catalans	206.666,67 €	7.026.666,67 €
Estrangers	800.000,00 €	8.000.000,00 €

Font: Elaboració pròpia

Des del punt de vista de l'oferta de serveis musicals (altres proveïdors) destaquem, en primer lloc, el fort increment de la concentració de negoci i, en segon lloc i no menys important, la participació d'organitzacions estrangeres que són, a més, les que tenen un volum de facturació superior a les catalanes. No obstant, aquest és un perfil a seguir i l'increment de la seva presència al Mercat és un indicador de la rellevància que estan adquirint i de l'assoliment d'un objectiu estratègic: el de la innovació. Tant en aquesta taula com en l'anterior, es demostra l'increment important de capacitat de negoci en l'edició de 2013 del MMVV-MVLab.

Valoració del 25è MMVV i MVLab: Perfil dels venedors. Artistes en cartera i presentats

	Artistes en cartera		Artistes presentats	
	Valor mitjà	Valor total	Valor mitjà	Valor total
AGENTS	11,24	1.259,41	3,29	368,45
Catalans	12,3	852	3,5	244
Estatals	9,5	314	3,1	103
Estrangers	9,4	94	2,2	22

Font: Elaboració pròpia

Des del punt de vista dels professionals amb perfil venedor, veiem com els Agents assistents al Mercat el 2013 tenien un total de 1.259 grups en carteta (11,2 grups de mitjana per entitat, xifres superiors a anys anteriors) i van presentar al Mercat quasi al 30% dels grups. **El 48% d'aquestes propostes eren novetats.**

Cal esmentar també que un 15,5% dels Agents han signat contractes amb nous artistes dins de l'edició 2013 del Mercat.

Valoració del 25è MMVV i MVLab: Contactes

	Contactes establerts el 2013		Contactes mantinguts gràcies al Mercat	
	Valor mitjà	Valor total	Valor mitjà	Valor total
TOTAL VENEDORS	15,3	2.151	11,98	1.689
Agents	15,6	1.753	13,26	1.485
Catalans	17,8	1.225	10,00	690
Estatals	11,3	373	22,58	745
Estrangers	15,5	155	5,00	50
Altres proveïdors del sector	9,1	398	6	204
Catalans	9,3	316	6,00	204
Estrangers	8,2	82		

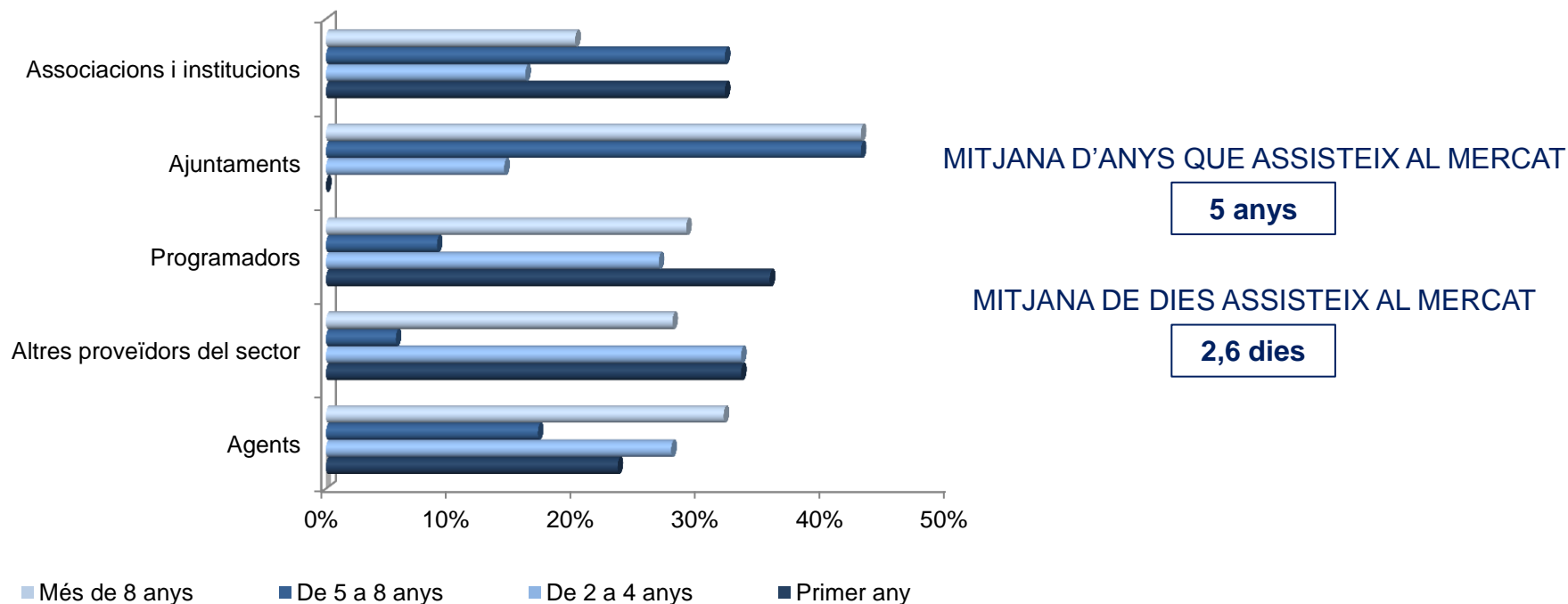
	Contactes establerts el 2013		Contactes mantinguts gràcies al Mercat	
	Valor mitjà	Valor total	Valor mitjà	Valor total
TOTAL COMPRADORS	6,7	1.149	14,3	1.530
Programadors	11,2	1050	14,60	1372
Catalans	9,3	363	10,5	410
Estatals	12,3	369	19,1	572
Estrangers	12,8	319	15,6	391
Ajuntaments	7,6	99	12,10	157
Catalans	7,6	99	12,1	157

	Contactes establerts el 2013		Contactes mantinguts gràcies al Mercat	
	Valor mitjà	Valor total	Valor mitjà	Valor total
TOTAL ENTORN INSTITUCIONAL	14,9	952	12,3	790
Associacions i Institucions	14,9	952	12,3	790
Catalanes	9,8	392	12,8	511
Estatals	35,0	350	13,9	139
Estrangeres	15,0	210	10,0	140

En aquesta taula es pot apreciar el Capital Social que va generar el Mercat 2013, entès des del punt de vista de la generació de Xarxa Professional. En total, gràcies al Mercat s'han generat quasi més de 2.150 contactes nous entre les entitats venedores i 2.100 entre les compradores. La dada rellevant, però, és la gran **xarxa de contactes que es mantenen** gràcies a l'existència del Mercat (acumulació de capital social).

Des del punt de vista de la internacionalització posar de relleu que per terme mig el 27,5% dels contactes nous establerts són internacionals.

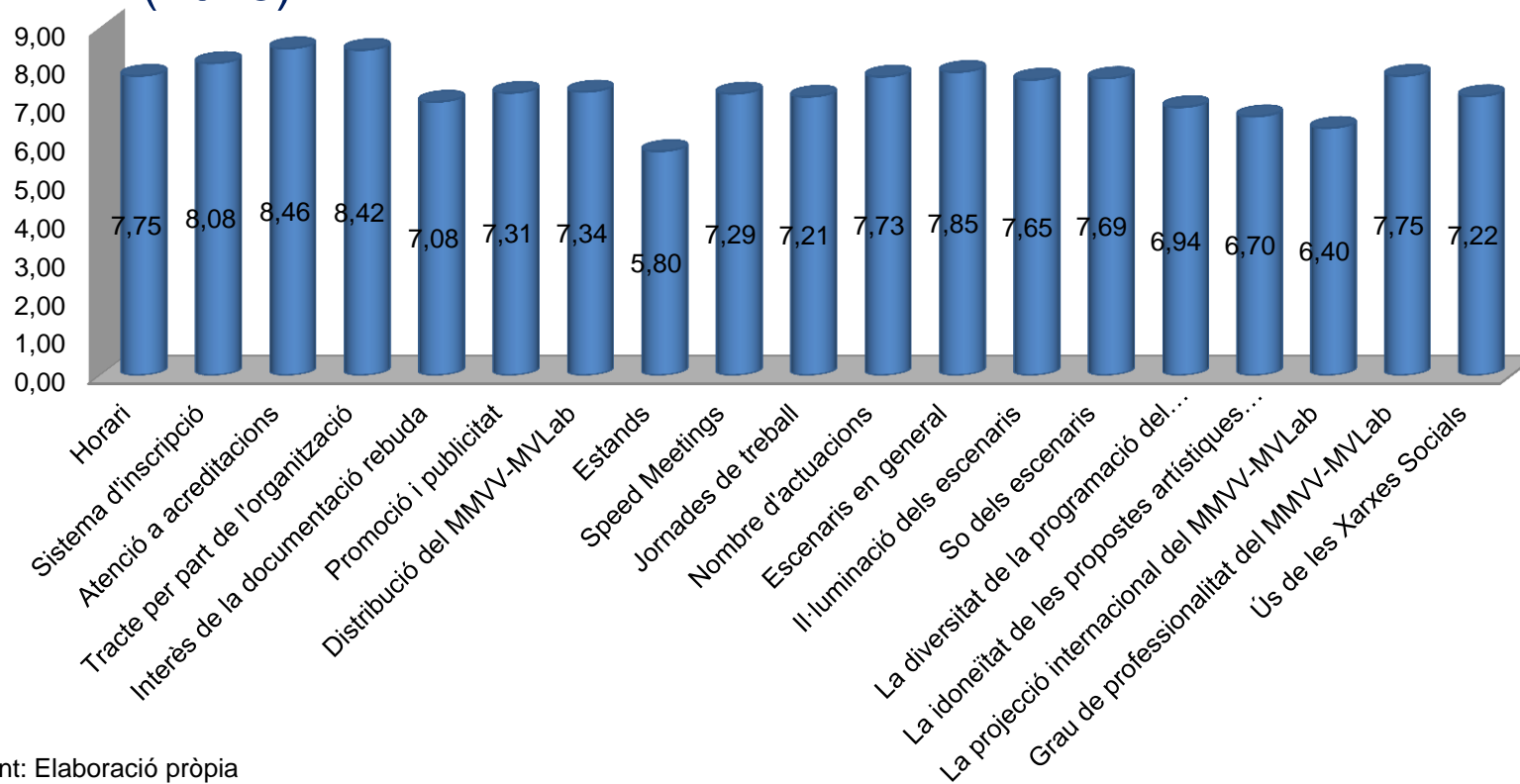
Valoració del 25è MMVV i MVLab: Anys d'assistència la MMVV



Font: Elaboració pròpia

Com veiem al gràfic, el Mercat és una cita obligada per un alt percentatge dels professionals els quals, de mitjana, han participat de manera continuada des de fa **cinc anys**. La mitjana de dies al mercat ha passat de 2,8 l'any 2012 a 2,6 en l'edició d'aquest any. No obstant, és també un espai d'arribada de nous professionals de diferents perfils, tal i com ja es va apreciar l'any passat, els quals, exceptuant als Ajuntaments, representen a la resta de perfils professionals.

