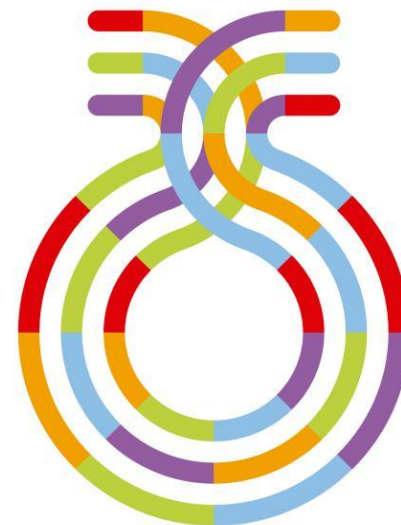


25^e mercat de música
viva de vic



del 12 al 15
de setembre de 2013

Mercat de Música Viva de Vic MVLab 2013 i 2014

INTRODUCCIÓ

VALORACIÓ DE L'IMPACTE ECONÒMIC DEL MMVV-MVLab 2013

Aspectes generals

Perfil Comprador

Perfil Venedor

VALORACIÓ DE LA QUALITAT DEL MMVV-MVLab 2014

CONCLUSIONS

Introducció: Objectius de l'estudi

Mesurar i avaluar l'impacte econòmic del MMVV-MVLab 2013 sobre la indústria musical.

- Mesurar el volum de negoci real que es va generar arrel de l'edició del 2013 del MMVV-MVLab;
- Comparar els resultats amb les estimacions projectades en l'estudi anterior;
- Presentar el valor tant de la contractació pública com de la privada, les característiques de la contractació i la seva internacionalització.

Avaluar la qualitat del MMVV-MVLab 2014 i fer-ho de manera comparada respecte l'edició de 2013.

- Avaluar la qualitat de l'edició 2014 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;
- Mesurar la capacitat de negoci concentrat en l'edició de 2014 del MMVV-MVLab i projectar l'impacte econòmic a futur;
- Monitoritzar el posicionament i la notorietat de la marca MMVV-MVLab en el circuit comercial de la indústria musical per l'any 2014.

Introducció: Metodologia de l'estudi

▪ **Fase de recollida d'informació** mitjançant tècniques quantitatives: enquestes *online* i telefòniques. El treball de camp s'ha fet en dues fases, una per avaluar l'impacte econòmic que ha generat el Mercat de Música Viva de Vic en la seva edició de 2013, i l'altre per avaluar la qualitat final en la seva edició de 2014. Ambdós camps s'han realitzat a partir d'una enquesta estructurada i dirigida a les diferents entitats registrades en el MMVV-MVLab en cada una de les edicions. Les enquestes s'han fet en quatre idiomes per tal de cobrir tot l'univers (català, castellà, anglès i francès).

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

- La primera onada d'enquestes, destinades a avaluar l'impacte econòmic generat per l'edició de 2013 del MVLab i donar continuïtat a l'estudi encetat l'any anterior, es va realitzar entre els mesos de juliol, agost i setembre de 2014. Les enquestes *online* es van enviar a 328 entitats registrades al MMVV-MVLab 2013, de les quals, conjuntament amb el reforç telefònic, se n'han obtingut **175 enquestes, amb un marge d'error de +/- 5,1% per a un nivell de confiança del 95%**.
 - La segona fase d'enquestes es van llançar passada una setmana de l'acabament de la 27a edició del MMVV-MVLab fins la tercera setmana de novembre de 2014. Les enquestes es van enviar a 357 entitats registrades com a professionals de les quals s'han obtingut un total de **134 enquestes completades, amb un marge d'error de +/- 6,7% per a un nivell de confiança del 95%**.
- **Fase d'anàlisi de resultats**, el fruit de la qual presentem en aquest informe preliminar.

Introducció: Fitxa tècnica

- **Nom:** Mercat de Música Viva de Vic. MVLab 2013 i 2014.
- **Àmbit territorial:** Català, espanyol i estranger.
- **Univers objecte d'estudi:** Està format per totes les entitats registrades en el MMVV-MVLab 2013 (328 entitats) i en el MMVV-MVLab 2014 (357 entitats).
- **Grandària de la mostra: 175 entitats** assistents a l'edició de 2013 del MMVV-MVLab i **134 entitats** assistents a l'edició de 2014 del MMVV-MVLab.
- **Procediment de mostreig:** El procediment de selecció de les entitats s'ha realitzat a partir de la base de dades que l'esdeveniment ens va facilitar per cadascuna de les edicions.
- **Mètode de recollida d'informació:** Enviament d'enquestes estructurades i dirigides en suport telemàtic a totes les entitats registrades en la edició 2013 i 2014 del MMVV-MVLab. Cada setmana s'han anat realitzant controls de camp i recordatoris *online* a aquelles entitats que no havien respost per tal d'obtenir una òptima representació. Per assolir aquesta representació, en les darreres setmanes es va dur a terme l'administració telefònica del mateix qüestionari a aquelles entitats que per diversos motius no havien pogut respondre telemàticament. La durada promig de l'enquesta ha estat d'uns 10 minuts per l'enquesta d'impacte econòmic i un promig de 17 minuts per l'enquesta de valoració de la qualitat firal.
- **Error mostral associat:** Per al conjunt de la mostra l'error mostral associat al treball de camp de 2013 és del +/- **5,1%** i +/- **6,7%** per l'edició de 2014, amb un nivell de confiança el 95%, en el cas de màxima indeterminació (P=Q=50%).

Introducció: Tipologia d'entitat i agrupacions de categories per l'anàlisi

A partir de la primera pregunta del qüestionari ('*A quin tipus d'entitat/empresa representa*') s'ha creat una variable d'agrupació en diferents categories que són les utilitzades per a l'anàlisi.

La variable resultant és la següent, on s'especifica per cada categoria la tipologia d'entitat:

- **Compradors (programadors) privats:** Espai/Sales (de gestió privada), Festival (de gestió privada), Fira (de gestió privada), Distribuidora/Productora (en el seu rol de compradores) i Discogràfica.
- **Compradors (programadors) públics:** Ajuntaments, Equipaments municipals, Institucions i Altres Administracions Públiques, Festival (de gestió pública) i Fira (de gestió pública).
- **Compradors institucionals:** Associacions i Fundacions. En aquesta categoria les entitats que s'hi han inclòs generen contractació.
- **Venedors:** Agent, Grup/Artista i Distribuïdora/Productora (en el seu rol de venedores).
- **Altres proveïdors del sector**
- **Àmbit institucional:** Institucions i Altres Administracions Públiques, Associacions i Fundacions. En aquesta categoria les entitats que s'hi han inclòs no tenen cap rol directe en la creació de contractació.

INTRODUCCIÓ

● **VALORACIÓ DE L'IMPACTE ECONÒMIC DEL MMVV-MVLab 2013**

● **Aspectes generals**

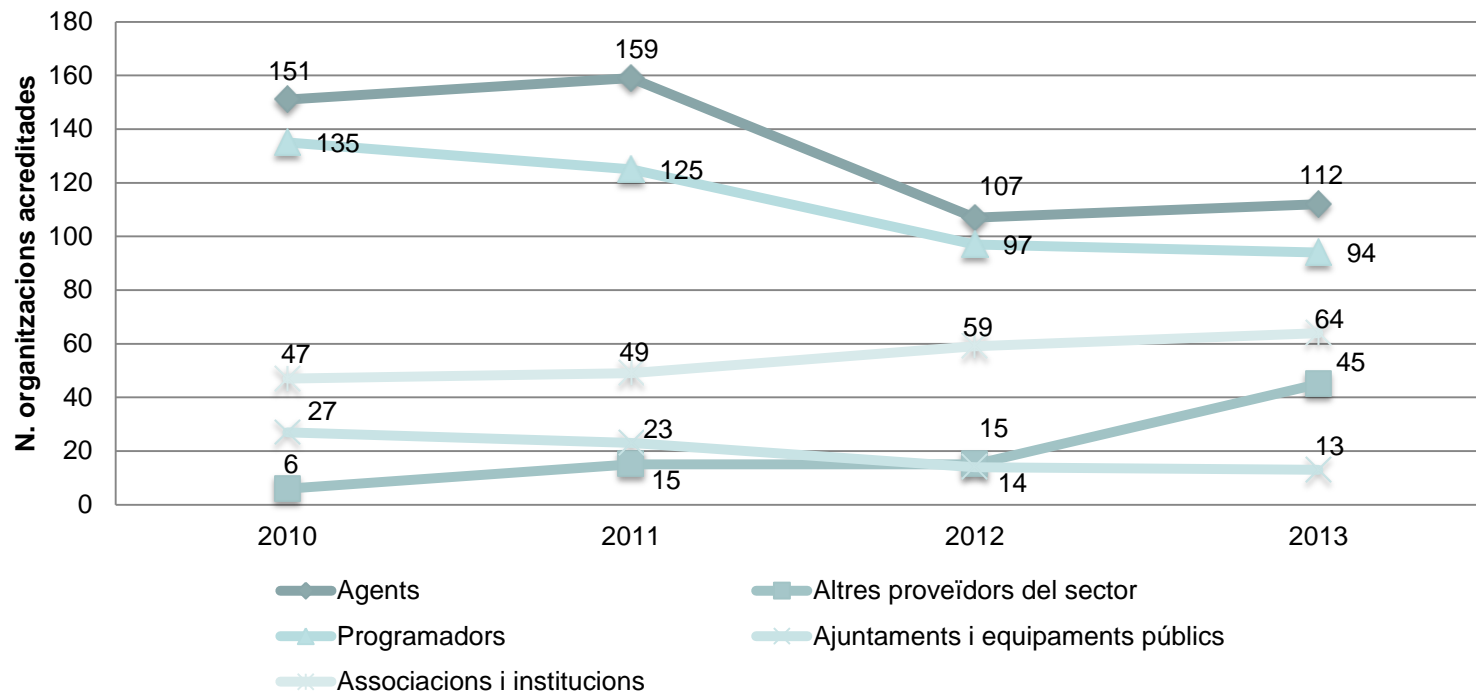
Perfil Comprador

Perfil Venedor

VALORACIÓ DE LA QUALITAT DEL MMVV-MVLab 2014

CONCLUSIONS

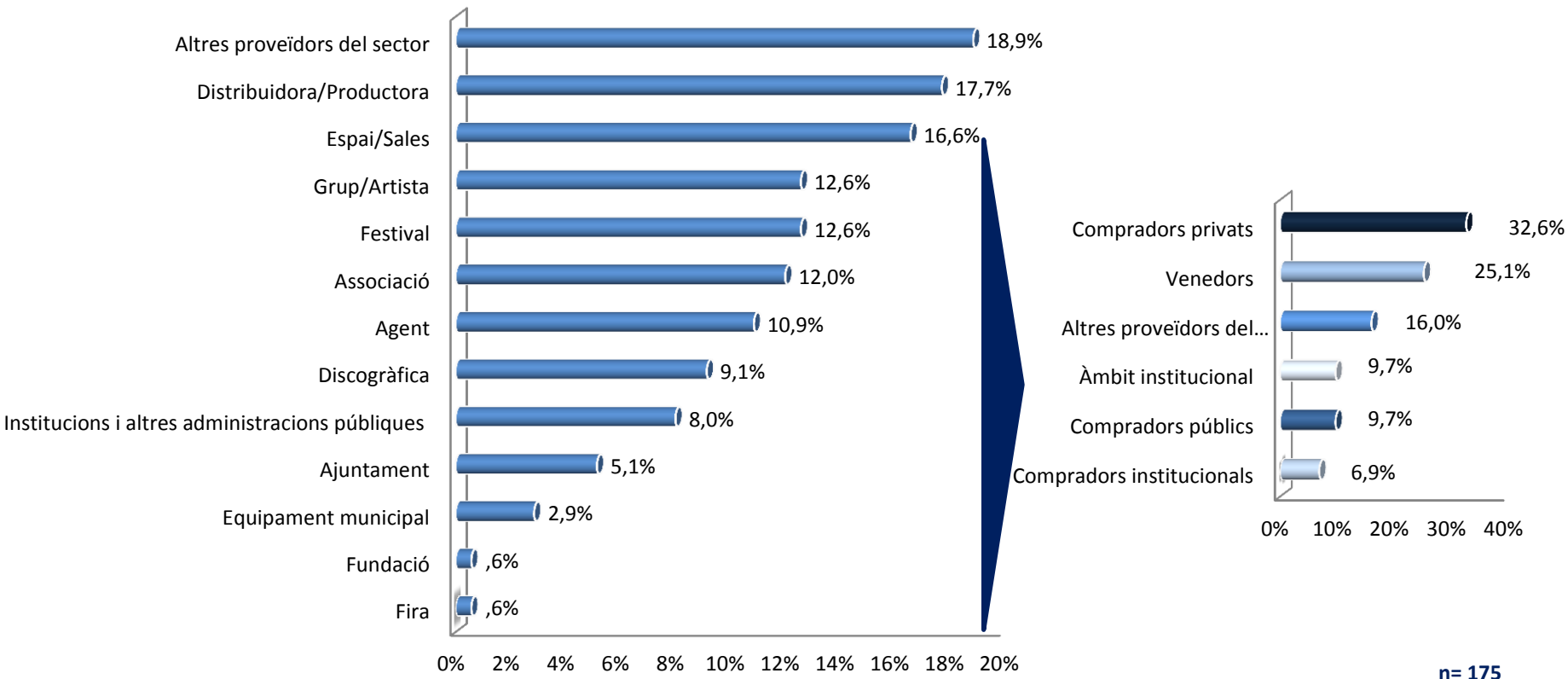
Valoració de l'impacte econòmic: Evolució de l'assistència 2010-2013



Font: Elaboració pròpia

A la 25ena Edició del MMVV-MVLab ens trobàvem amb aquesta realitat: **el nombre d'organitzacions inscrites va ser superior a l'edició de 2012** (concretament en 36 entitats) i destacava **l'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 anterior. Com veurem a continuació, aquesta tendència ha significat una **influència positiva en la generació de contractació** dins del MVLab i una **modificació de la seva estructura**.