Valoració del 25è MMVV i MVLab: Valoració mitjana dels serveis del MMVV (2013)



VALORACIÓ
MITJANA
GLOBAL DEL
MERCAT

7,24

2012

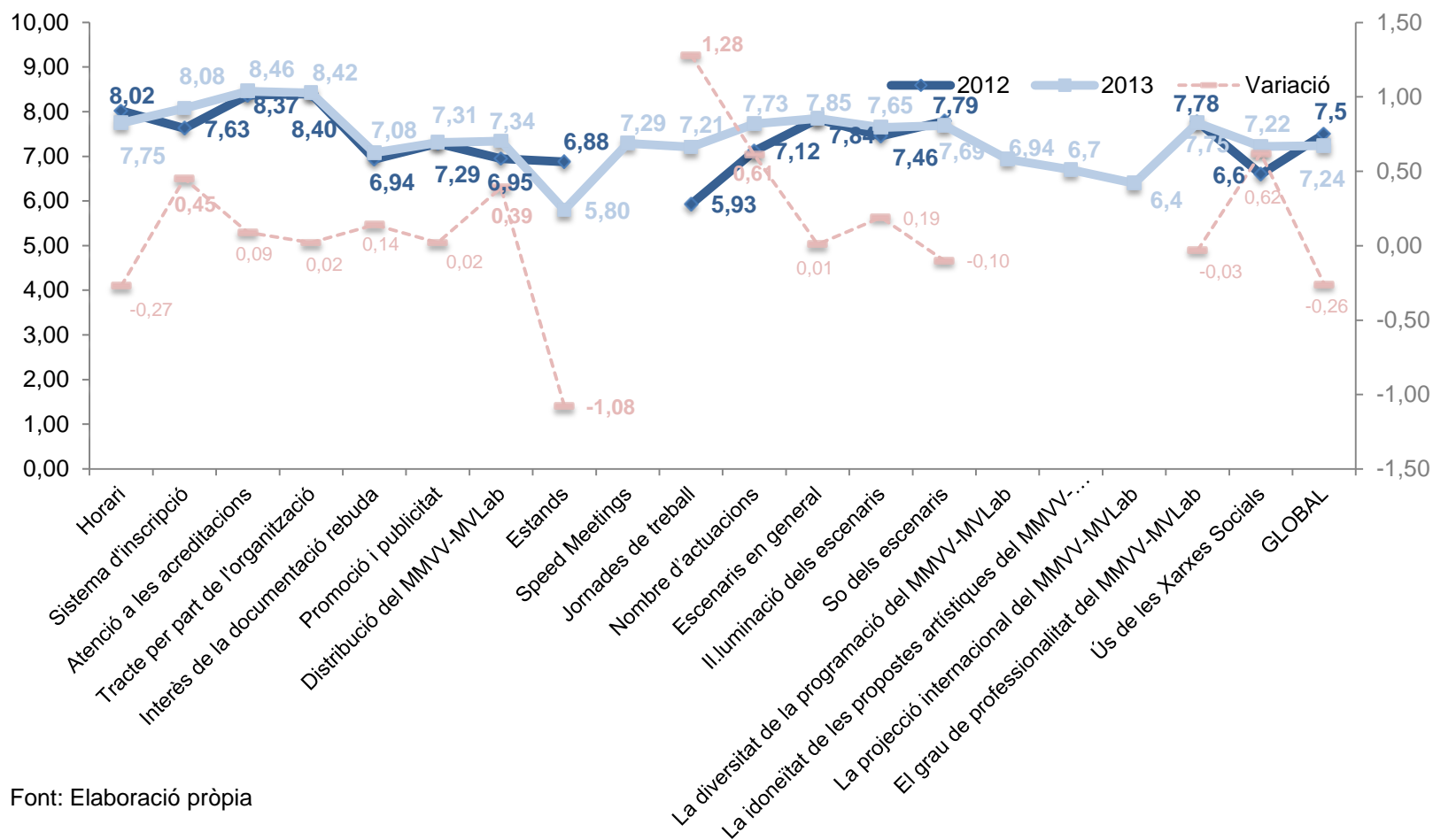
7,5

Font: Elaboració pròpia

La valoració global que en fan del Mercat les entitats assistents a l'edició del 2013 és positiva, obtenint una mitjana de 7,24. Entre els aspectes que es valoren més positivament, destaquen **l'atenció a les acreditacions**, el **tracte per part de l'organització** i el **sistema d'inscripció**, amb valors superiors a la valoració mitjana global del Mercat. Per contra, destacar els **estands** com l'aspecte pitjor valorat.

El 94,6% dels assistents a la 25^a edició tenen intenció de tornar en la seva pròxima edició el 2014.

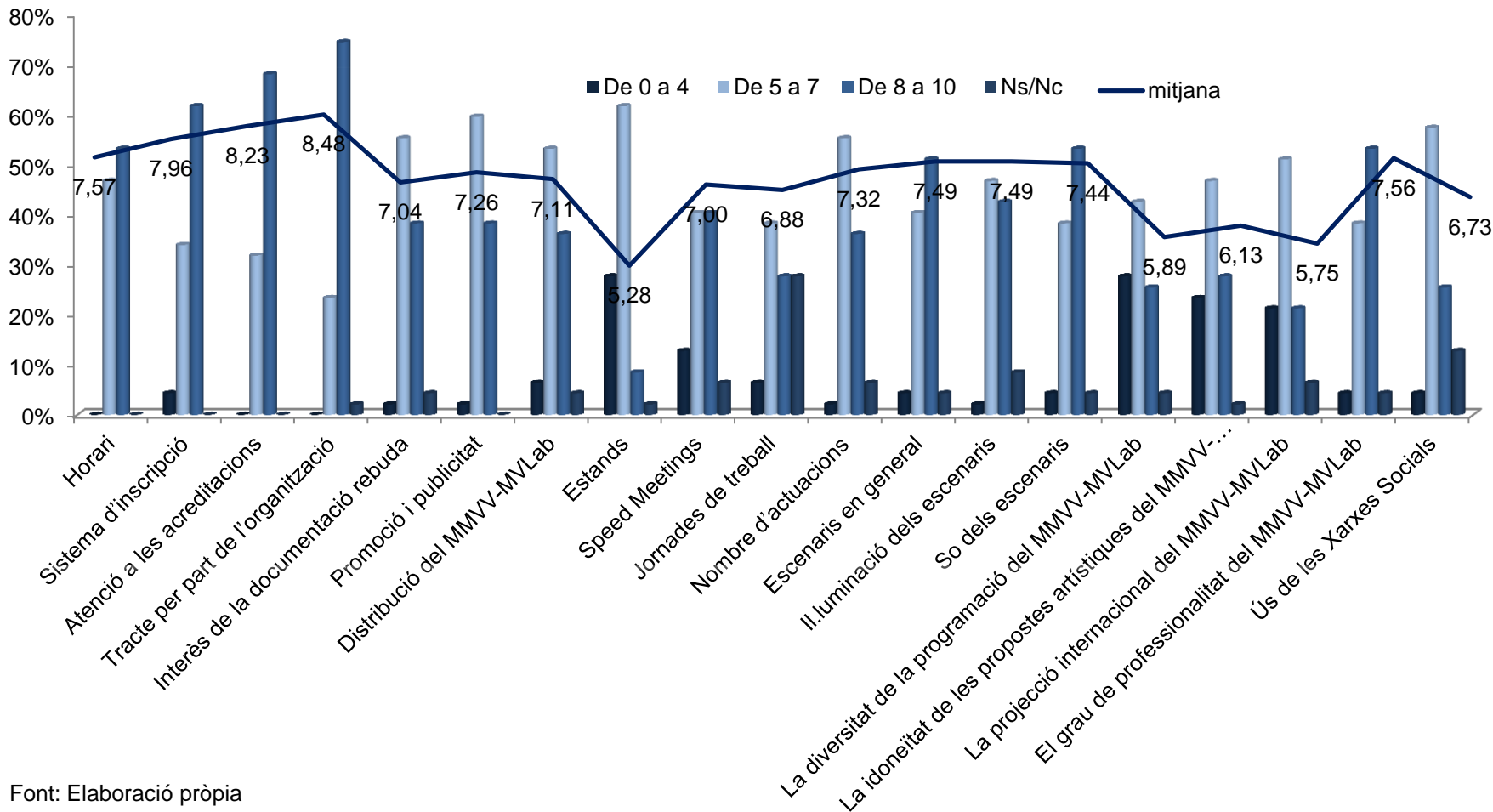
Valoració del 25è MMVV i MVLab: Valoració mitjana dels serveis del MMVV (2013) respecte 2012



Font: Elaboració pròpia

Com es pot veure a la gràfica la valoració de la majoria dels serveis ha millorat respecte de l'edició passada, fet que demostra que la qualitat del Mercat continua sent molt alta.

Valoració del 25è MMVV i MVLab: Valoració dels serveis i aspectes del MMVV des del punt de vista dels Agents

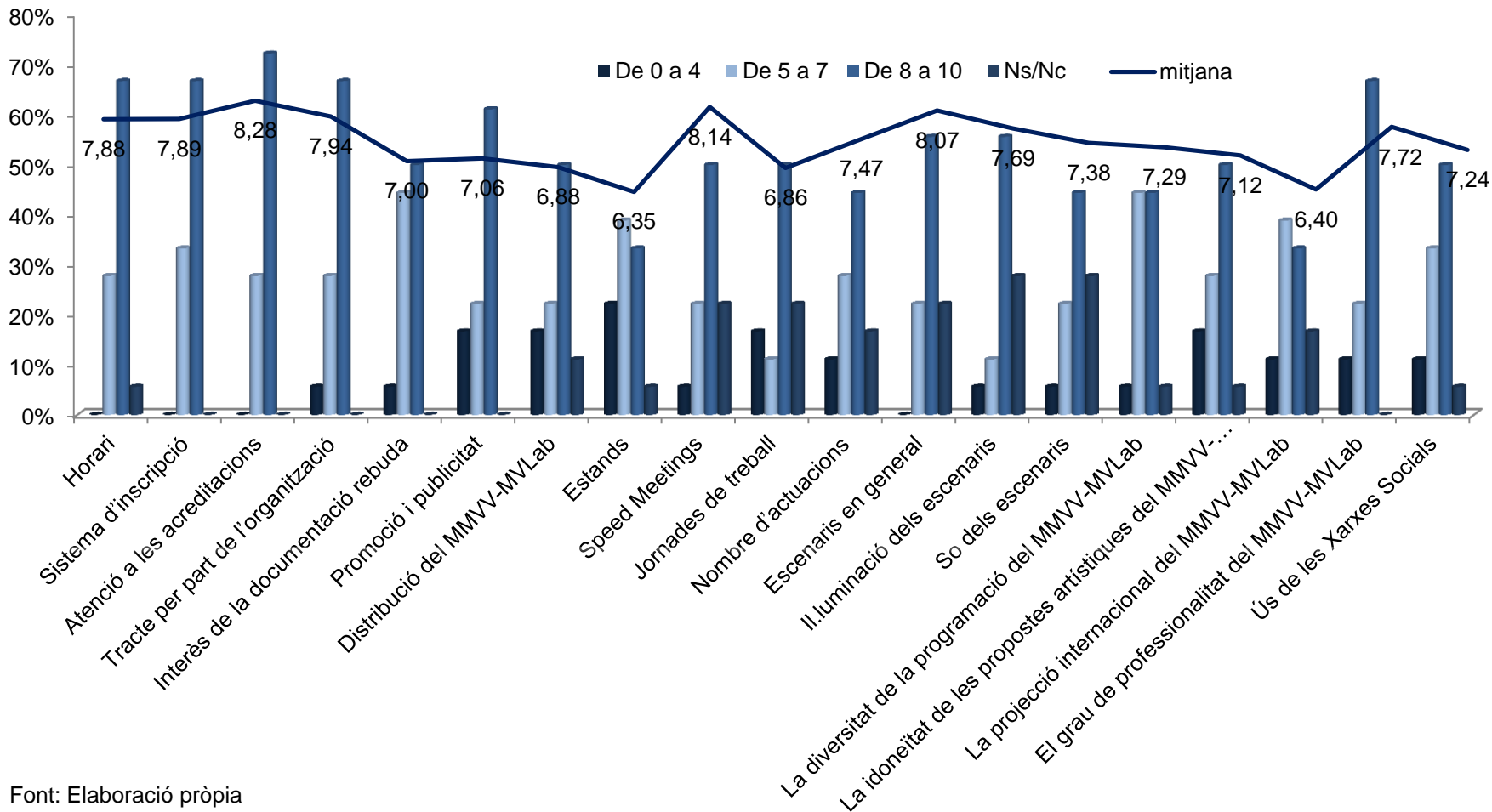


Font: Elaboració pròpia

VALORACIÓ MITJANA GLOBAL DEL MERCAT: **AGENTS**

6,74

Valoració del 25è MMVV i MVLab: Valoració dels serveis i aspectes del MMVV des del punt de vista dels Altres Proveïdors

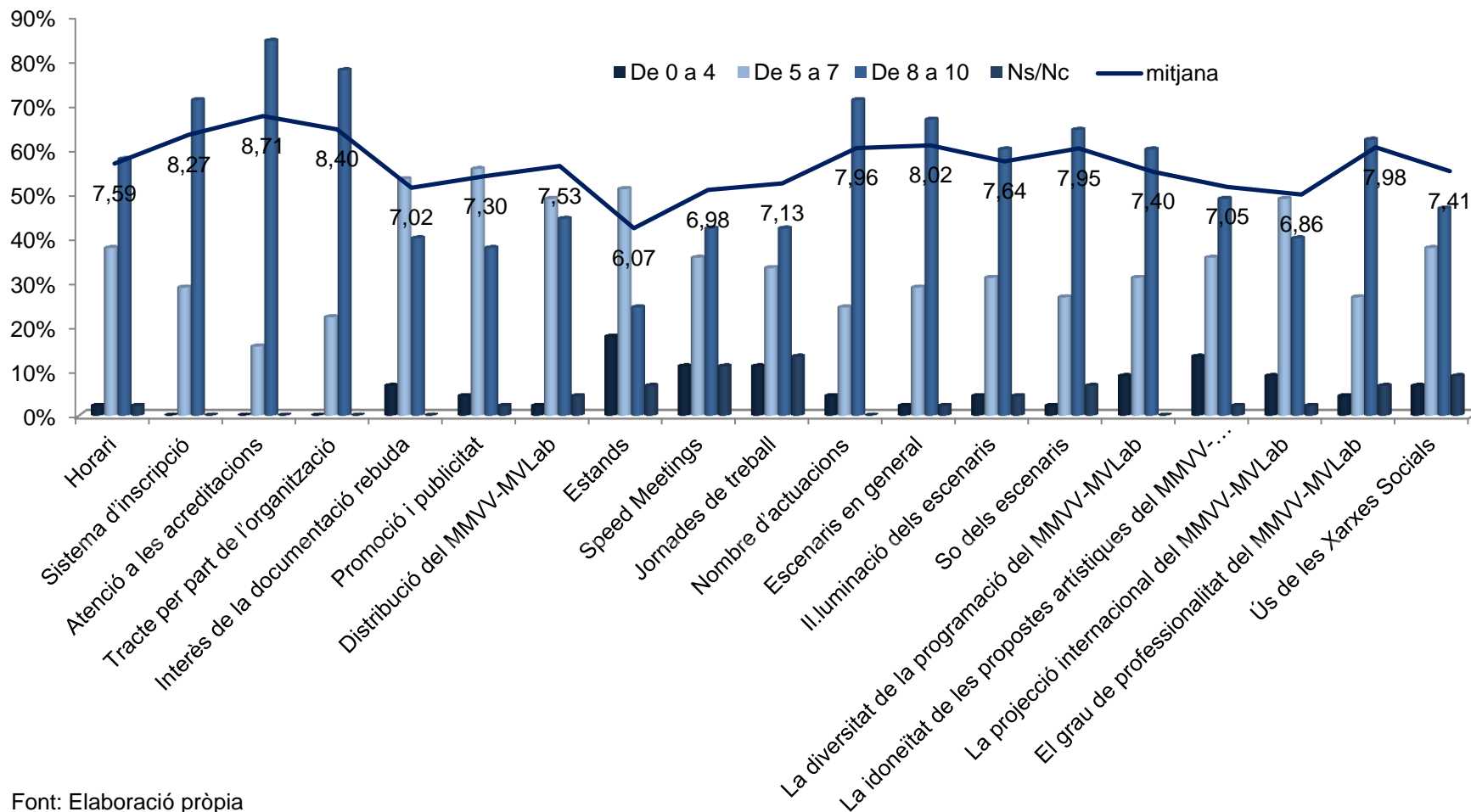


Font: Elaboració pròpia

VALORACIÓ MITJANA GLOBAL DEL MERCAT: ALTRES PROVEÏDORS DEL SECTOR

7,22

Valoració del 25è MMVV i MVLab: Valoració dels serveis i aspectes del MMVV des del punt de vista dels Programadors