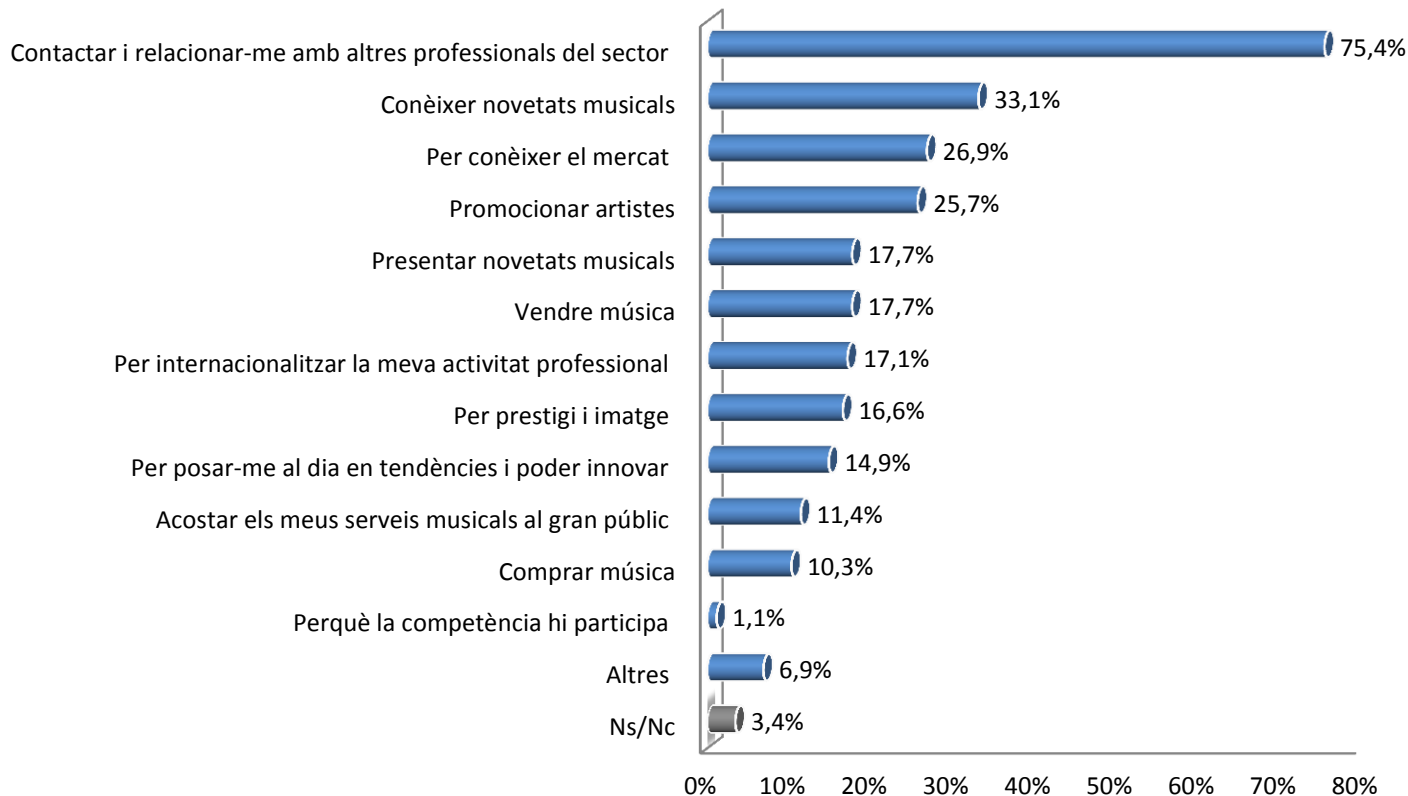
Valoració de l'impacte econòmic: Perfil de les entitats registrades



Font: Elaboració pròpia. Els % no sumen 100 donat que s'admetia resposta múltiple.

La mostra obtinguda per realitzar l'estudi que ens ocupa representa a les entitats que apareixen en el gràfic superior. Les entitats més representades són **altres proveïdors del sector** (18,9% dels assistents), situant-se en segon lloc les **distribuidores/productores** (17,7%) i en tercer lloc, els **espais/sales** (16,6%). Així hem obtingut informació de tots els perfils professionals sent els més representatius les entitats amb perfil de **comprador privat, amb un 32,6%**, la de **venedor** amb un 25,1% i la d'**altres proveïdors del sector** amb un 16%.

Valoració de l'impacte econòmic: Principals motius pels quals participa en el MMVV-MVLab



n= 175

Font: Elaboració pròpia. Els % no sumen 100 donat que s'admetia resposta múltiple

El 75,4% de les entitats consultades, independentment del seu perfil, manifesten que **'contactar i relacionar-se amb altres professionals del sector'** és el principal motiu pel qual participen en el MMVV-MVLab 2013. 'Conèixer novetats musicals' (33,1%) i 'Conèixer el mercat' (26,9%) així com 'Promocionar artistes' (25,7%) es classifiquen com altres motius de pes per assistir-hi, especialment entre les entitats venedores, les quals també indiquen assistir-hi per **vendre música i presentar novetats musicals** com a raons més destacades.

Valoració de l'impacte econòmic: Activitats que desenvolupen les Fundacions, Associacions, Institucions i Altres administracions públiques que no realitzen contractació.



n= 16

Font: Elaboració pròpia. Els % no sumen 100 donat que s'admetia resposta múltiple

Entre aquelles entitats que tenen el perfil de Fundació, Associació o d'Institucions i Altres Administracions públiques, i afirmaven no realitzar cap contractació de grups i/o artistes, se'ls ha demanat quines són les activitats que la seva entitat desenvolupa, sent **'Promocionar la cultura'** l'activitat principal que porten a terme un 81,3% d'aquestes entitats.

INTRODUCCIÓ

● **VALORACIÓ DE L'IMPACTE ECONÒMIC DEL MMVV-MVLab 2013**

Aspectes generals

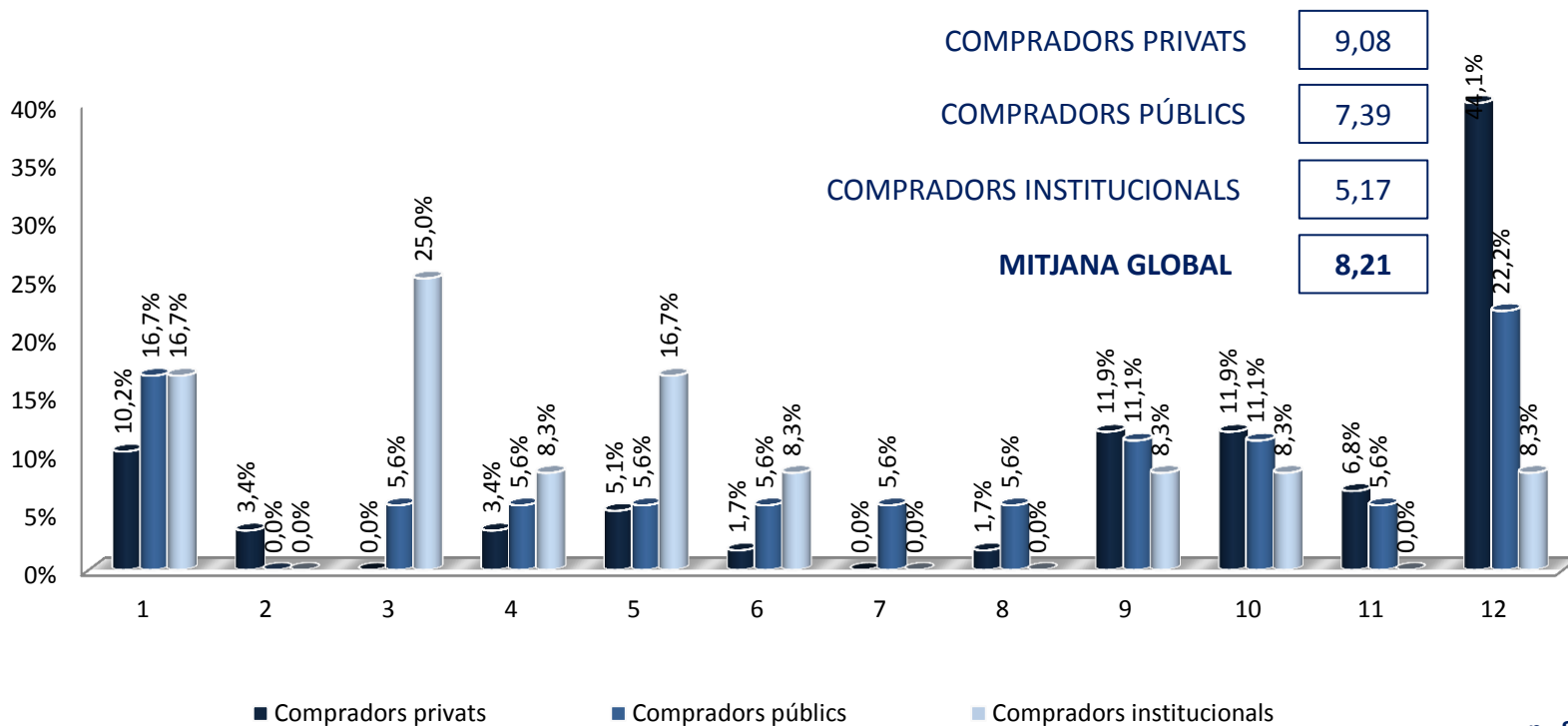
● **Perfil Comprador**

Perfil Venedor

VALORACIÓ DE LA QUALITAT DEL MMVV-MVLab 2014

CONCLUSIONS

Valoració de l'impacte econòmic: Mesos programats. Compradors

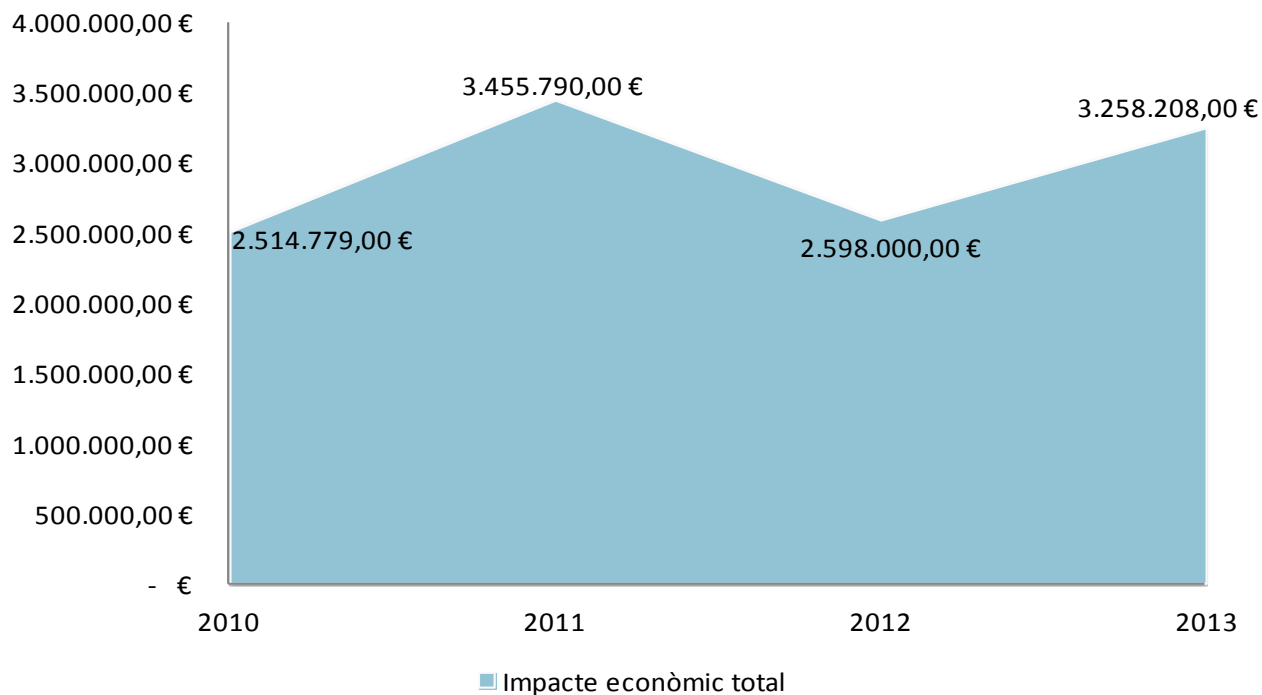


Font: Elaboració pròpia

n= 89

Les **entitats amb perfil comprador** consultades que han participat en el MMVV-MVLab 2013 programen de mitjana **8,21 mesos a l'any**, essent els compradors privats els que es situen per sobre de la mitjana (9,08 mesos/any), i per tant es pot considerar aquest perfil d'entitat com el que manté més activitat en el sector. D'altra banda, els compradors institucionals els podríem classificar com els compradors amb la programació mensual més baixa (5,17 mesos/any). El 44,1% dels compradors privats programen durant els 12 mesos de l'any, per un 22,2% dels compradors públics i un 8,3% dels institucionals.

Valoració de l'impacte econòmic: Evolució despesa en contractació 2010-2012



Font: Elaboració pròpia

Com es pot apreciar l'impacte econòmic de l'Edició de 2012 va experimentar una inflexió en la tendència positiva que s'havia observat en les dues edicions anteriors. L'impacte econòmic (contractació generada) en la compra de música de l'edició de 2012 del MMVV-MVLab va ser inferior a la de l'edició de 2011 i similar a la generada l'any 2010. Com veurem a continuació, l'edició de 2013 del MMVV-MVLab torna a marcar un **canvi de tendència en el total de l'impacte econòmic generat**, en positiu, però també en la seva estructura.

Valoració de l'impacte econòmic: Despesa en contractació 2013. Compradors

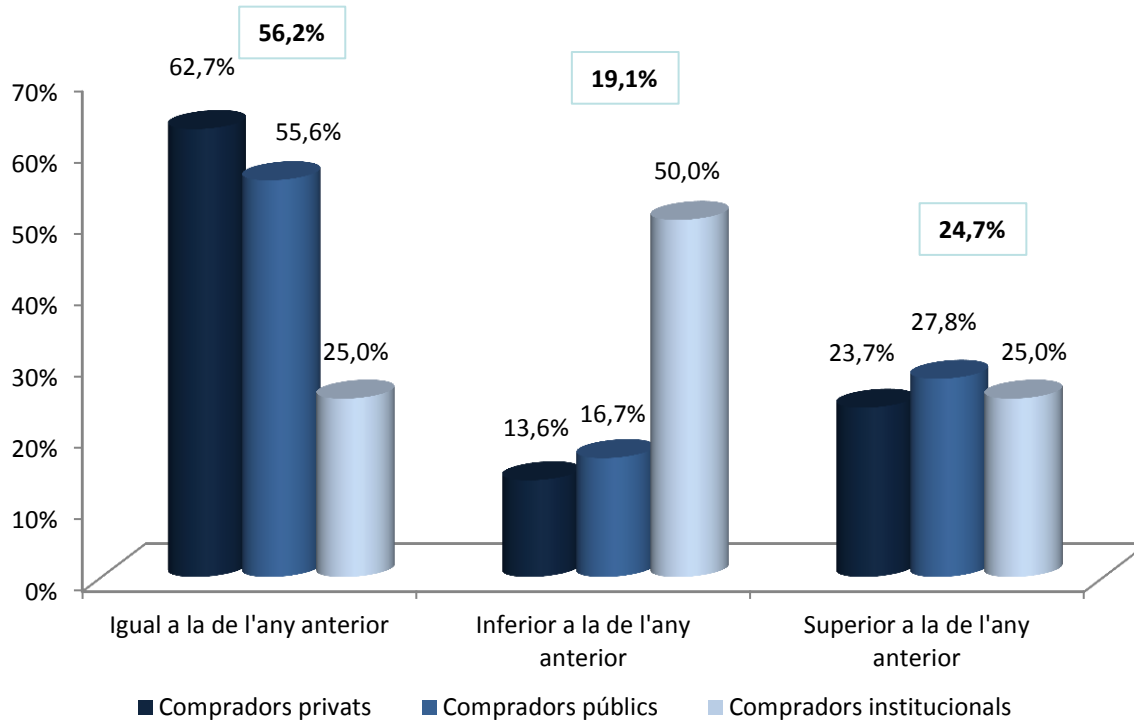
	Despesa contractació arrel MVLab 2013	
	Valor mitjà	Valor total
TOTAL COMPRADORS	12.642,12 €	2.842.320,03 €
Compradors privats	13.651,04 €	1.872.923,05 €
Catalans	15.161,51 €	1.126.500,04 €
Estatals	15.117,81 €	681.813,23 €
Estrangers	10.673,81 €	288.192,87 €
Compradors públics	13.714,20 €	766.623,64 €
Catalans	12.059,26 €	444.986,67 €
Estatals	22.083,33 €	265.000,00 €
Estrangers	7.000,00 €	49.000,00 €
Compradors institucionals	10.561,11 €	202.773,33 €
Catalans	10.100,00 €	139.380,00 €
Estatals	10.083,33 €	30.250,00 €
Estrangers	11.500,00 €	27.600,00 €
Altres Proveïdors	9.241,98 €	415.888,89 €
Catalans	10.392,59 €	353.348,15 €
Estatals	14.333,33 €	14.333,33 €
Estrangers	3.000,00 €	30.000,00 €
TOTAL IMPACTE EN CONTRACTACIÓ		3.258.208,92 €

Font: Elaboració pròpia

Gràcies a l'increment en el nombre d'entitats registrades i a la variació en l'estructura del seu perfil, vistes anteriorment, a l'edició de 2013 el MMVV-MVLab genera més riquesa sectorial que l'edició passada, malgrat la situació d'estancament de l'economia dels nostres dies, superant la registrada en l'edició anterior. **L'impacte econòmic (contractació generada) en la compra de música de l'edició de 2013 del MMVV-MVLab ha estat de 2.842.320€, amb una despesa mitjana de contractació de 12.642€, una xifra superior a l'any anterior. El gran increment en la contractació ha estat experimentat en la compra de serveis per a la indústria musical que ha passat de 98.000€ de l'any 2012 als 415.888€ en l'edició de 2013. Així, en total, l'impacte econòmic de la 25ena edició del MMVV-MVLab és de 3.258.208 €.**

Amb aquestes dades el MMVV-MVLab es conforma com un espai on es crea **riquesa sectorial** no només en la **compra venda de música** sinó també de **serveis per a la indústria musical**.