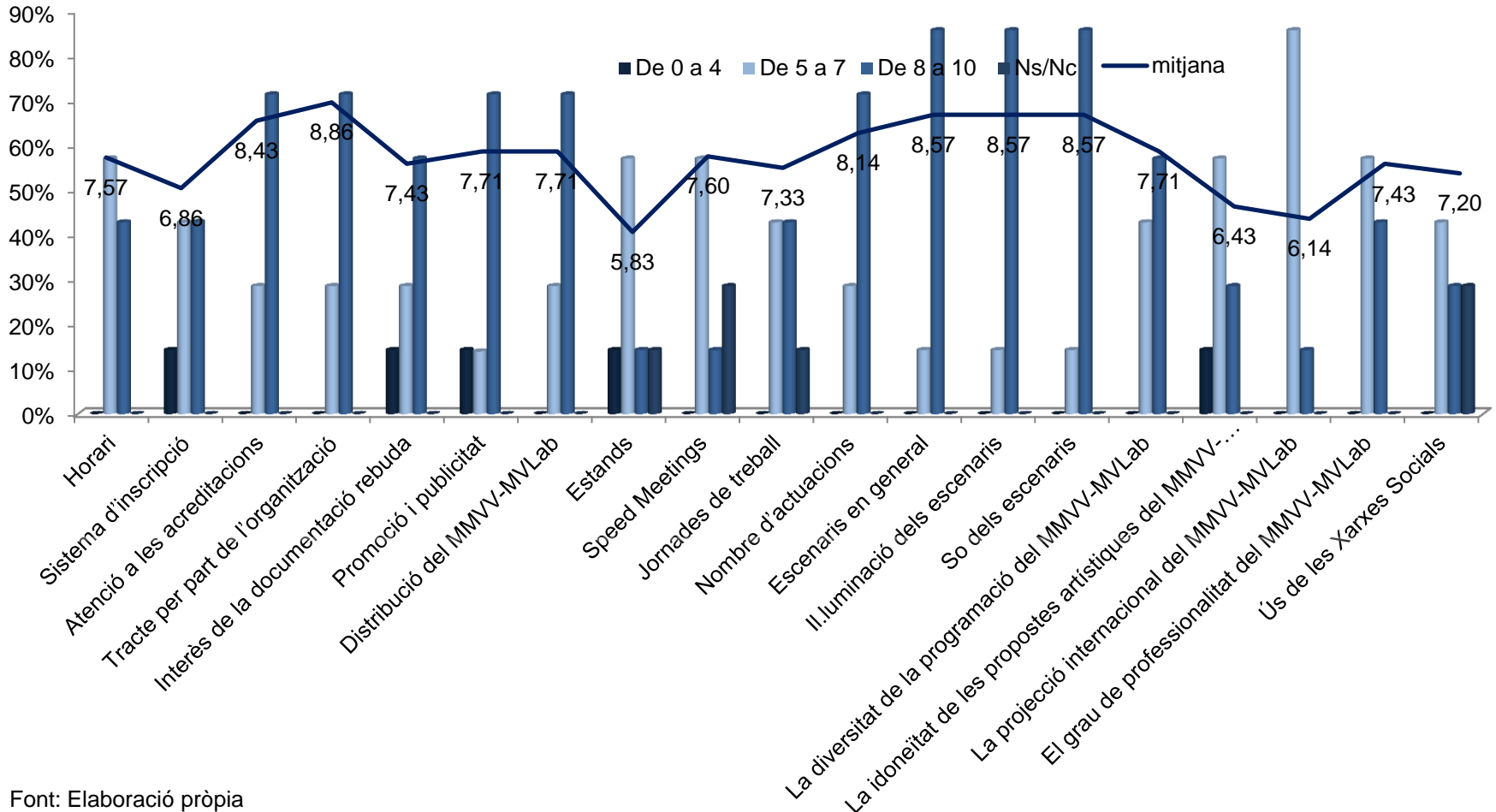


Font: Elaboració pròpia

VALORACIÓ MITJANA GLOBAL DEL MERCAT: PROGRAMADORS

7,64

Valoració del 25è MMVV i MVLab: Valoració dels serveis i aspectes del MMVV des del punt de vista dels Ajuntaments

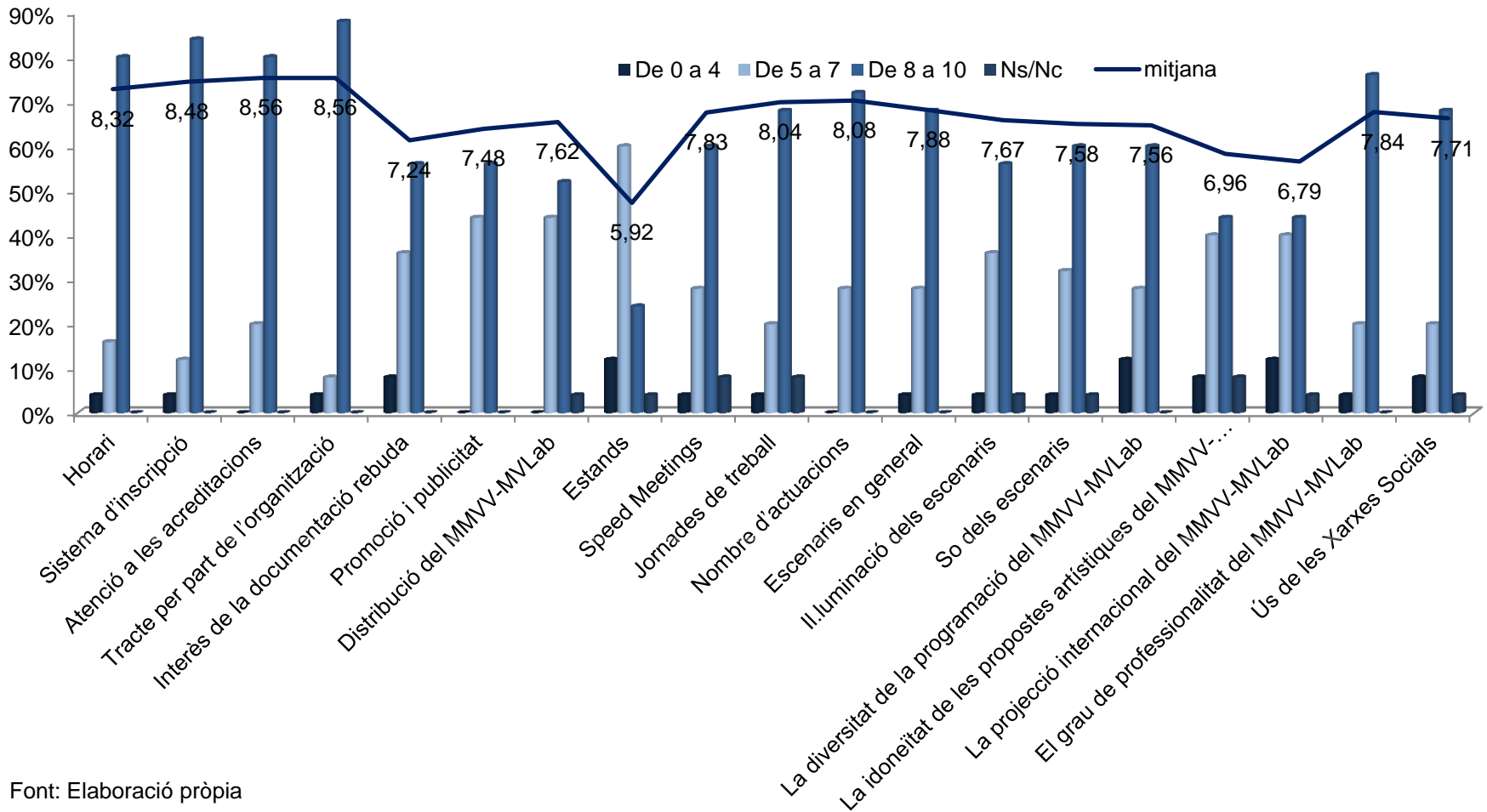


Font: Elaboració pròpia

VALORACIÓ MITJANA GLOBAL DEL MERCAT: AJUNTAMENTS

7,29

Valoració del 25è MMVV i MVLab: Valoració dels serveis i aspectes del MMVV des del punt de vista de les Associacions i Institucions

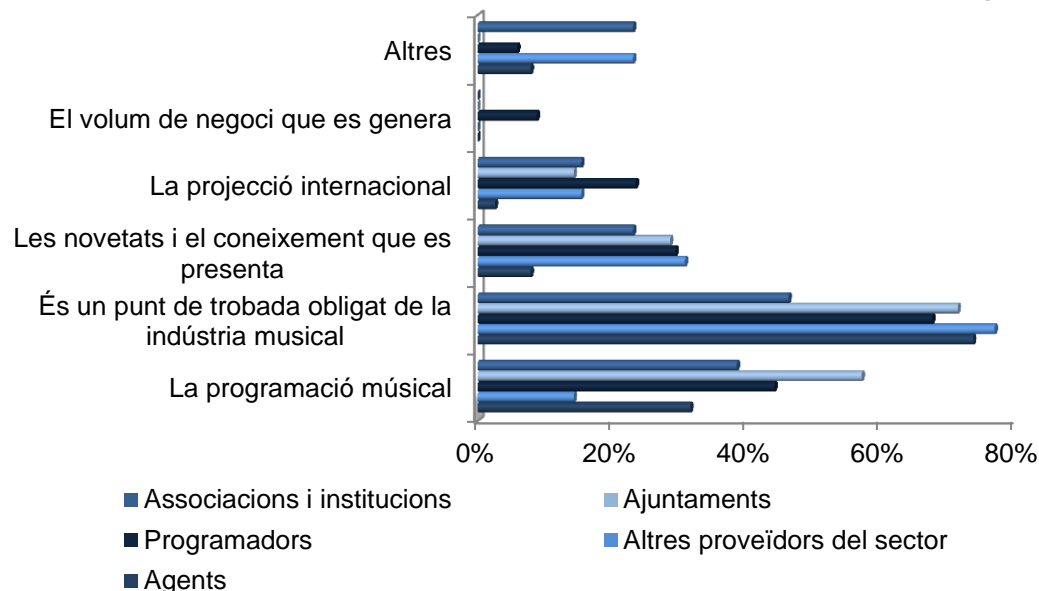


Font: Elaboració pròpia

VALORACIÓ MITJANA GLOBAL DEL MERCAT: **ASSOCIACIONS I INSTITUCIONS**

7,44

Valoració del 25è MMVV i MVLab: Singularitats respecte altres fires



VALORACIO RELLEVANCIA MMVV RESPECTE D'ALTRES FIRES / MERCATS	
Agents	6,10
Altres proveïdors del sector	6,46
Programadors	6,80
Ajuntaments	7,00
Associacions i institucions	6,15

VALORACIÓ MITJANA GLOBAL DE LA RELLEVÀNCIA DEL MERCAT

6,45

Font: Elaboració pròpia

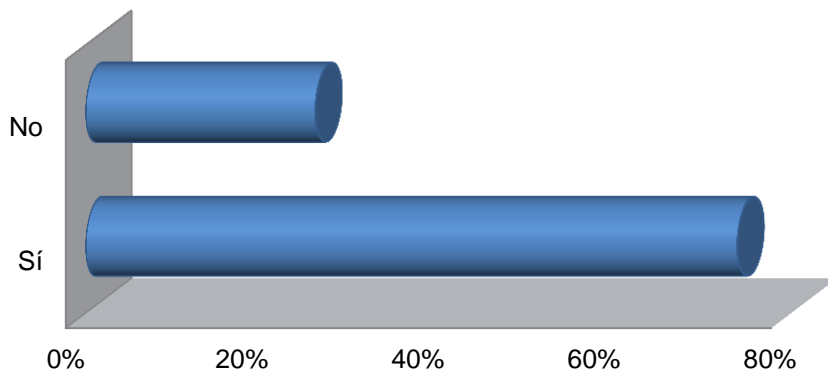
A nivell general, la singularitat més important per assistir al MMVV-MVLab respecte altres fires del circuit és per **ser un punt de trobada obligat de la indústria musical**, seguit de la **programació musical** que s'hi programa així com per **les novetats i el coneixement que es presenta**.

Cal tenir en compte, que la generació de negoci no és una singularitat per la qual es reconegui el Mercat. Per altra banda, cal continuar reforçant la internacionalització així com la generació de coneixement per tal de què en un futur siguin aspectes singulars per acudir al Mercat.

No obstant, les valoracions que tots els professionals han fet a la singularitat del Mercat respecte a Altres Fires en les que hi participen **és superior a les valoracions realitzades en l'edició passada**.

A nivell global, les entitats destinen el 10,6% del seu pressupost comercial a assistir al MMVV-MVLab. Els agents i els ajuntaments són les entitats que més pressupost hi destinen, 12,1% i 11,4%, respectivament.

Valoració del 25è MMVV i MVLab: Participació en altres fires/mercats



Font: Elaboració pròpia

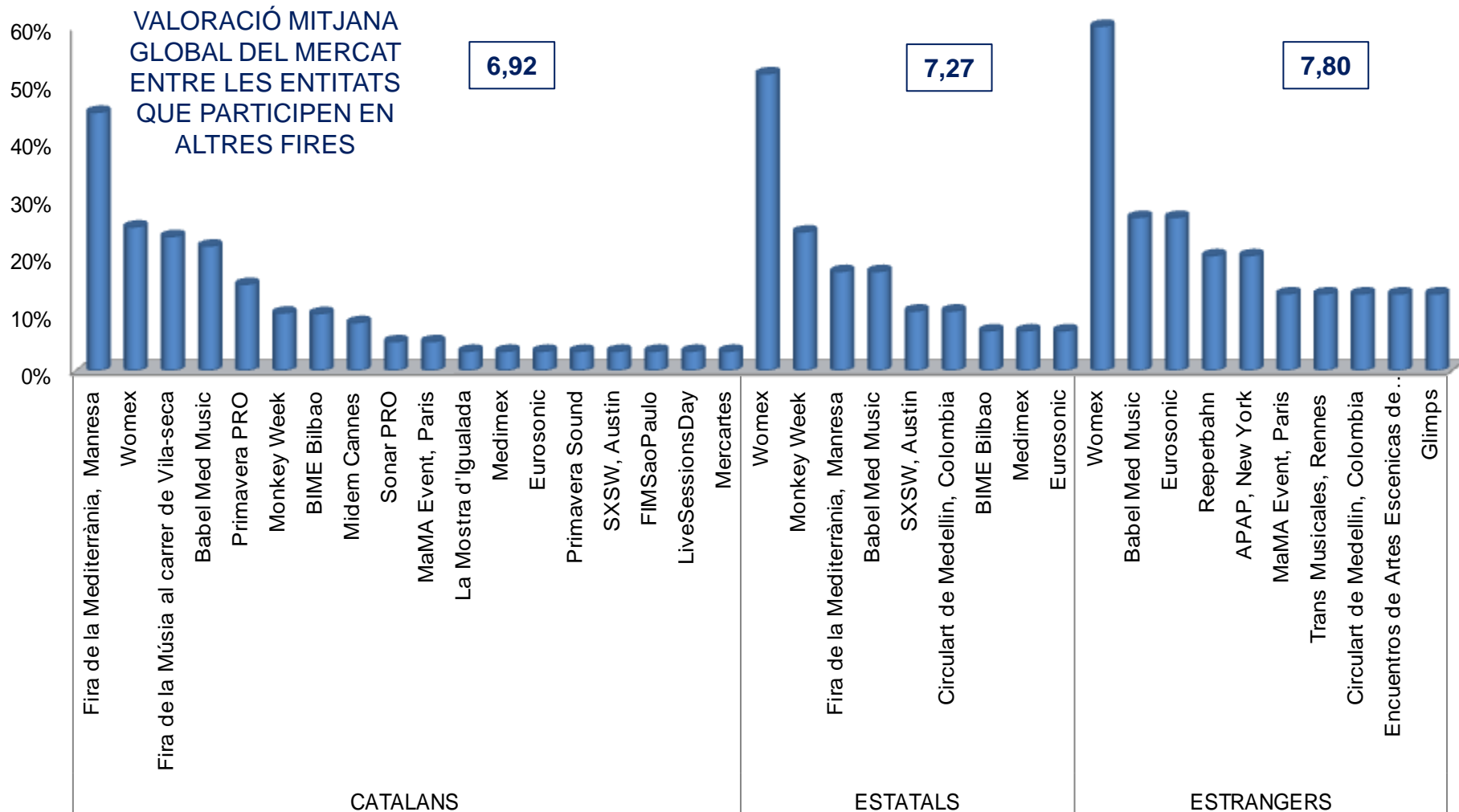
3 de cada 4 entitats participants al MMVV-MVLab manifesten participar en d'altres fires i/o mercats musicals.

Les fires i/o mercats musicals que més ressò de manera general tenen entre les entitats consultades són: Womex, Fira de la Mediterrània de Manresa, Babel Med Music, Fira de la Música al carrer de Vila-seca, Monkey Week, Primavera Pro, MaMA Event Paris, Midem Cannes, entre d'altres. **Aquest mapa així com les valoracions del MMVV respecte d'altres Fires, però, varia segons la procedència dels professionals.** Veie-m'ho.



Font: Elaboració pròpia

Valoració del 25è MMVV i MVLab: Principals fires/mercats on participa



Font: Elaboració pròpia

Algunes de les respostes no estan incloses en el gràfic degut a què corresponen a altres fires o mercats musicals que han estat anomenats per una sola entitat.

INTRODUCCIÓ

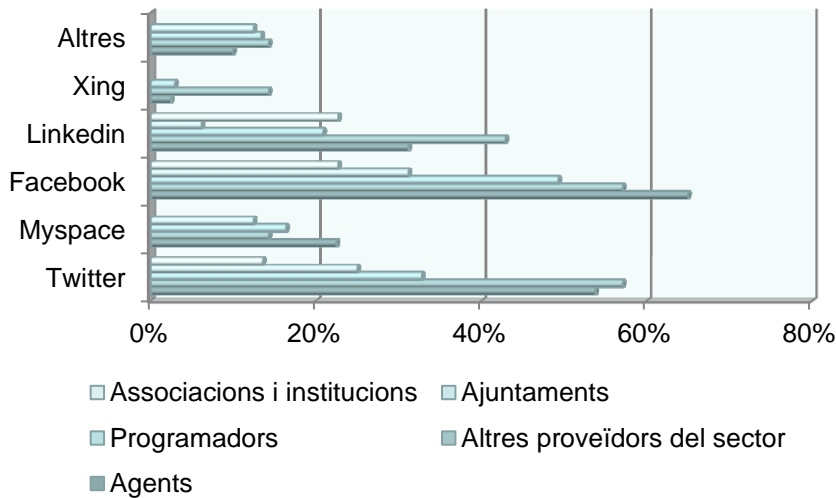
VALORACIÓ DE L'IMPACTE ECONÒMIC DEL MMVV-MVLab 2012 A LA INDÚSTRIA MUSICAL

VALORACIÓ DE LA QUALITAT DEL MMVV-MVLab 2013.