Valoració de l'impacte econòmic: Evolució de la despesa respecte l'any anterior. Compradors



n= 89

Font: Elaboració pròpia

En relació a l'evolució de la despesa respecte l'any anterior, si prenem les dades totals, un **56,2% dels compradors afirma que ha estat igual a la de l'any passat**, mentre un 24,7% afirma que ha estat superior i el 19,1% restant manifesta que ha estat inferior. Els **compradors institucionals** són els que manifesten per sobre de la mitjana **haver gastat menys que l'any anterior en contractació de propostes musicals**.

Valoració de l'impacte econòmic: Contractes signats gràcies al MVLab 2013. Compradors

	Contractes signats i passis contractats després d'assistir i gràcies al MVLab				Contractació anual		% contractació dins del MVLab
	Valor mitjà	Valor total	Nombre de passis contractats de mitjana	Nombre actuacions en total	Nombre mig de contractes anuals	Nombre total contractes anuals	
TOTAL COMPRADORS	2,0	340,2	3,1	1051,5	21,9	3386,3	10,0
Compradors privats	1,7	116,2	3,1	361,3	24,0	1683,8	6,9
Catalans	2,7	70,2	1,9	133,7	24,9	647,0	10,8
Estatales	1,1	23,7	1,3	30,9	21,5	473,6	5,0
Estrangers	1,2	26,4	6,1	161,7	25,6	563,2	4,7
Compradors públics	2,4	165,3	3,1	508,3	23,7	1141,0	14,5
Catalans	1,2	49,0	1,6	78,4	17,1	717,5	6,8
Estatales	3,6	50,8	2,1	107,8	30,3	423,5	12,0
Estrangers	1,8	22,8	5,5	125,1	4,0	52,0	43,8
Compradors institucionals	1,8	58,7	3,1	181,9	18,0	561,5	10,4
Catalans	1,0	23,0	1,3	29,9	21,2	487,3	4,7
Estatales	1,0	5,0	2,5	12,5	14,8	74,2	6,7
Estrangers	3,5	14,0	5,5	77,0	4,0	16,0	87,5

Font: Elaboració pròpia

Arrel de l'edició 2013 del MVLab es van signar un total de 340 contractes en la compra de música, el que suposa una mitjana de 2 contractes per organització assistent. L'edició anterior del Mercat havia generat un total de 565 contractes, una mitjana de 2,8 per organització. En total, a l'edició de 2013 es van generar 1.051 actuacions (per les 1.077 generades l'edició anterior) amb una mitjana de 3,1 passis per contracte signat, un passi més que l'edició anterior (2,1). El valor més rellevant, però, és que el 10% de la contractació dels compradors que assisteixen al MVLab es genera gràcies a aquest espai comercial per terme mig.

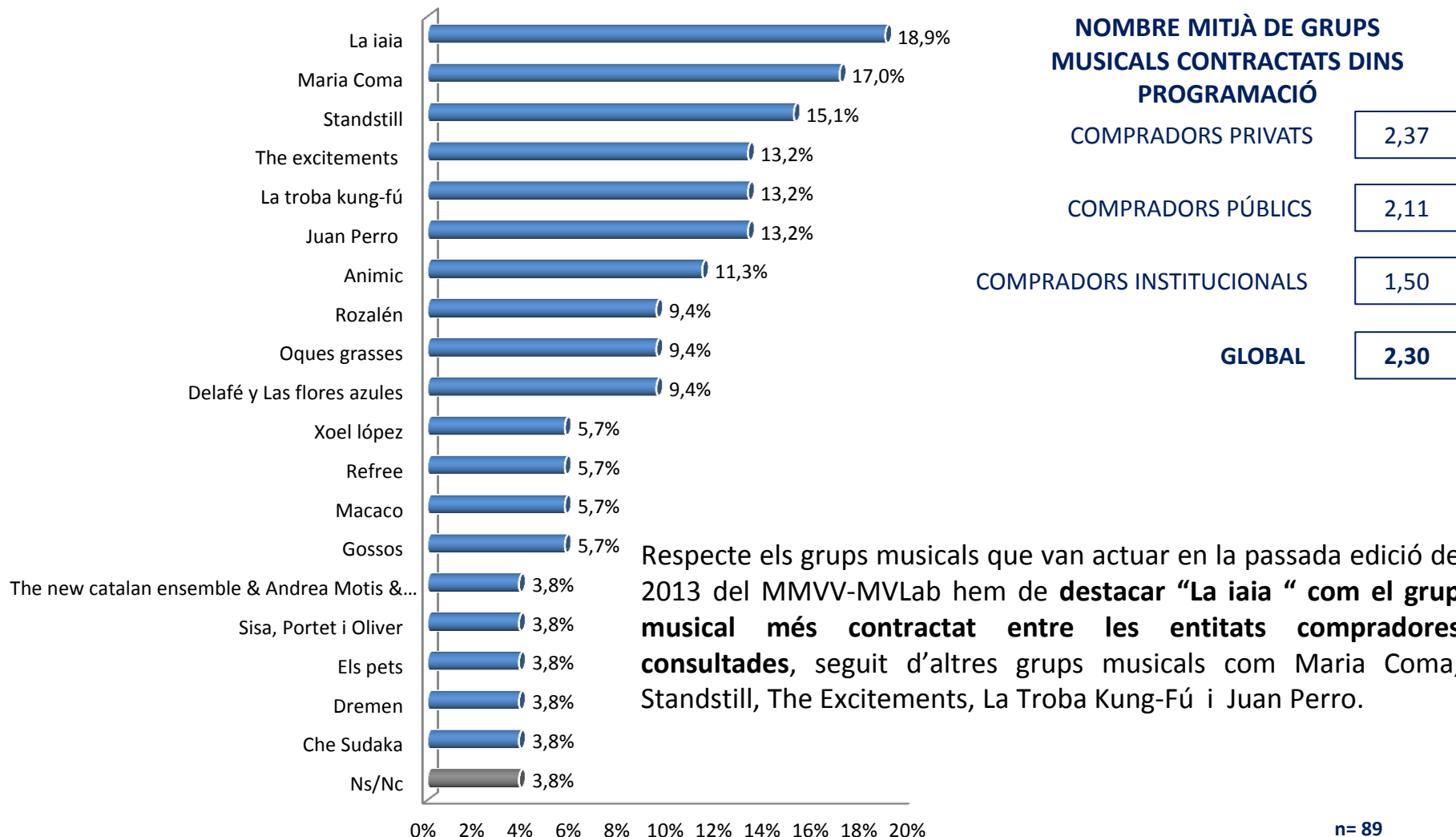
Valoració de l'impacte econòmic: Contractes signats gràcies al MVLab 2013. Altres proveïdors

	Contractes signats i passes contractats després d'assistir i gràcies al MVLab				Contractació anual		% contractació dins del MVLab
	Valor mitjà	Valor total	Nombre de passes contractats de mitjana	Nombre actuacions en total	Nombre mig de contractes anuals	Nombre total contractes anuals	
TOTAL COMPRADORS	2,0	340,2	3,1	1051,5	21,9	3386,3	10,0
Compradors privats	1,7	116,2	3,1	361,3	24,0	1683,8	6,9
Catalans	2,7	70,2	1,9	133,7	24,9	647,0	10,8
Estatals	1,1	23,7	1,3	30,9	21,5	473,6	5,0
Estrangers	1,2	26,4	6,1	161,7	25,6	563,2	4,7
Compradors públics	2,4	165,3	3,1	508,3	23,7	1141,0	14,5
Catalans	1,2	49,0	1,6	78,4	17,1	717,5	6,8
Estatals	3,6	50,8	2,1	107,8	30,3	423,5	12,0
Estrangers	1,8	22,8	5,5	125,1	4,0	52,0	43,8
Compradors institucionals	1,8	58,7	3,1	181,9	18,0	561,5	10,4
Catalans	1,0	23,0	1,3	29,9	21,2	487,3	4,7
Estatals	1,0	5,0	2,5	12,5	14,8	74,2	6,7
Estrangers	3,5	14,0	5,5	77,0	4,0	16,0	87,5
Altres Proveïdors del sector	4,2	188,3	-	-	9,4	421,2	44,7
Catalans	2,3	78,2	-	-	5,4	184,0	42,5
Estatals	6,8	6,8			18,7	18,7	36,2
Estrangers	3,5	35,0			4,0	40,0	87,5

Font: Elaboració pròpia

Si incorporem a aquesta taula la contractació realitzada en serveis al sector veurem que 188 dels 528 contractes totals van ser generats pels **altres proveïdors del sector** els quals, a més, van aconseguir prop del **45% de la seva contractació anual gràcies al MMVV-MVLab**. En termes generals, doncs, aquest esdeveniment genera un volum de negoci de **6.165 € per contracte**.

Valoració de l'impacte econòmic: Espectacles contractats dins programació. Compradors



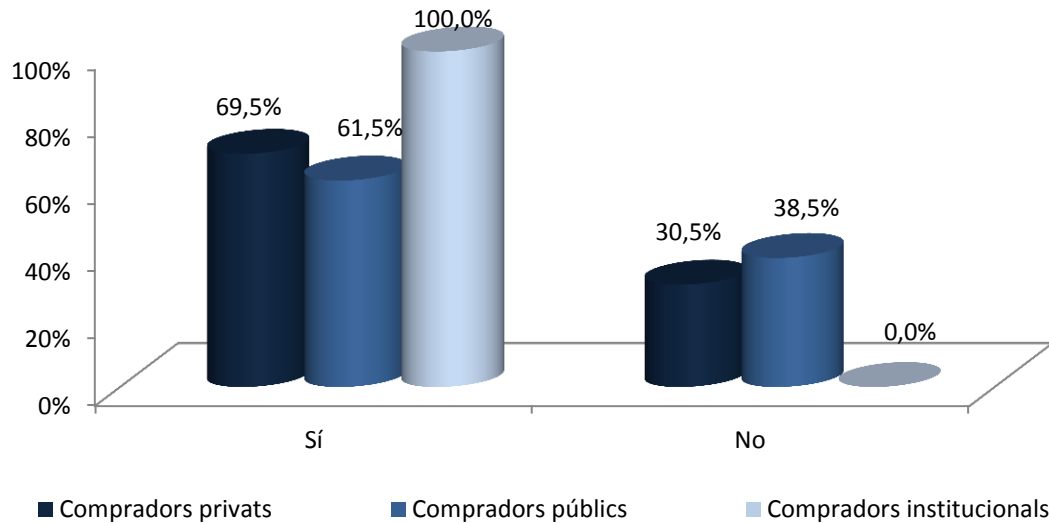
Respecte els grups musicals que van actuar en la passada edició de 2013 del MMVV-MVLab hem de **destacar "La iaia"** com el grup musical més contractat entre les entitats compradores consultades, seguit d'altres grups musicals com Maria Coma, Standstill, The Excitements, La Troba Kung-Fú i Juan Perro.

Font: Elaboració pròpia. Els % no sumen 100 donat que s'admetia resposta múltiple

No s'han inclòs en el gràfic aquells grups musicals que han estat contractats per una sola entitat

n= 89

Valoració de l'impacte econòmic: Contractació fora programació. Compradors

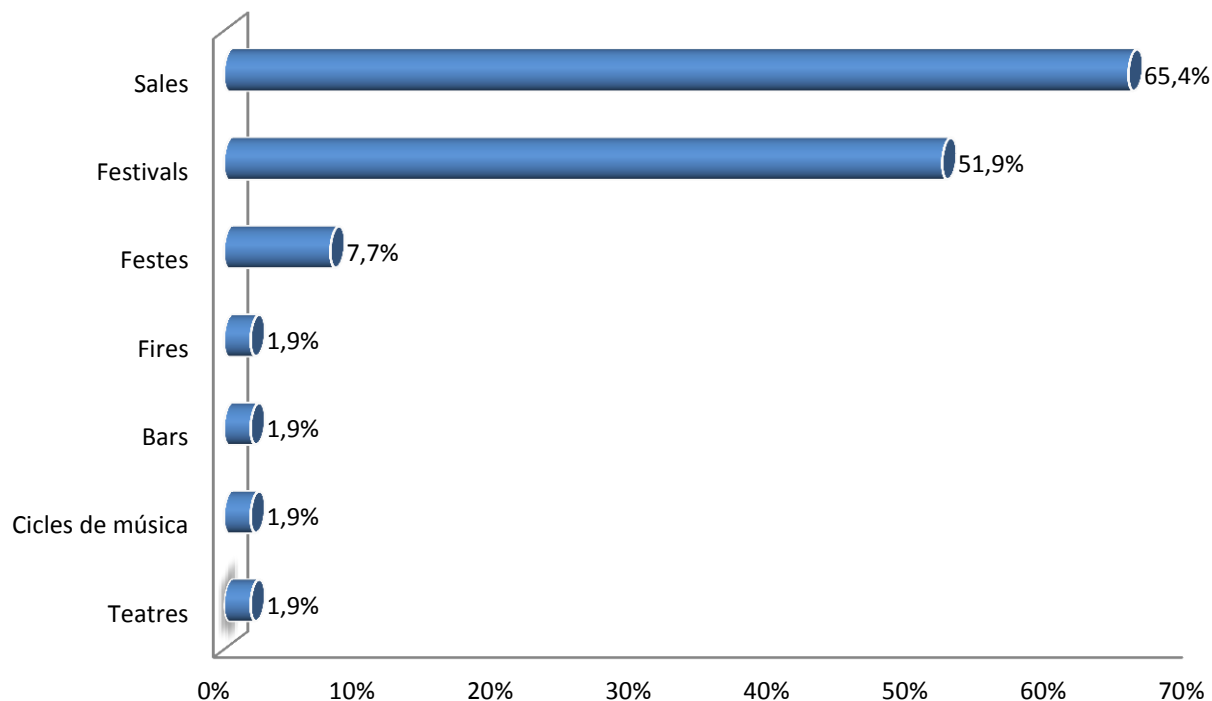


Font: Elaboració pròpia

n= 89

De forma global, els compradors enquestats afirmen que **han contractat d'altres grups musicals fora de la programació** que es va oferir en la darrera edició del MMVV-MVLab. Destacar que el 100% dels compradors institucionals afirmen haver contractat grups musicals fora de la programació de 2013, mentre que el 30,5% dels compradors privats i el 38,5% dels compradors públics afirmen haver contractat tan sols grups musicals que es van programar en el MMVV 2013.