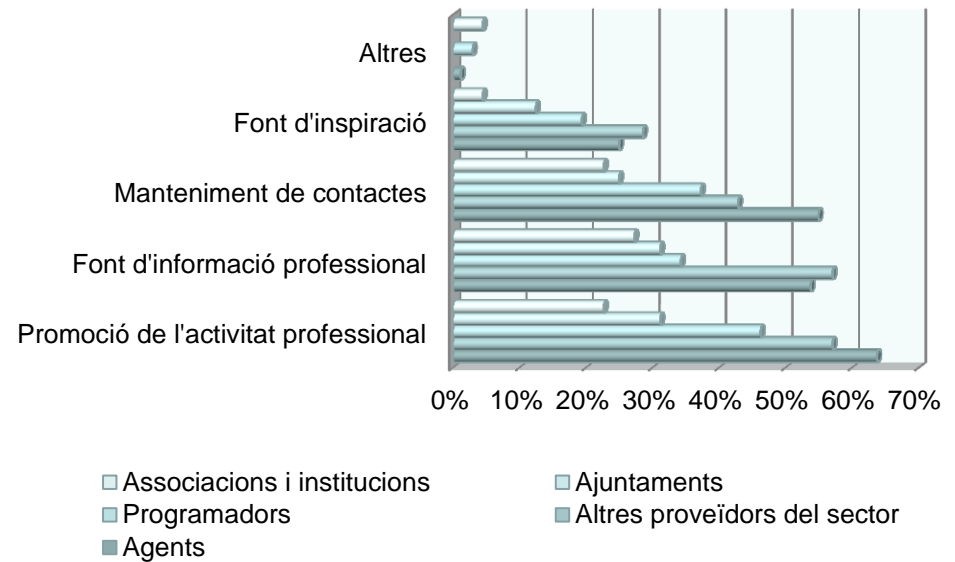
▣ LES XARXES SOCIALS A LA INDÚSTRIA MUSICAL i AL MMVV-MVLab.

Xarxes socials: Ús de les Xarxes Socials per a l'activitat professional

Principals xarxes socials utilitzades

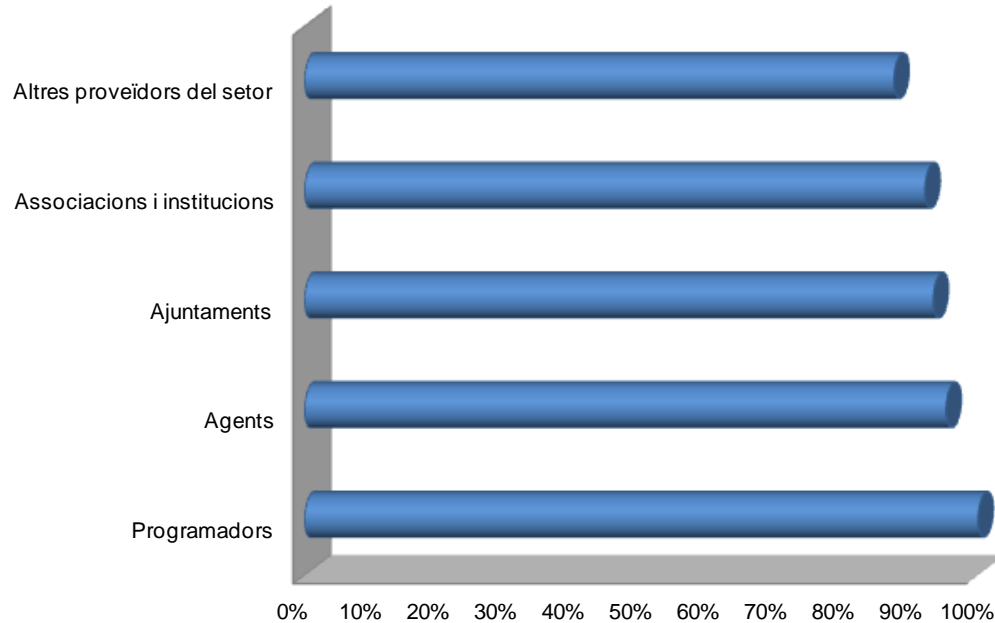


Ús de les xarxes socials



En l'edició del MMVV-MVLab del 2012, el 67,1% de les organitzacions acreditades van utilitzar aquestes xarxes socials per a realitzar accions de comunicació i promoció. Les xarxes Socials del MMVV-MVlab es van valorar amb un 6,6.

Xarxes socials : Ús de les Xarxes Socials per a l'activitat professional

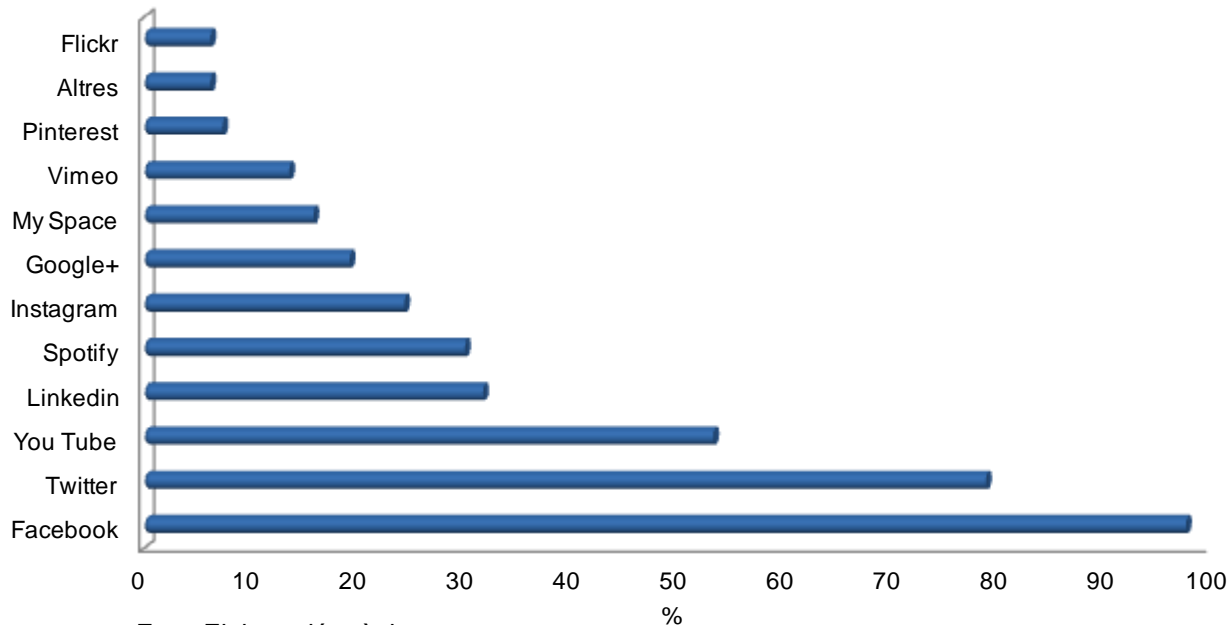


Font: Elaboració pròpia

L'anàlisi que presentem a continuació demostra de manera ferma que les Xarxes Socials a Internet, 8 mesos després ja s'havien convertit en sòlid canal de comunicació i promoció de la indústria musical.

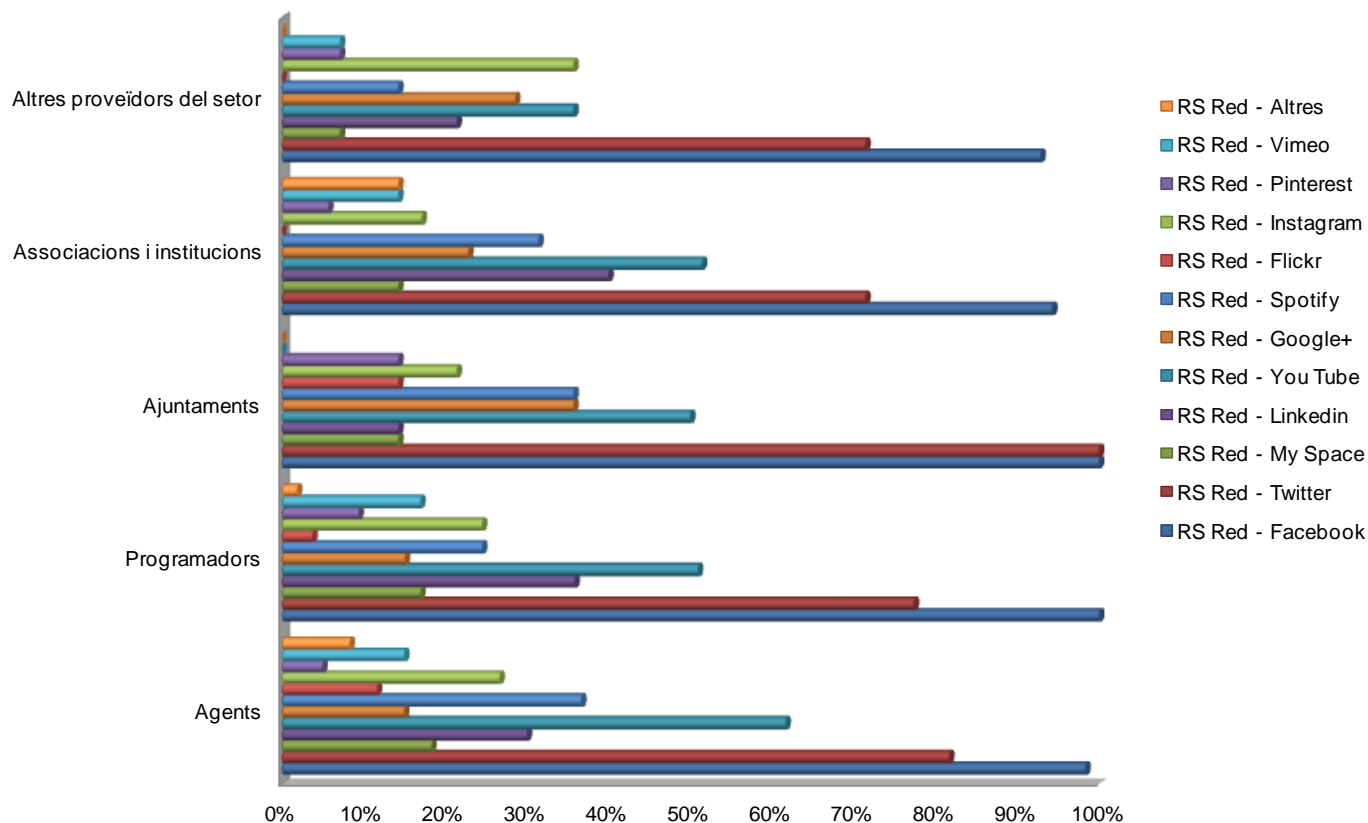
Segons les enquestes realitzades entre juliol i setembre de 2013, el 95% de les entitats inscrites al MVLab 2012 utilitzen avui en dia les Xarxes Socials a Internet per la seva activitat professional. Es tracta, però, d'unes eines que estan gestionades internament per les mateixes organitzacions ja que només el 17% de les organitzacions externalitzen la seva gestió.