Valoració de l'impacte econòmic: Espais de programació contractats

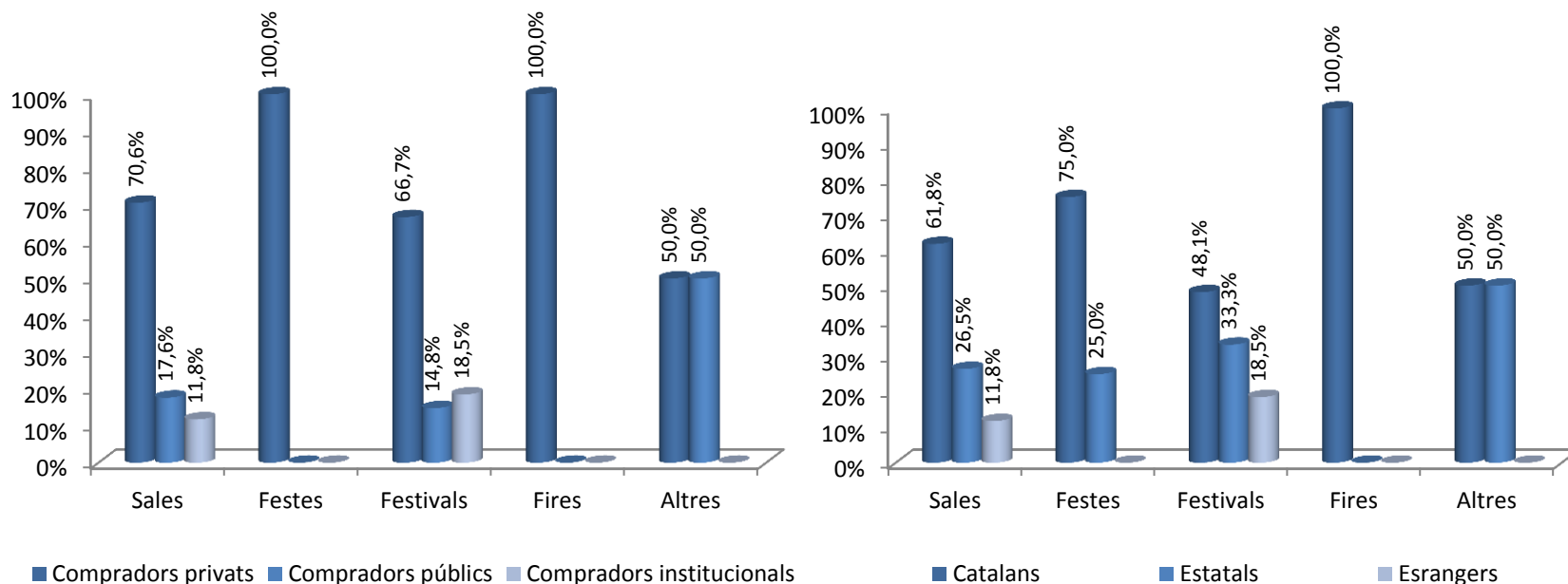


Font: Elaboració pròpia. Els % no sumen 100 donat que s'admetia resposta múltiple

n= 52

La major part dels grups/artistes contractats gràcies a haver participat en el MMVV/MVLab 2013 **han actuat o actuaran en sales (un 65,4% del total)**, situant-se **en segon lloc els festivals (amb un 51,9%)**. La resta d'espais pràcticament no tenen cabuda en la exhibició d'aquestes propostes musicals.

Valoració de l'impacte econòmic: Tipologia d'espai on s'han exhibit els grups/artistes contractats. Compradors



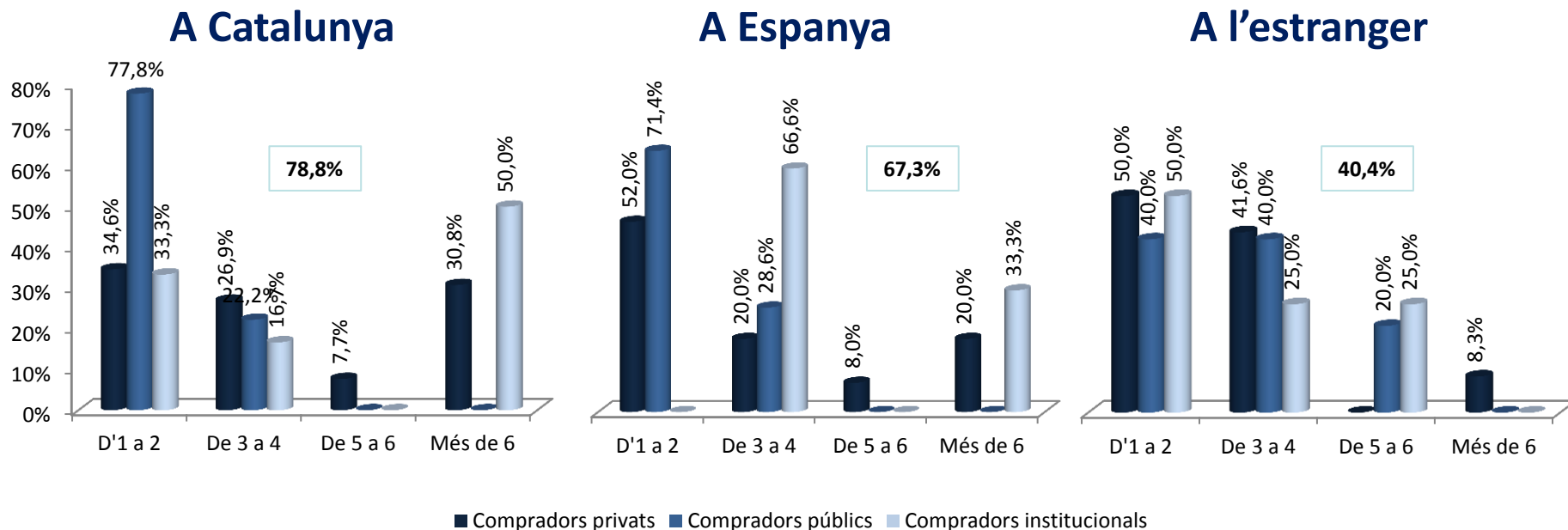
Font: Elaboració pròpia

n= 52

Les entitats amb perfil comprador privat destaquen per ser les entitats que només han contractat grups/artistes que han actuat o actuaran en festes i/o fires.

En el comportament segons procedència de les entitats destaquem que les entitats catalanes són les que tenen major representació en cadascun dels espais. Les estrangeres tendeixen més a contractar grups/artistes que han actuat o actuaran en sales i/o festivals.

Valoració de l'impacte econòmic: Territori on s'han fet les actuacions contractades gràcies a la participació en el MMVV-MVLab. Compradors

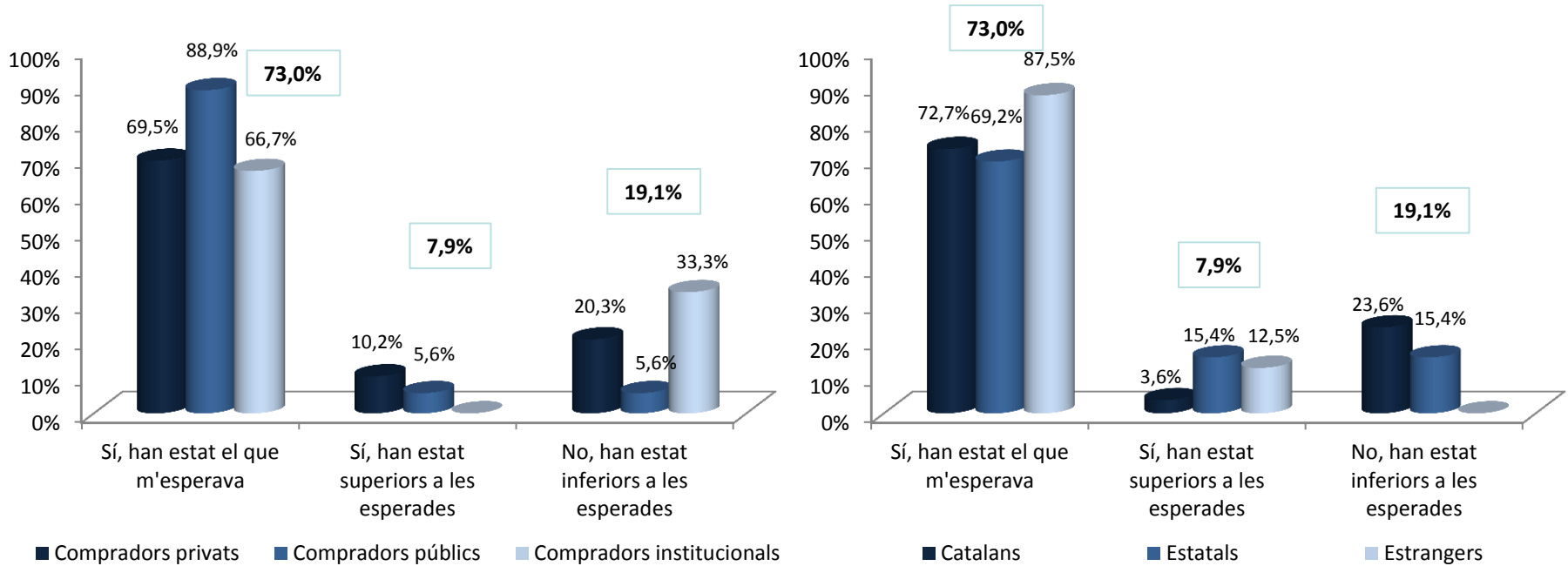


Font: Elaboració pròpia

n= 89

Pel que fa a la distribució territorial de les actuacions, **les actuacions s'han fet principalment a Catalunya , seguit de l'Estat Espanyol** (78,8% de les entitats enquestades han realitzat alguna actuació en territori català, el 67,3% en territori espanyol). **El procés d'internacionalització** de la indústria musical que genera el MMVV-MVLab **és incipient i força sòlid** ja que el 40,4% de les actuacions contractades es faran o s'han fet a l'estranger.

Valoració de l'impacte econòmic: Acompliment de les expectatives creades. Compradors



Font: Elaboració pròpia

n= 89

Un alt percentatge de compradors (73,0%) afirma haver assolit les expectatives que s'havien creat. Tan sols un 7,9% del total de compradors manifesta haver superat les previsions, mentre que el 19,1% afirma que han estat inferiors. Destaquem el perfil de compradors institucionals i privats, que en major mesura afirmen que el resultat d'enguany ha estat inferior a l'esperat, essent els compradors públics els que afirmen que les seves previsions han estat el que s'esperaven. Segons procedència, les entitats estatals afirmen més que la resta haver superat les expectatives (15%) mentre que gairebé 1 de cada 4 entitats catalanes manifesten que l'acompliment de les expectatives ha estat inferior a les esperades.

INTRODUCCIÓ

● **VALORACIÓ DE L'IMPACTE ECONÒMIC DEL MMVV-MVLab 2013**

Aspectes generals

Perfil Comprador

● **Perfil Venedor**

VALORACIÓ DE LA QUALITAT DEL MMVV-MVLab 2014

CONCLUSIONS

Valoració de l'impacte econòmic: Ingressos anuals per contractació de grups musicals. Venedors

	Ingressos per contractació 2013	
	Valor mitjà	Valor total
TOTAL VENEDORS	97.922,69 €	10.967.341,43 €
Venedors	97.922,69 €	10.967.341,43 €
Catalans	165.384,62 €	11.411.538,46 €
Estatals	85.526,32 €	2.822.368,42 €
Estrangers	42.857,14 €	428.571,43 €

Font: Elaboració pròpia

En la taula veiem quin és el volum total d'ingressos que han assolit les entitats amb perfil venedor que van participar en l'edició de 2013 del MMVV-MVLab. En total, aquestes entitats van aconseguir un volum de negoci anual (capacitat de venda) de gairebé **11.000.000 €**. Destaquen els venedors d'origen i presència catalana (el perfil principal de les entitats que van participar a l'esdeveniment).

Valoració de l'impacte econòmic: Artistes en cartera i artistes presentats. Venedors

	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 Màners assistents al MMVV-MVLab del 2013 tenien un total de 1.259 grups en cartera (11,2 grups de mitjana per entitat, xifres superiors a la d'anys anteriors) i van presentar en el Mercat gairebé el 30% dels grups. Recordem que el **48% d'aquestes propostes eren novetats**.

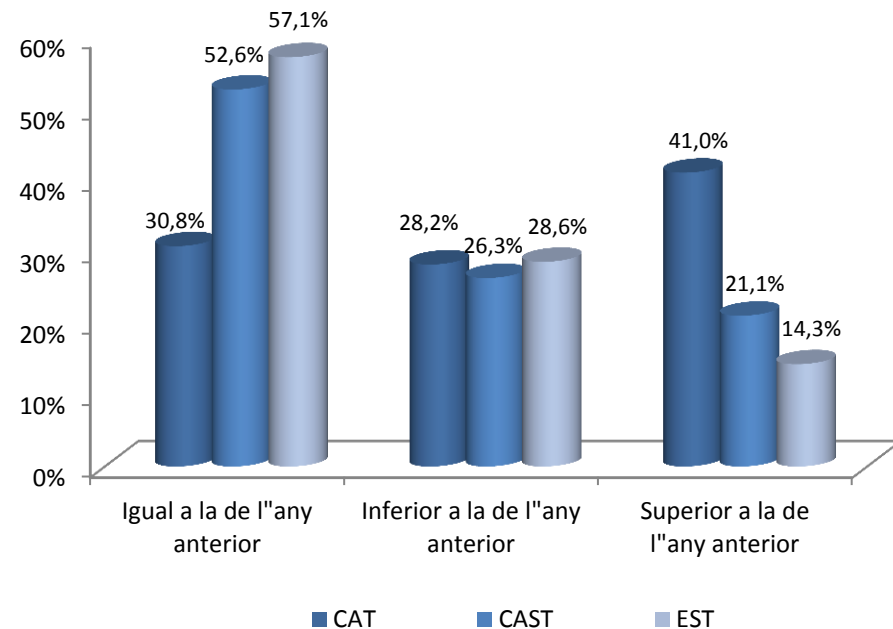
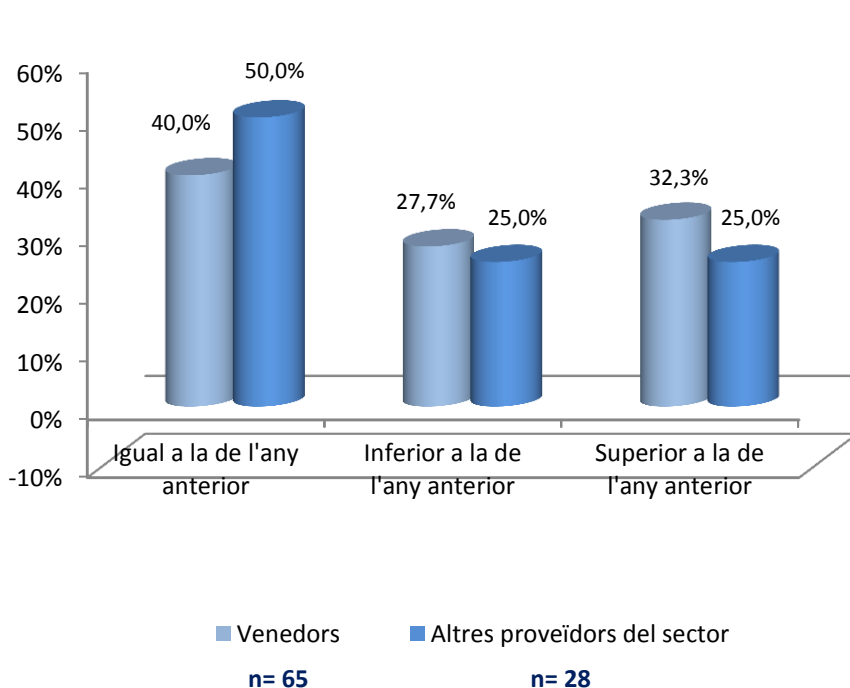
Valoració de l'impacte econòmic: Ingressos anuals per contractació de serveis. Altres proveïdors

	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) i com hem comentat anteriorment, 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. No obstant, aquest és un perfil a seguir i **l'increment de la seva presència al MMVV-MVLab 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.