Xarxes Socials: Xarxes Socials utilitzades per a l'activitat professional



Tal i com es pot apreciar en el gràfic les Xarxes Socials més utilitzades són les que tenen un caire generalista, com són Facebook i Twitter (la primera, utilitzada per quasi el 98% de les entitats enquestades i la segona, utilitzada per un 79% de les mateixes). Amb un percentatge més reduït però força significatiu, YouTube també es posiciona com una Xarxa Social utilitzada per la meitat dels professionals enquestats.

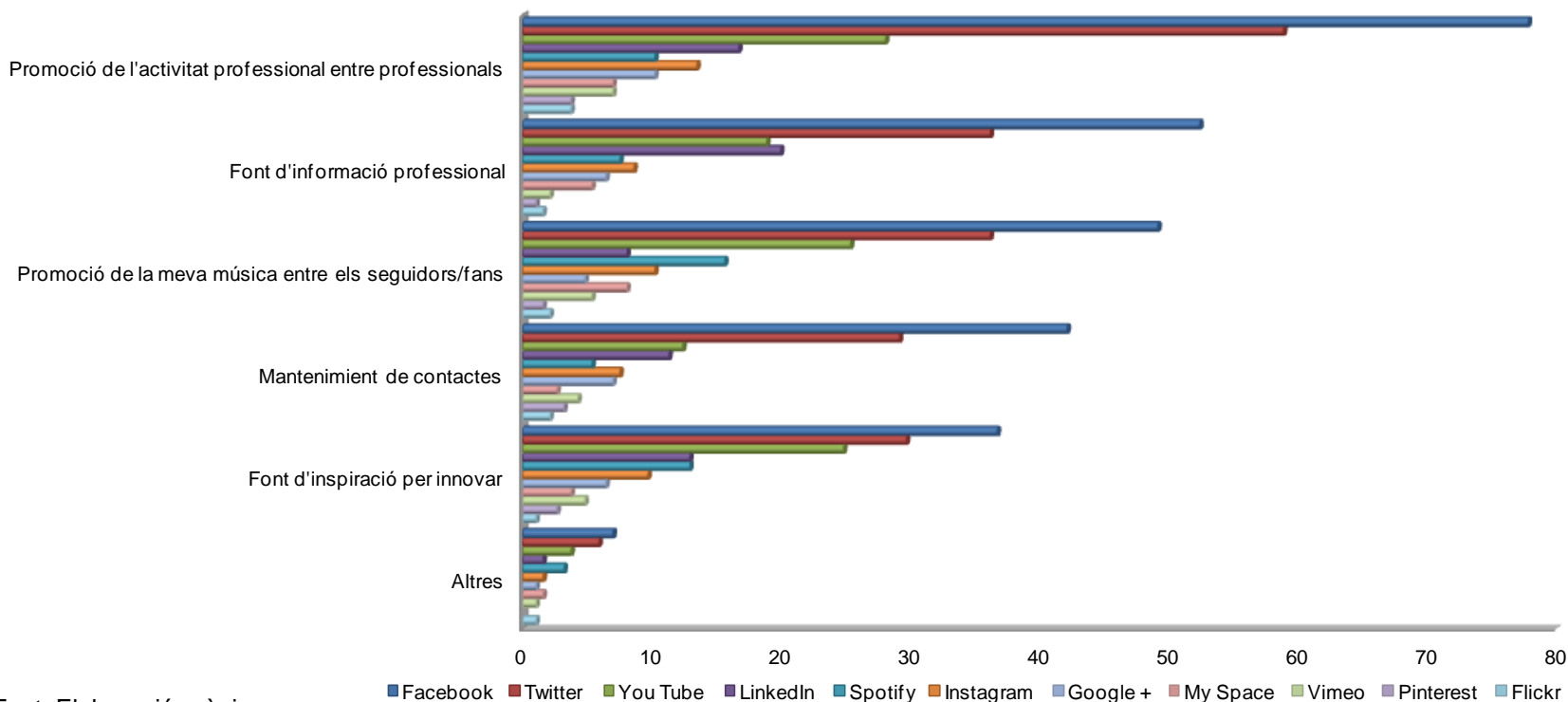
Xarxes Socials: Xarxes socials utilitzades segons tipologia d'agent



Font: Elaboració pròpia

L'ús de les Xarxes Socials a Internet varia segons el perfil de les entitats. Facebook i Twitter, com hem comentat, són les més utilitzades per tots els agents però veiem diferències notables en alguna de les altres Xarxes Socials.

Xarxes Socials: Finalitats d'ús de les Xarxes Socials



Font: Elaboració pròpia

Un dels resultats més interessants de l'anàlisi de les dades és la demostració que aquestes Xarxes Socials, i molt més concretament les Xarxes de caire generalista, són utilitzades per la indústria musical principalment per Promocionar l'activitat professional entre professionals, com a Fonts d'informació professional i, en tercer lloc, com a plataformes per la Promoció de la música entre els seguidors/fans. En segon terme queden finalitats d'ús més concretes com ser una Font d'inspiració per innovar o Mantenir contactes. Interessant és veure que Spotify és una plataforma que s'utilitza com a font d'inspiració per innovar, la qual és la seva tercera funció principal.

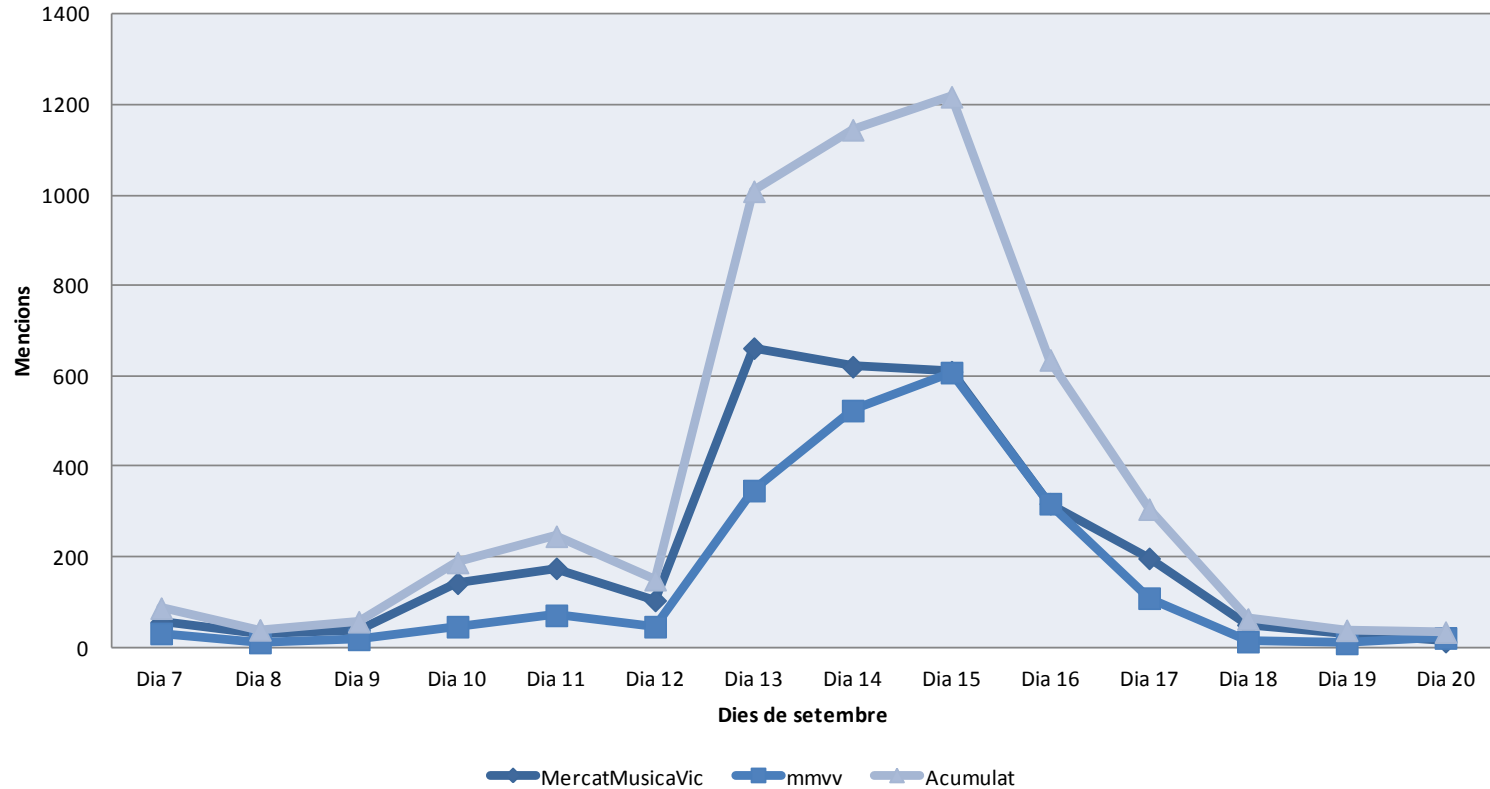
Xarxes Socials: Xarxes Socials específiques de la indústria musical

De Xarxes Socials que nosaltres hem anomenat com a **específicament de música o destinada a músics i compositors**, només un 25% de les entitats enquestades han indicat que les utilitzen. Aquestes Xarxes són **BandCamp** i les aplicacions de **SoundCloud** i **iTunes**, aquesta darrera nascuda dins de l'entorn d'Apple.