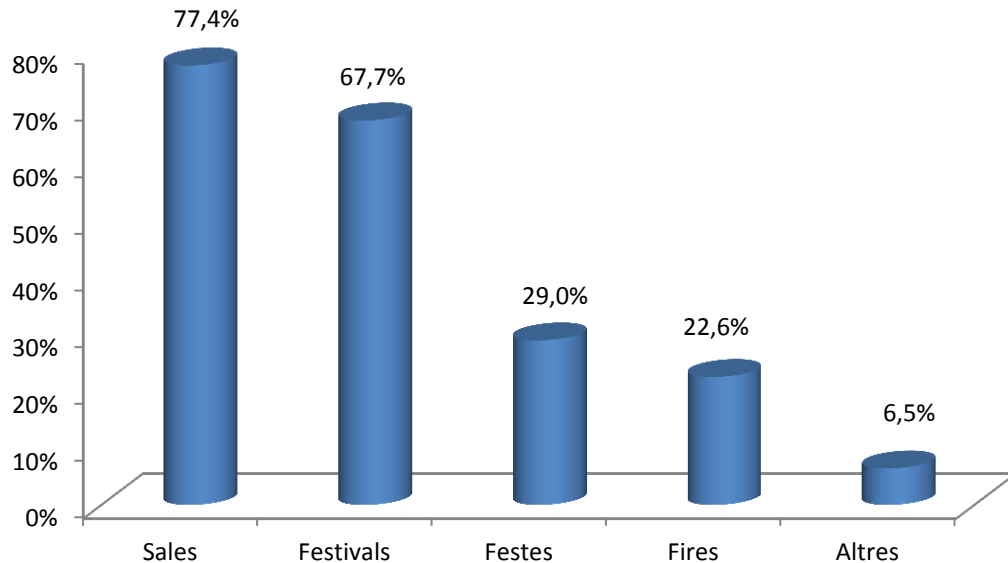
Valoració de l'impacte econòmic: Evolució del volum de negoci respecte l'any anterior. Venedors



Font: Elaboració pròpia

Entre els venedors (tant de propostes musicals com de serveis) s'observa la **mateixa tendència en l'evolució dels ingressos respecte de l'any anterior**, tal i com també hem observat en el perfil d'entitats compradores. Segons procedència les entitats estatals i estrangeres afirmen més que la resta haver tingut un volum de negoci igual que a l'any anterior, mentre que les catalanes afirmen haver assolit un volum de negoci superior a l'obtingut al 2012.

Valoració de l'impacte econòmic: Tipologia d'espai on s'actuarà gràcies a la participació en el MMVV-MVLab. Venedors.

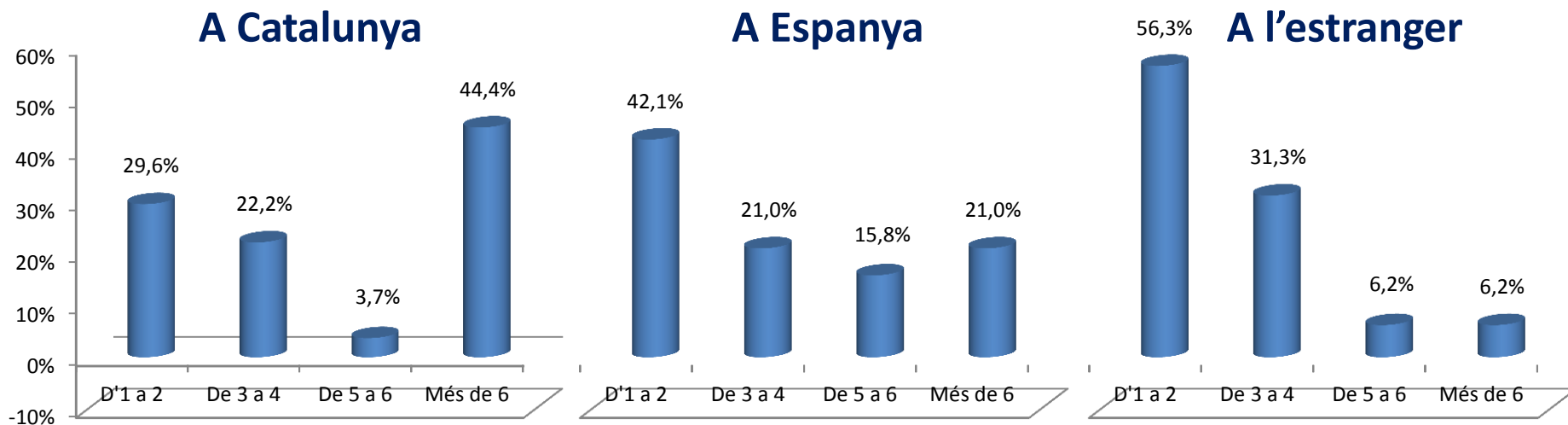


n= 65

Font: Elaboració pròpia. Els % no sumen 100 donat que s'admetia resposta múltiple

La major part dels espectacles comprats als professionals de perfil venedor dins del MMVV-MVLab 2013 s'han exhibit en **sales (77,4%) i/o festivals (67,7%)**.

Valoració de l'impacte econòmic: Distribució territorial de les actuacions contractades. Venedors

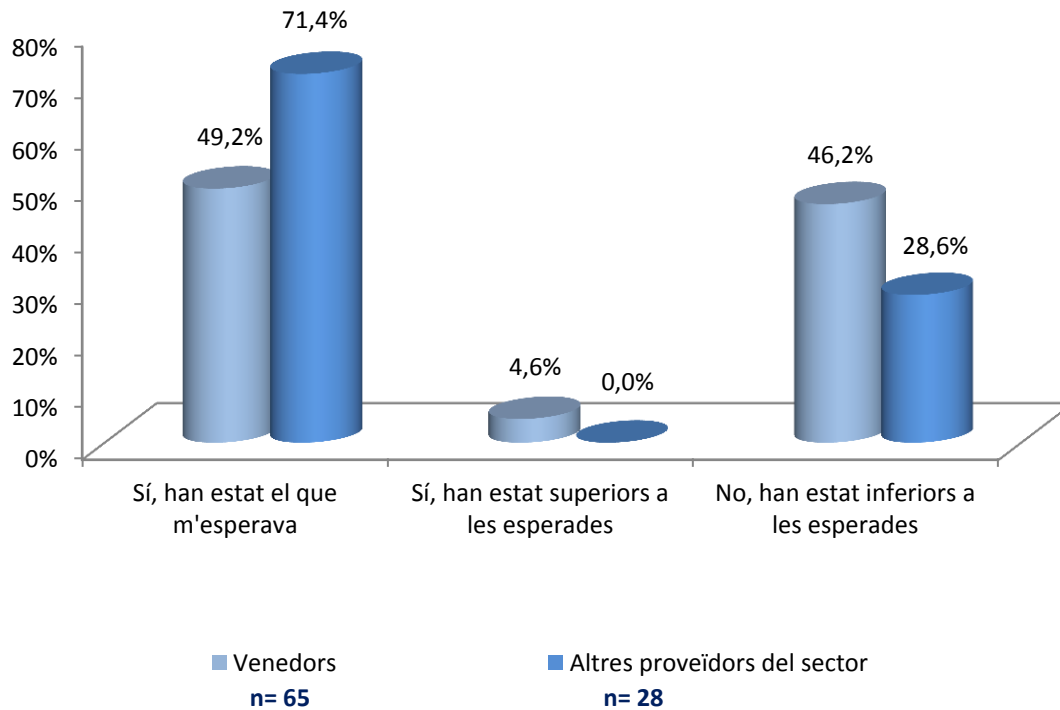


Font Elaboració pròpia

n= 65

Tal i com es pot apreciar, **Catalunya és el territori on major és el nombre de concerts que es representen**, gairebé 4 de cada 10 entitats venedores realitzen més de 6 concerts en territori català. Per altra banda, quasi el 52% de les entitats venedores han indicat que han realitzar alguna actuació a l'estranger, a on es realitzen principalment entre 1 i 2 actuacions per grup/artista, una tendència similar a la que s'observa respecte de les actuacions a l'estat Espanyol.

Valoració de l'impacte econòmic: Acompliment de les expectatives creades. Venedors



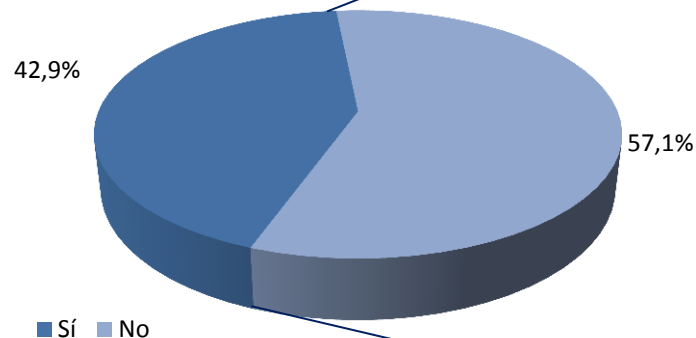
Font: Elaboració pròpia

Pel que fa a l'acompliment de les expectatives creades durant l'assistència en el MMVV-MVLab 2013, globalment, els venedors afirmen **haver-les assolit**, especialment pel que fa als venedors de serveis per a la indústria, però també existeix un alt percentatge de venedors de propostes musicals (un 46,2%) que afirmen que les seves expectatives han estat inferiors a les creades a priori.

Valoració de l'impacte econòmic: Tinença d'agent. Grup/Artista

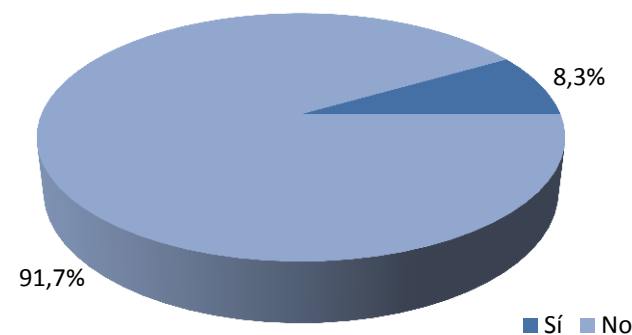
Tenia agent abans de participar en el MMVV-MVLab?

n= 21



Va aconseguir agent gràcies a participar en el MMVV-MVLab?

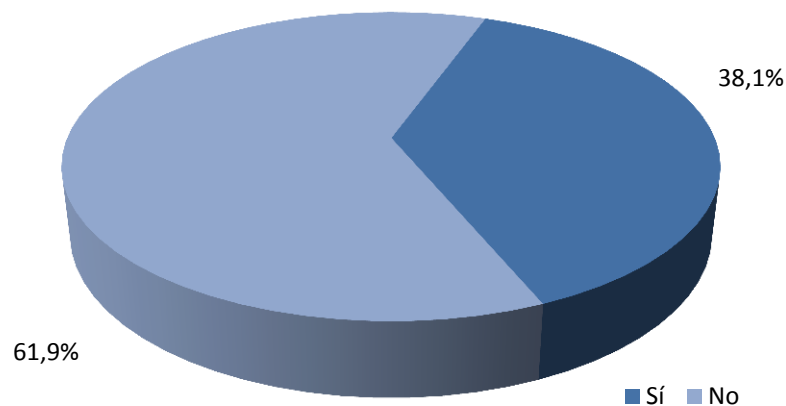
n= 12



Font: Elaboració pròpia

Pel que fa a la tinença d'agent, **un 42,9% dels grups i/o artistes consultats afirmen tenir agent abans de participar a l'edició 2013 del MMVV-MVLab**. Dels grups i/o artistes que diuen no tenir agent, el 8,3% afirmen haver-lo aconseguit gràcies a haver participat en el MMVV-MVLab 2013.

Valoració de l'impacte econòmic: Contractació d'espectacles no presentats dins de la programació MMVV-MVLab 2013. Grup/Artista



Font: Elaboració pròpia

n= 21

Pel que fa a la contractació d'espectacles fora de la programació presentada en el MMVV-MVLab 2013 pels grups i artistes, el **38,1% afirma haver obtingut contractes** que no es van presentar dins de la programació del MMVV-MVLab.

Valoració de l'impacte econòmic: Professionals amb més influència en la indústria musical



Igual que en la passada edició del Mercat, resulta rellevant la presència de noms de polítics, com Mariano Rajoy, Cristóbal Montoro i José Ignacio Wert (tots amb notes negatives) que hem agrupat en la categoria ‘polítics’. S’ha creat una categoria anomenada ‘festival’ on s’inclouen els diferents festivals que s’han citat una sola vegada. Marc Lloret i el mateix MMVV han estat considerats com a professionals (o espais professionals) amb una forta influència en la indústria musical, molt més que l’any anterior.

INTRODUCCIÓ

VALORACIÓ DE L'IMPACTE ECONÒMIC DEL MMVV-MVLab 2013

 **VALORACIÓ DE LA QUALITAT DEL MMVV-MVLab 2014**

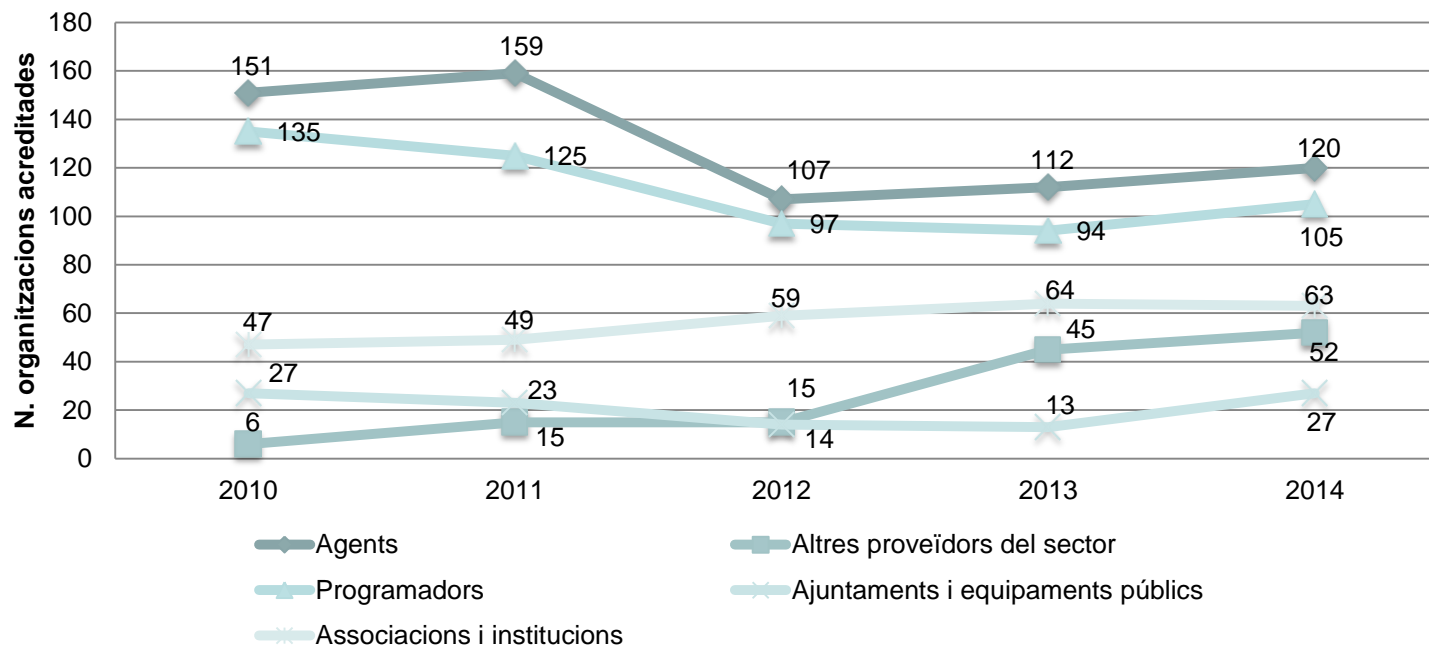
 **Aspectes generals**

Perfil Comprador

Perfil Venedor

CONCLUSIONS

Valoració de la qualitat: Evolució de les inscripcions (2010-2014)



Font: Elaboració pròpia

En l'edició de 2014 del MMVV-MVLab **el nombre d'organitzacions inscrites ha estat superior al de les edicions passades** (un total de 367 entitats respecte a les 328 de l'edició de 2013) i consolida la dinàmica positiva que es va experimentar en l'edició anterior. La representació dels diferents perfils professionals assistents s'ha mantingut també estable però en aquesta edició els perfils que **han incrementat la seva presència** de manera més important són els **programadors, les entitats públiques i altres proveïdors**, tots ells entitats amb capacitat de generar negoci dins de la indústria musical. A la resta de perfils s'observa una estabilitat (com les associacions i institucions) o un lleuger increment respecte de l'edició passada. El més important a destacar és la consolidació de la tendència positiva de l'increment en el nombre d'entitats participants i, més concretament, d'aquelles que generen negoci directe en la indústria musical.

Valoració de la qualitat: Principals motius pels quals participa en el MMVV-MVLab

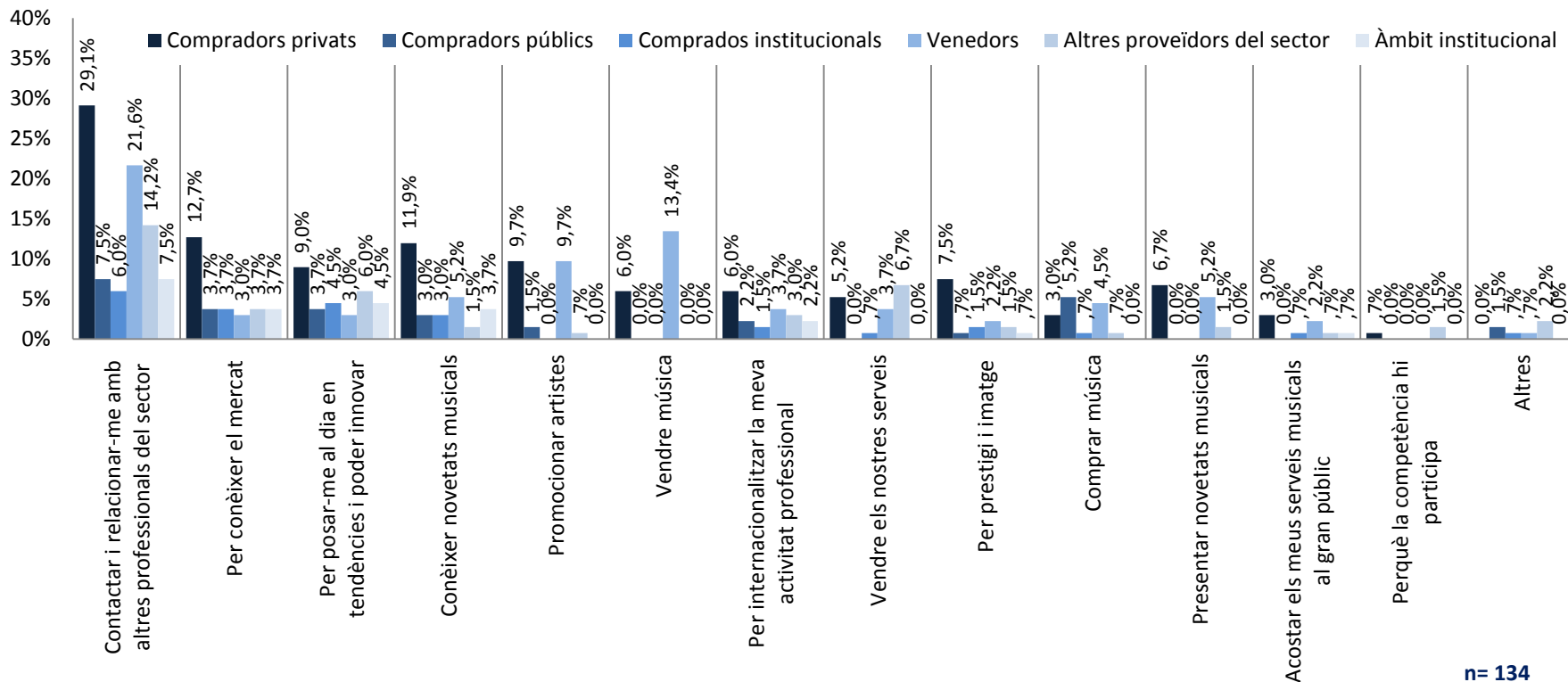


Font: Elaboració pròpia. Els % no sumen 100 donat que s'admetia resposta múltiple

n= 134

Un 85,8% de les entitats consultades manifesten que **'contactar i relacionar-se amb altres professionals del sector'** és el principal motiu per participar en el MMVV-MVLab 2014. 'Per posar-me al dia en tendències i poder innovar', es troba en segon lloc i ha experimentat una forta importància respecte de l'any anterior (es trobava en el novè lloc), confirmant al MMVV-MVLab com un espai de la innovació i la creació de coneixement. 'Conèixer el mercat' i 'Conèixer novetats musicals' es classifiquen com altres motius de pes per assistir-hi. ¿Internacionalitza la meva activitat professional? Ha experimentat igualment una pujada important.

Valoració de la qualitat: Principals motius pels quals participa en el MMVV-MVLab segons el perfil d'entitat

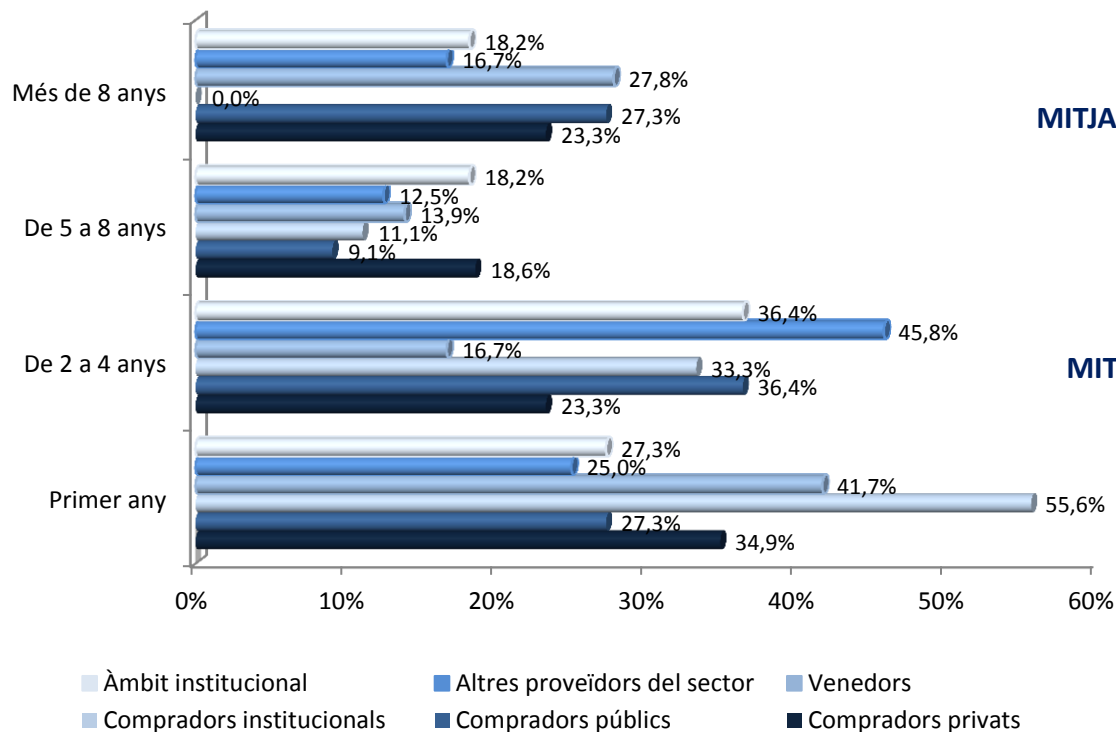


n = 134

Font: Elaboració pròpia. Els % no sumen 100 donat que s'admetia resposta múltiple

‘Contactar i relacionar-se amb altres professionals del sector’ és el principal motiu per assistir al MMVV-MVLab 2014 indiferentment del perfil d'entitat. Les entitats compradores privades destaquen més que la resta el fet d'assistir al Mercat per conèixer el mercat i les novetats musicals.

Valoració de la qualitat: Anys d'assistència al MMVV-MVLab



MITJANA D'ANYS QUE ASSISTEIX AL MERCAT

2013

5 anys

2014

4,2 anys

MITJANA DE DIES ASSISTEIX AL MERCAT

2013

2,6 dies

2014

2,5 dies

n= 134

Font: Elaboració pròpia

El Mercat de Música Viva de Vic continua essent una cita obligada per un elevat percentatge de professionals, tot i haver disminuït la mitjana d'anys d'assistència. **4,2 anys de promig** fa que els professionals assisteixen de manera continuada al Mercat. En quant a la mitjana de dies al mercat, continua essent al voltant dels **2,5 dies**.

No obstant, es també un **espai d'arribada de nous professionals de diferents perfils**, tal i com ja es va apreciar l'any passat, sobretot en el perfil d'entitats compradores institucionals i venedores.

INTRODUCCIÓ

VALORACIÓ DE L'IMPACTE ECONÒMIC DEL MMVV-MVLab 2013

● **VALORACIÓ DE LA QUALITAT DEL MMVV-MVLab 2014**

Aspectes generals

● **Valoració de l'impacte econòmic**

Valoració general

CONCLUSIONS

Valoració de la qualitat: Pressupost de contractació. Compradors

	Despesa anual en contractació 2014	
	Valor mitjà	Valor total
TOTAL COMPRADORS	117.462,47 €	29.986.814,18 €
Compradors privats	141.077,90 €	23.983.242,75 €
Catalans	107.608,70 €	9.361.956,52 €
Estatals	106.250,00 €	4.037.500,00 €
Estrangers	209.375,00 €	9.421.875,00 €
Compradors públics	169.642,86 €	5.191.071,43 €
Catalans	112.500,00 €	2.362.500,00 €
Estatals	146.428,57 €	966.428,57 €
Estrangers	250.000,00 €	750.000,00 €
Compradors institucionals	41.666,67 €	812.500,00 €
Catalans	25.000,00 €	237.500,00 €
Estatals	50.000,00 €	175.000,00 €
Estrangers	50.000,00 €	325.000,00 €

Font: Elaboració pròpia

En aquesta edició de 2014 no només **s'han incrementat el nombre d'entitats registrades** sinó que, a més, aquestes entitats tenen una **capacitat de compra superior** a la de les entitats de l'edició passada. Així, respecte dels 20.000.000 € de pressupost en contractació que tenien les entitats registrades en l'edició de 2013 s'ha arribat als gairebé **30.000.000€ a l'edició de 2014**. A més d'aquest increment, és destacable la **fortalesa de la contractació** de les **entitats privades en general** i de les **estrangeres en particular**, les quals no només han incrementat la seva presència sinó que a més tenen més capacitat de generar negocis dins de la indústria musical, el que potencia la capacitat internacionalitzadora del MMVV-MVLab.

Valoració de la qualitat: Facturació anual. Altres proveïdors

	Facturació anual 2014	
	Valor mitjà	Valor total
TOTAL VENEDORS	153.242,69 €	23.146.763,15 €
Venedors	106.022,41 €	12.722.689,08 €
Catalans	132.352,94 €	11.911.764,71 €
Estatals	160.714,29 €	2.732.142,86 €
Estrangers	25.000,00 €	325.000,00 €
Altres proveïdors del sector	200.462,96 €	10.424.074,07 €
Catalans	101.388,89 €	4.663.888,89 €
Estatals	25.000,00 €	125.000,00 €
Estrangers	475.000,00 €	475.000,00 €

Font: Elaboració pròpia

Tal i com havíem vist entre els compradors, la **capacitat de generar negoci entre les entitats venedores és també més gran** que les entitats registrades l'edició anterior. En aquesta taula queda reflectida la **presència destacable de professionals catalans** demostrant que el MMVV-MVLab és una plataforma de difusió i promoció molt sòlida de la indústria musical catalana.

La capacitat de generació de negoci dels **proveïdors de serveis**, en canvi, és **inferior al de l'edició passada** passant dels 15.000.000 € de l'edició de 2013 als gairebé 10.500.000 € de l'edició actual. Aquesta situació és donada pels **descens considerable en la presència d'empreses estrangeres** (que són les que aglutinen una major capacitat de negoci) que no ha pogut estar contrarestada per l'increment de les entitats catalanes.

Valoració de la qualitat: Artistes en cartera i presentats. Agents

	Artistes en cartera		Artistes presentats	
	Valor mitjà	Valor total	Valor mitjà	Valor total
TOTAL VENEDORS	13,3	1.596,0	2,3	279,6
Venedors	13,3	1.596,0	2,3	279,6
Catalans	20,1	1.809,0	1,3	119,1
Estatals	9,0	153,0	1,7	28,3
Estrangers	10,8	140,4	4,0	52,0

Font: Elaboració pròpia

Des del punt de vista dels professionals amb perfil venedor, veiem com els Màners assistents al Mercat el 2014 tenien un total de **1.596 grups en cartera** (13 grups de mitjana per entitat, xifres superiors a anys anteriors) i van presentar al Mercat quasi el **18% dels grups**. **El 20% d'aquestes propostes eren novetats**. Respecte l'any anterior s'experimenta un **increment en el nombre d'artistes** representats pels màners però una **concentració en el nombre d'artistes presentats** així com del **percentatge de novetats** presentades que passa del 30% al 20%. Entre els proveïdors de serveis, en canvi, **les novetats presentades són el 26% del total**, amb el que es continua creant un espai per a la innovació dins del MMVV-MVLab.