Són plataformes de distribució directa de música alguna de les quals permeten interactuar amb els fans. Per tant, són canals de distribució i promoció de la música, utilitzada només per una part de la indústria musical. No és d'estranyar, doncs, que siguin els agents els que més ús fan d'aquestes xarxes socials (per sobre de la mitjana), seguit dels promotors i molt a prop de la mitjana, però un punt per sota, les institucions i associacions.

La finalitat d'ús més específica d'aquestes Xarxes és la promoció de la música, tant entre els professionals (un 76%) com entre l'audiència (59%). Un ús també destacat és que es constitueixen com a fonts d'informació professional per un 67% de les organitzacions que les utilitzen.

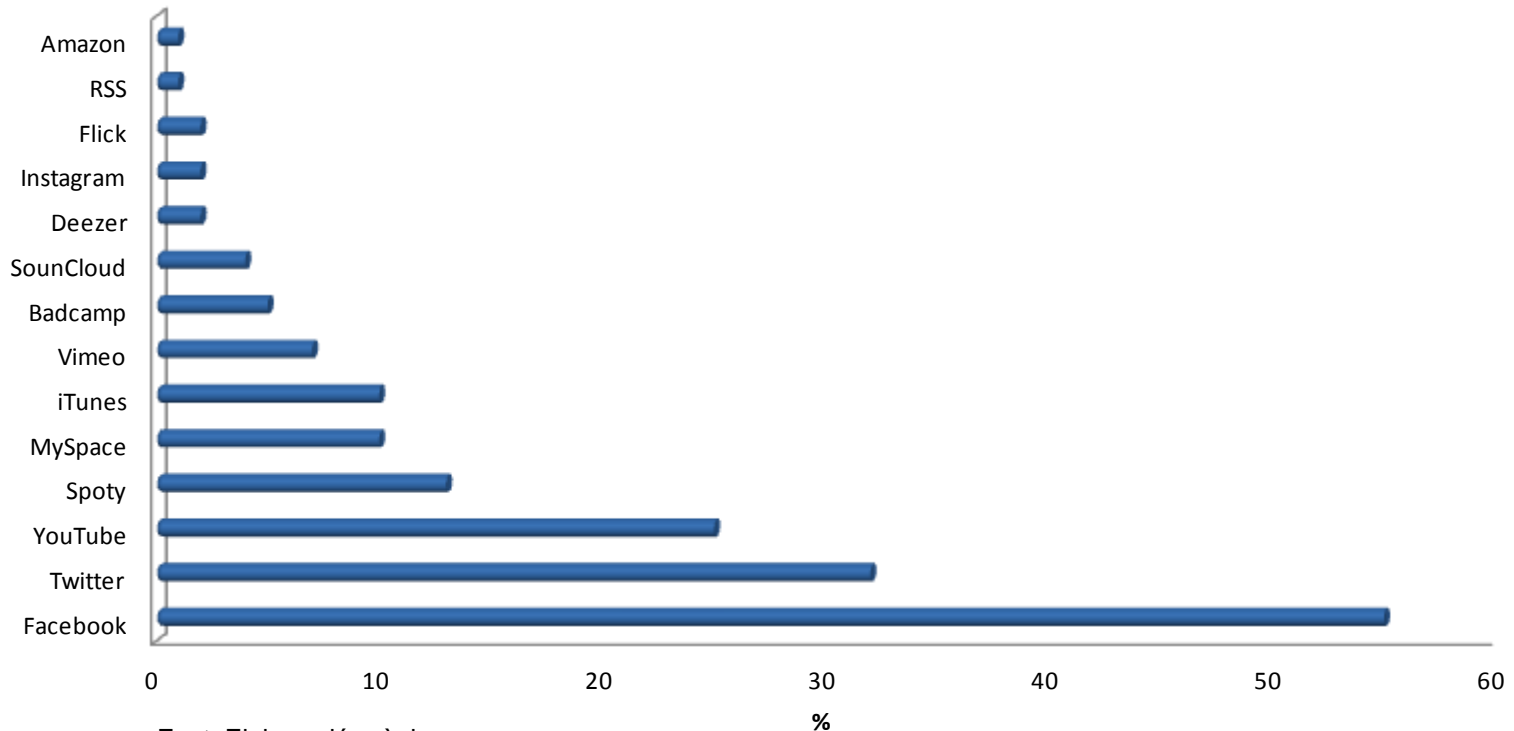
Xarxes Socials: El MMVV-MVLab a les Xarxes Socials 2013. Twitter



Font: Elaboració pròpia

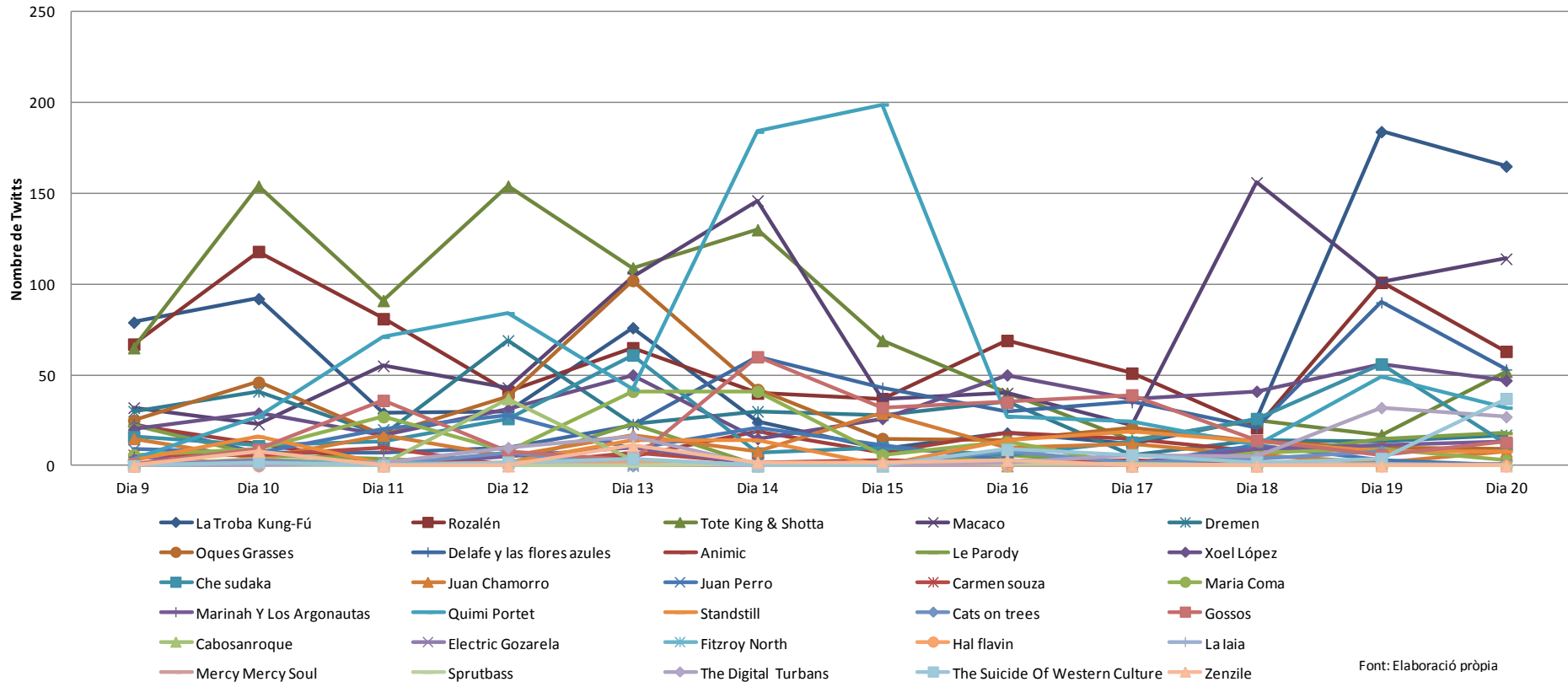
En el gràfic veiem quina ha estat l'evolució de les mencions del MMVV durant el període estudiat (del 7 al 20 de setembre de 2013) sota el seu usuari i hashtag a Twitter. En total, durant el període especificat s'han fet **5.216 mencions** (l'any 2012 es van realitzar en total prop de 3.600), que han estat concentrades bàsicament durant els dies de l'esdeveniment.

Xarxes Socials: Xarxes socials utilitzades pels grups/artistes del MMVV.



S'aprecia la mateixa evolució positiva vista anteriorment en l'ús de les Xarxes Socials a Internet entre els grups i artistes que van actuar dins de l'àmbit del MMVV 2013. El 90% dels grups fan ús d'aquests espais per promocionar la seva activitat professional, amb una mitjana d'ús de 2,5 Xarxes Socials per grup/artista.

Xarxes Socials: Els grups del MMVV a les Xarxes Socials, Twitter



Els Grups i artistes que van participar en el MMVV 2013 van generar un total de 2.575 Twitts durant els dies de Mercat. Els més actius i amb major presència van ser: Tote King & Shotta, Quimi Portet, Macaco, Oques Grasses, La Troba Kung-Fú i Rozalén. El fet més destacable respecte de 2012 és que al 2013 ja s'aprecia un ús generalitzat de Twitter entre tots els grups per promocionar la seva activitat professional, quan en l'edició passada, aquest fet el vam poder observar en pocs grups.

Estudi d'Impacte del Mercat de Música Viva de Vic

smoralespe@uoc.edu