Valoració de la qualitat: Valor econòmic de les accions comercials fetes durant els dies de MMVV-MVLab 2014. Compradors

	Contractació dins MVLab 2014			Negoci generat arrel del MVLab 2014	
	Valor mitjà	Valor total	Passis	Valor mitjà	Valor total
TOTAL COMPRADORS	1,6	328	1,5	5.808,26 €	1.540.641,20 €
Compradors privats	1,4	238,0	1,4	5.827,55 €	990.682,87 €
Catalans	0,9	78,3	0,8	3.638,89 €	316.583,33 €
Estatals	1,7	64,6	1,4	11.343,75 €	431.062,50 €
Estrangers	1,6	72,0	2,1	2.500,00 €	112.500,00 €
Compradors públics	2,0	59,8	1,4	8.138,89 €	415.083,33 €
Catalans	1,0	21,0	0,2	14.250,00 €	498.750,00 €
Estatals	0,9	5,7	1,1	8.916,67 €	98.083,33 €
Estrangers	4,0	12,0	3,0	1.250,00 €	6.250,00 €
Compradors institucionals	1,5	29,9	1,6	3.458,33 €	134.875,00 €
Catalans	1,0	9,5	1,5	3.750,00 €	71.250,00 €
Estatals	2,0	7,0	2,0	5.375,00 €	37.625,00 €
Estrangers	1,6	10,4	1,2	1.250,00 €	16.250,00 €

Font: Elaboració pròpia

Segons les entitats compradors, durant els quatre dies de durada del MMVV-MVLab 2014, s'han signat un total de **328 contractes**, amb una mitjana de **1,6 contractes** i **2 passis** per contracte. En total el valor econòmic d'aquestes transaccions és **d'1.540.000 €** i **una mitjana de 5.808,26€ per entitat**, sent els compradors públics catalans i els privats estatals els que més despesa han generat.

Valoració de la qualitat: Valor econòmic de les accions comercials fetes durant els dies de MMVV-MVLab 2014. Venedors

	Contractació dins MVLab 2014			Negoci generat arrel del MVLab 2014	
	Valor mitjà	Valor total	Passis	Valor mitjà	Valor total
TOTAL VENEDORS	1,2	245	2,0		1.255.641,03 €
Venedors	1,8	216	2,0	9.741,45 €	1.168.974,36 €
Catalans	1,1	101	0,8	7.307,69 €	657.692,31 €
Estatals	1,3	22	2,0	19.000,00 €	323.000,00 €
Estrangers	3,0	39	3,2	2.916,67 €	37.916,67 €
Altres Proveïdors del sector	0,6	29		1.666,67 €	86.666,67 €
Catalans	0,6	28		1.250,00 €	57.500,00 €
Estatals	0,5	1		3.750,00 €	18.750,00 €
Estrangers	0,0	0		0,00 €	0,00 €

Font: Elaboració pròpia

Segons les entitats venedores, durant els quatre dies de durada del MMVV-MVLab 2014 s'han signat un total de **245 contractes**, amb una mitjana de **1,8 contractes per entitat** i **2 passis** per contracte de música i una mitjana de 0,6 contractes de serveis per a la indústria musical. El valor econòmic d'aquests contractes és **d'1.250.000 €**, 1.168.000€ en la contractació de música i prop de 87.000 € de serveis per a la indústria.

Valoració de la qualitat: Contactes. Compradors

	Contactes establerts a l'edició 2014		Contactes mantinguts gràcies al MVLab 2014	
	Valor mitjà	Valor total	Valor mitjà	Valor total
TOTAL COMPRADORS	8,4	2.241,6	10,3	2.507,1
Compradors privats	8,7	1.478,4	9,0	1.530,0
Catalans	10,4	906,3	15,9	1.384,1
Estatals	11,3	429,4	7,3	276,4
Estrangers	13,7	616,5	8,1	365,6
Compradors públics	9,6	487,2	9,8	500,4
Catalans	7,5	262,5	7,5	262,5
Estatals	21,6	237,6	11,7	128,3
Estrangers	5,0	25,0	5,0	30,0
Compradors institucionals	7,1	275,9	12,2	476,7
Catalans	5,0	95,0	5,0	95,0
Estatals	5,0	35,0	10,0	70,0
Estrangers	9,0	117,0	8,0	104,0

Font: Elaboració pròpia

En aquesta taula es pot apreciar el **capital social que va generar el MMVV-MVlab 2014**, entès des del punt de vista de la **generació de xarxa professional i que, recordem, és la principal raó per assistir al MMVV-MVLab**. En total, gràcies a aquest esdeveniment els professionals compradors han generat **2.241 contactes** i mantenen una **xarxa de més de 2.500 contactes** (acumulació de capital social) sent els **compradors privats catalans i estrangers els que més contactes nous generen**. Certament, i gràcies als contactes que es mantenen gràcies al MMVV-MVLab entre els compradors privats catalans, es pot afirmar que aquest esdeveniment és el **centre de la indústria musical catalana i una plataforma per a la seva cohesió com a sector**. Des del punt de vista de la internacionalització, posem de relleu que per terme mig, **el 12% dels contactes nous establerts són internacionals**.

Valoració de la qualitat: Contactes. Venedors

	Contactes establerts a l'edició 2014		Contactes mantinguts gràcies al MVLab 2014	
	Valor mitjà	Valor total	Valor mitjà	Valor total
TOTAL VENEDORS	10,1	1.827,1	6,3	1.128,7
Venedors	11,5	1.376,5	7,0	839,0
Catalans	9,4	847,1	8,8	795,0
Estatals	11,3	192,1	7,1	121,4
Estrangers	13,7	178,1	5,0	65,0
Altres proveïdors del sector	8,7	450,7	5,6	289,6
Catalans	6,7	306,7	9,4	431,3
Estatals	11,0	55,0	4,0	20,0
Estrangers	8,3	641,7	3,3	256,7

Font: Elaboració pròpia

Pel que fa als professionals amb perfil venedor, el MMVV-MVLab els ha permès fer un total de **més de 1.800 contactes nous** i de mantenir una **xarxa de 1.128 contactes**. Tal i com s'apreciava amb els professionals compradors, són els **professionals catalans els que mantenen una xarxa més ampla** de contactes i per tant acumulen més capital social. Per a ells, la internacionalització dels nous contactes es troba prop del 18% el que genera una **àmplia possibilitat d'internacionalització** per a la música presentada en l'edició de 2014 del MMVV-MVLab.

INTRODUCCIÓ

VALORACIÓ DE L'IMPACTE ECONÒMIC DEL MMVV-MVLab 2013

 **VALORACIÓ DE LA QUALITAT DEL MMVV-MVLab 2014**

Aspectes generals

Valoració de l'impacte econòmic

 **Valoració general**

CONCLUSIONS

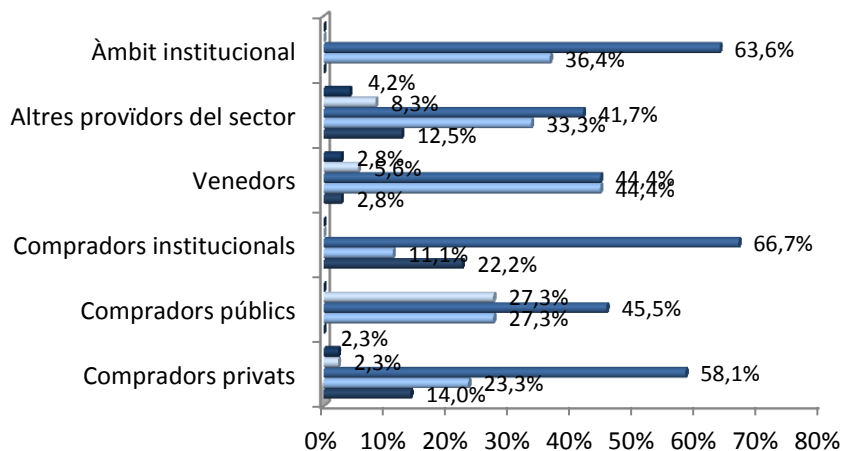
Valoració de la qualitat: Valoració de l'aportació del MMVV en cada aspecte



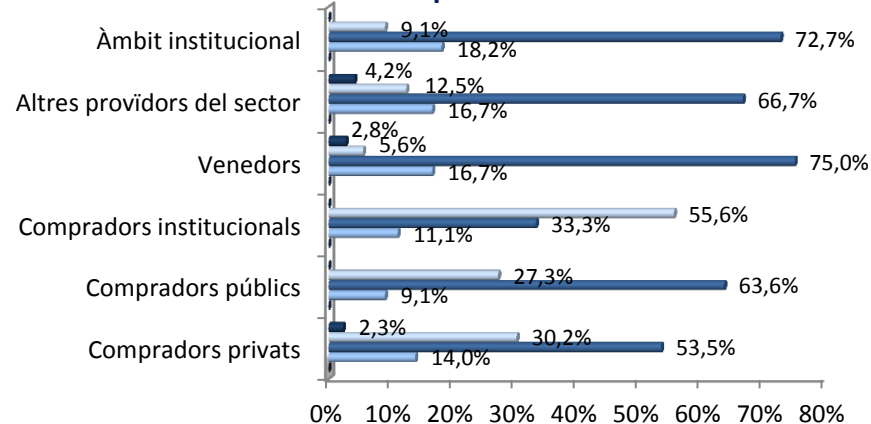
Tots els aspectes analitzats en l'estudi es consideren de força aportació per a les entitats consultades. Els **aspectes relacionats amb el capital social i la innovació i el coneixement són els aspectes més valorats**, són les considerades de **major aportació**: la creació i manteniment de xarxes de col·laboració entre professionals, ser punt de trobada de la indústria de la música i l'intercanvi de coneixement entre professionals). La compra-venda de música també té un lloc destacat.

Valoració de la qualitat: Valoració de l'aportació del MMVV en cada aspecte segons tipologia d'entitat

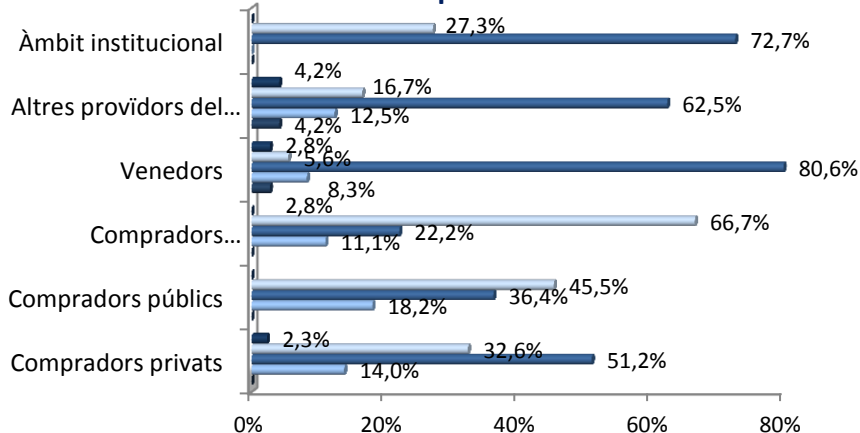
Compra-venda de música



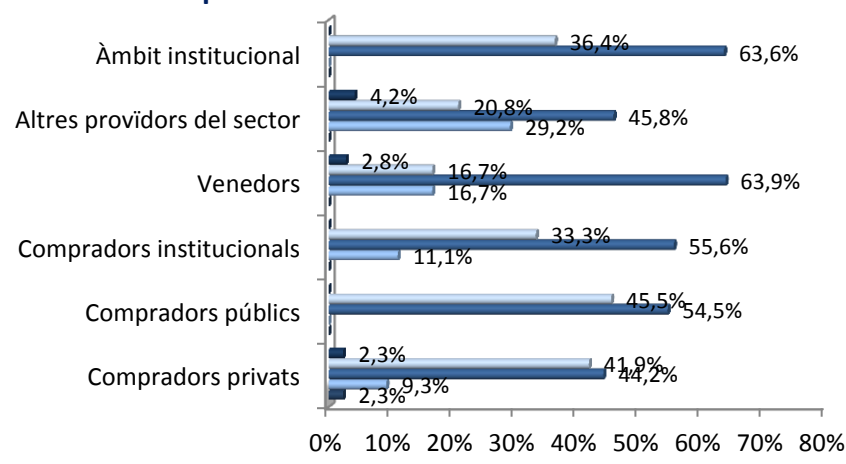
En l'intercanvi de coneixement (idees i informació) entre professionals



En la creació i manteniment de xarxes de col·laboració entre professionals



Com a punt de trobada de la indústria música

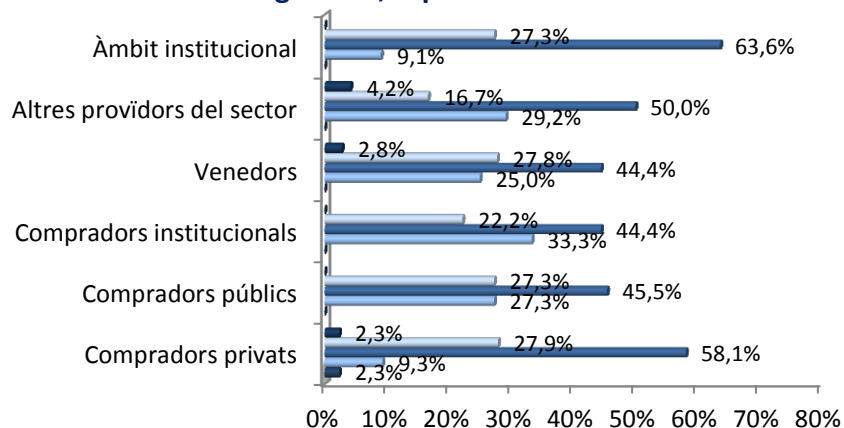


Font: Elaboració pròpia

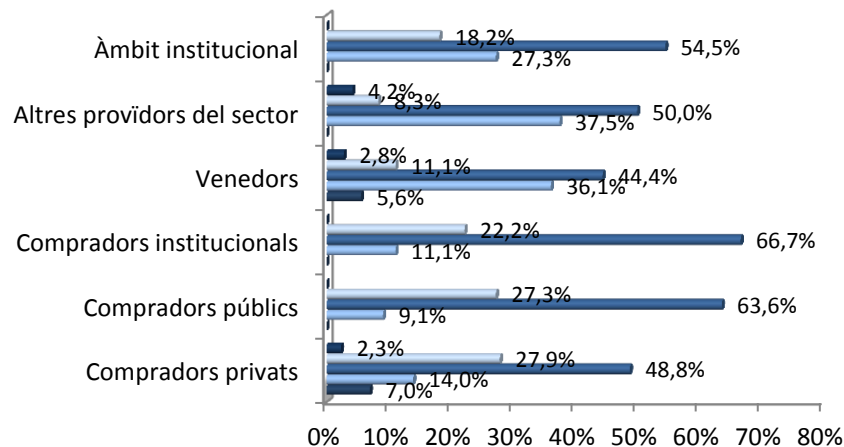
■ Ns/Nc ■ Molta ■ Bastant ■ Poca ■ Cap n= 134

Valoració de la qualitat: Valoració de l'aportació del MMVV en cada aspecte segons tipologia d'entitat

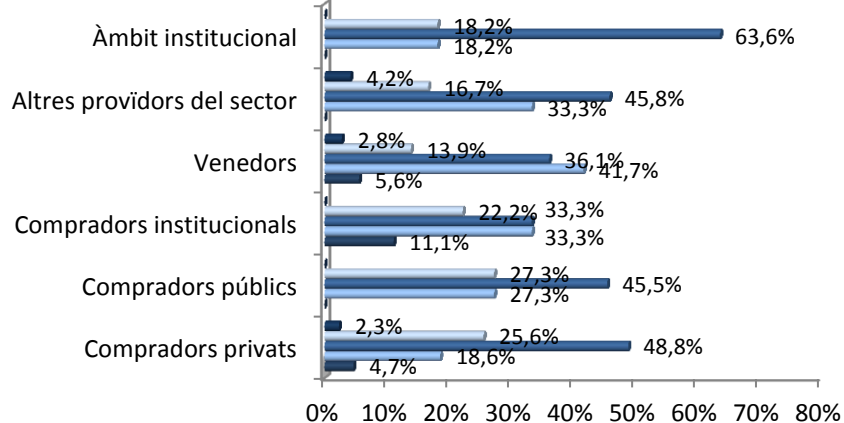
Com a plataforma per donar a conèixer noves obres, gèneres, repertoris i artistes



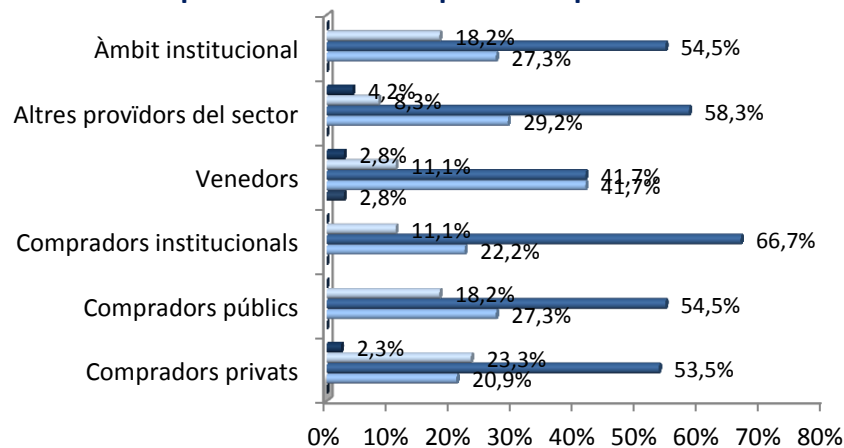
En la democratització de l'accés a la cultura



En el recolzament a nous artistes amb projectes innovadors



En la potenciació de l'ampliació de públics

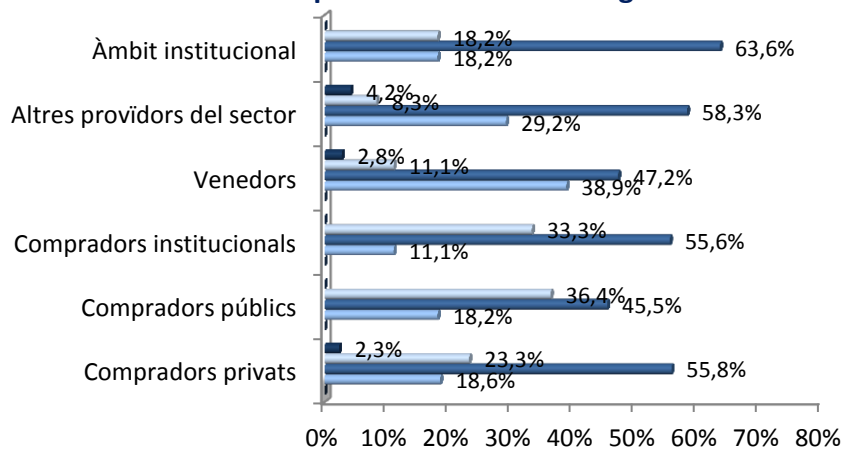


Font: Elaboració pròpia

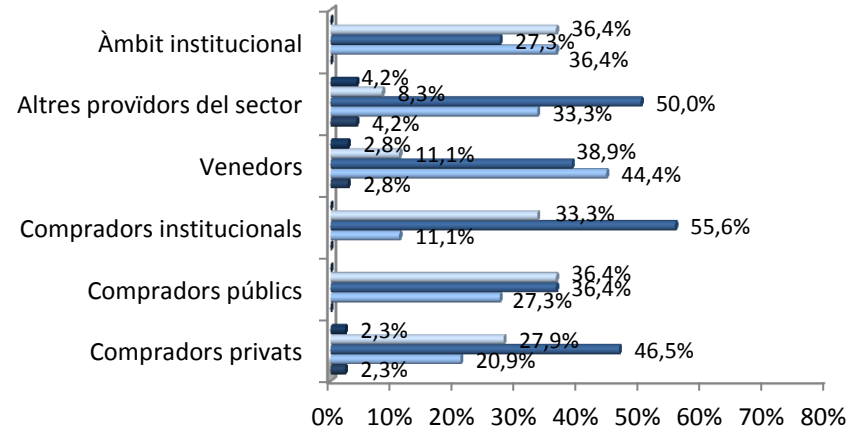
■ Ns/Nc ■ Molta ■ Bastant ■ Poca ■ Cap n= 134

Valoració de la qualitat: Valoració de l'aportació del MMVV en cada aspecte segons tipologia d'entitat

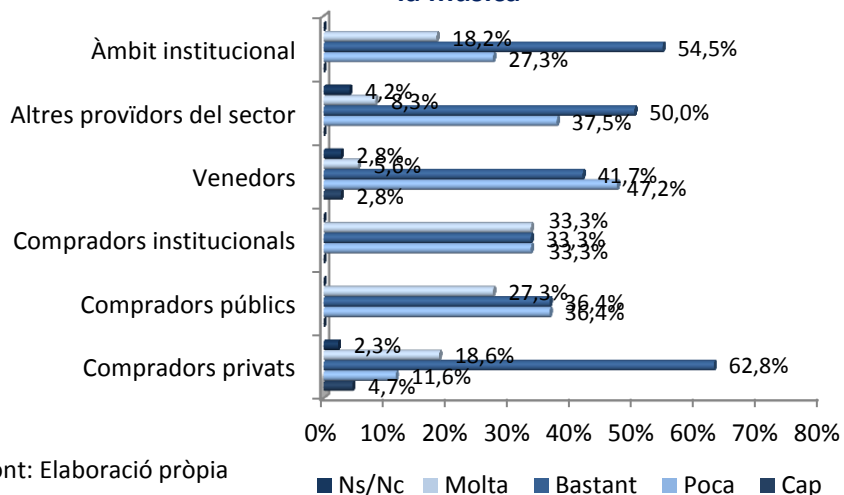
En el foment i aprofundiment del diàleg cultural



Com a font d'inspiració per a la creativitat i la innovació en el sector de la música



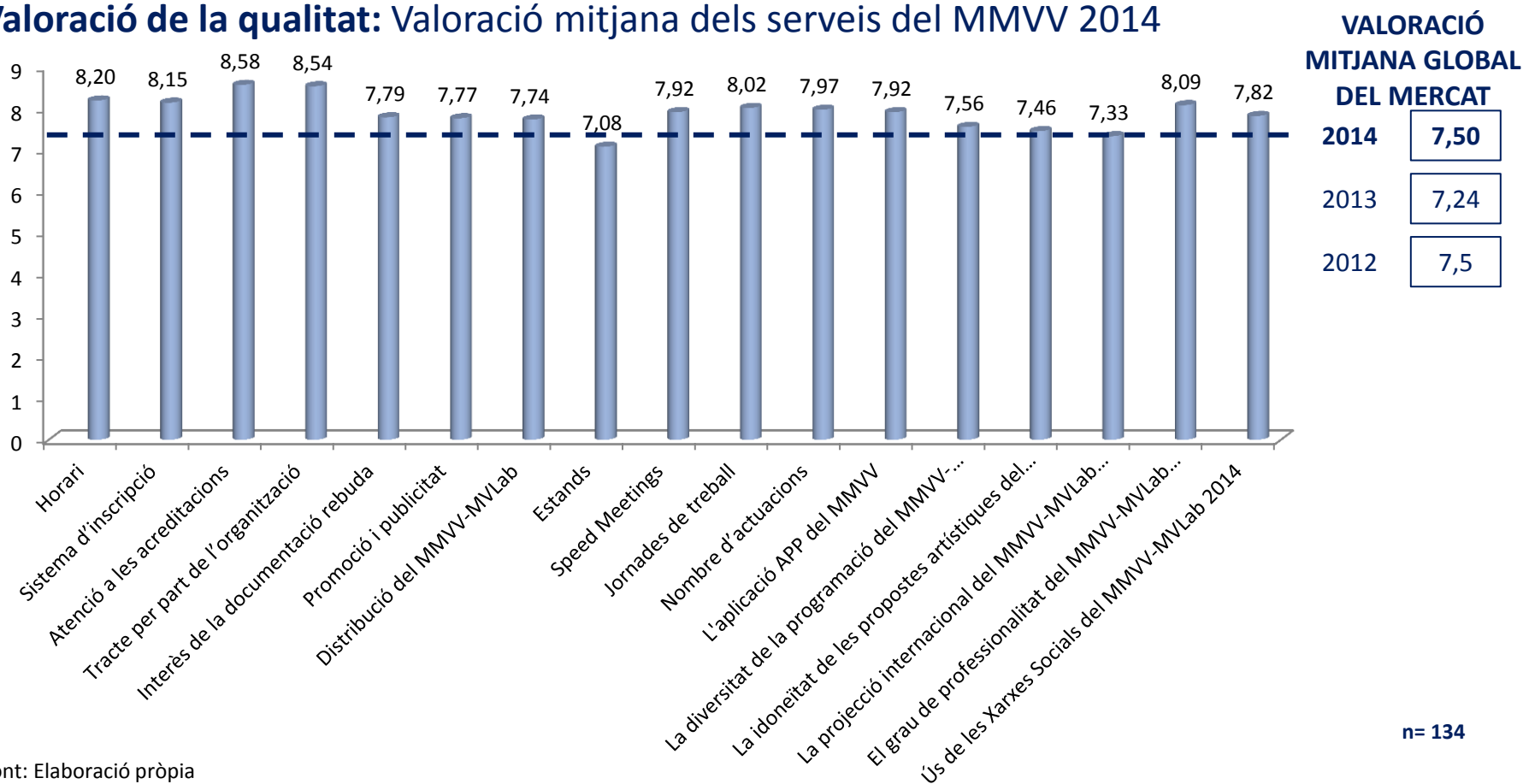
Com a foment de la internacionalització del sector de la música



Font: Elaboració pròpia

n= 134

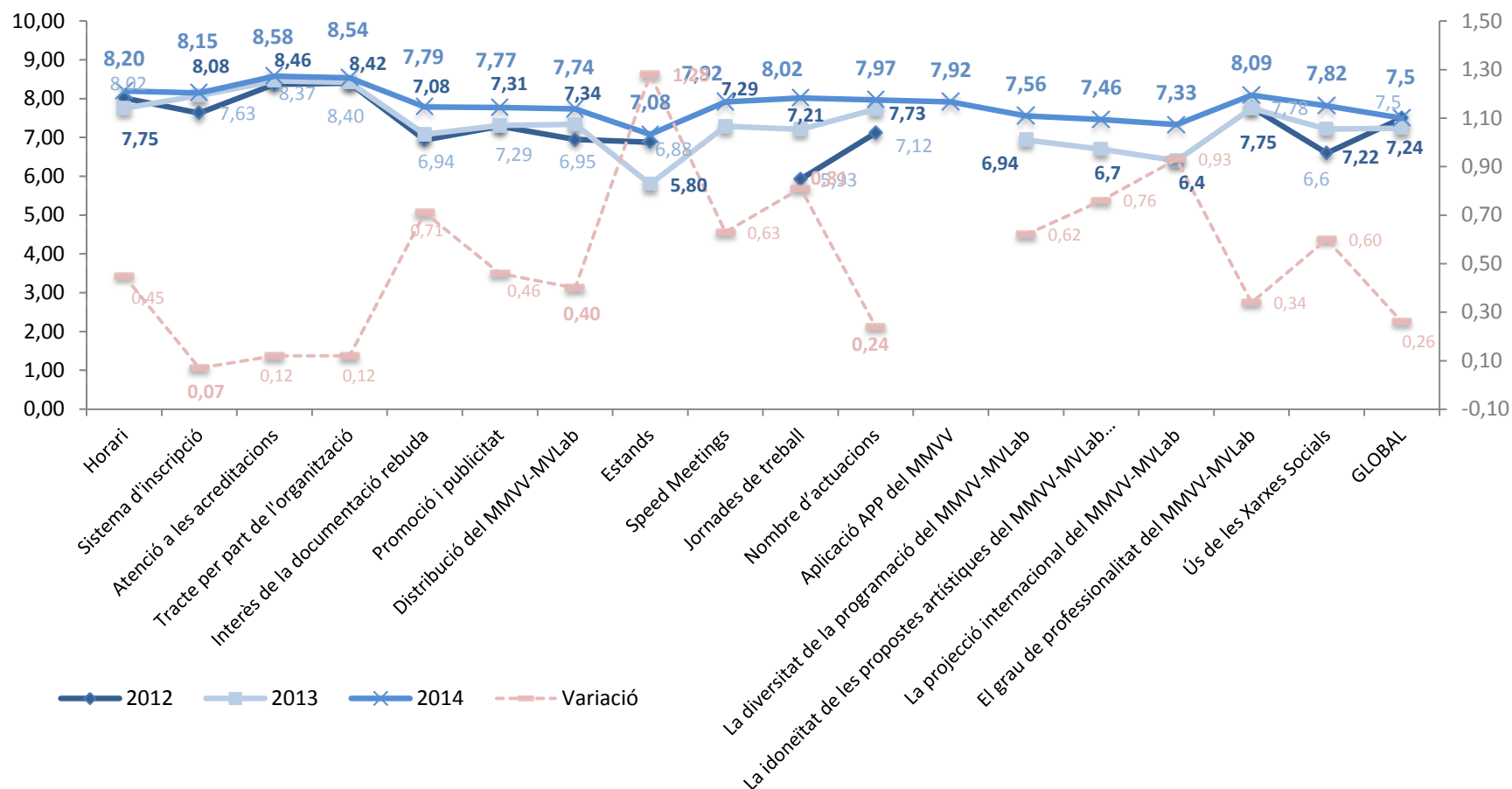
Valoració de la qualitat: Valoració mitjana dels serveis del MMVV 2014



Font: Elaboració pròpia

La valoració global del MMVV-MVLab 2014 és molt positiva, assolint un **7,5 de valoració mitjana global i superant edicions anteriors**. Gairebé tots dels aspectes es valoren per sobre d'aquest valor, i per tant són considerats aspectes molt positius. Entre els **millors valorats** estan **l'atenció a les acreditacions (8,58), el tracte de l'organització (8,54), l'horari (8,20), el sistema d'inscripció (8,15) i el grau de professionalitat (8,09)**.

Valoració de la qualitat: Valoració mitjana dels serveis del MMVV 2014 respecte 2013



Font: Elaboració pròpia

n= 134

La **valoració** de tots els aspectes del MMVV-MVLab **ha millorat respecte les passades edicions**, fet que demostra que la seva qualitat va en increment, però hi destaca la millora d'aspectes com la projecció internacional, la idoneïtat de les propostes musicals i els estands.

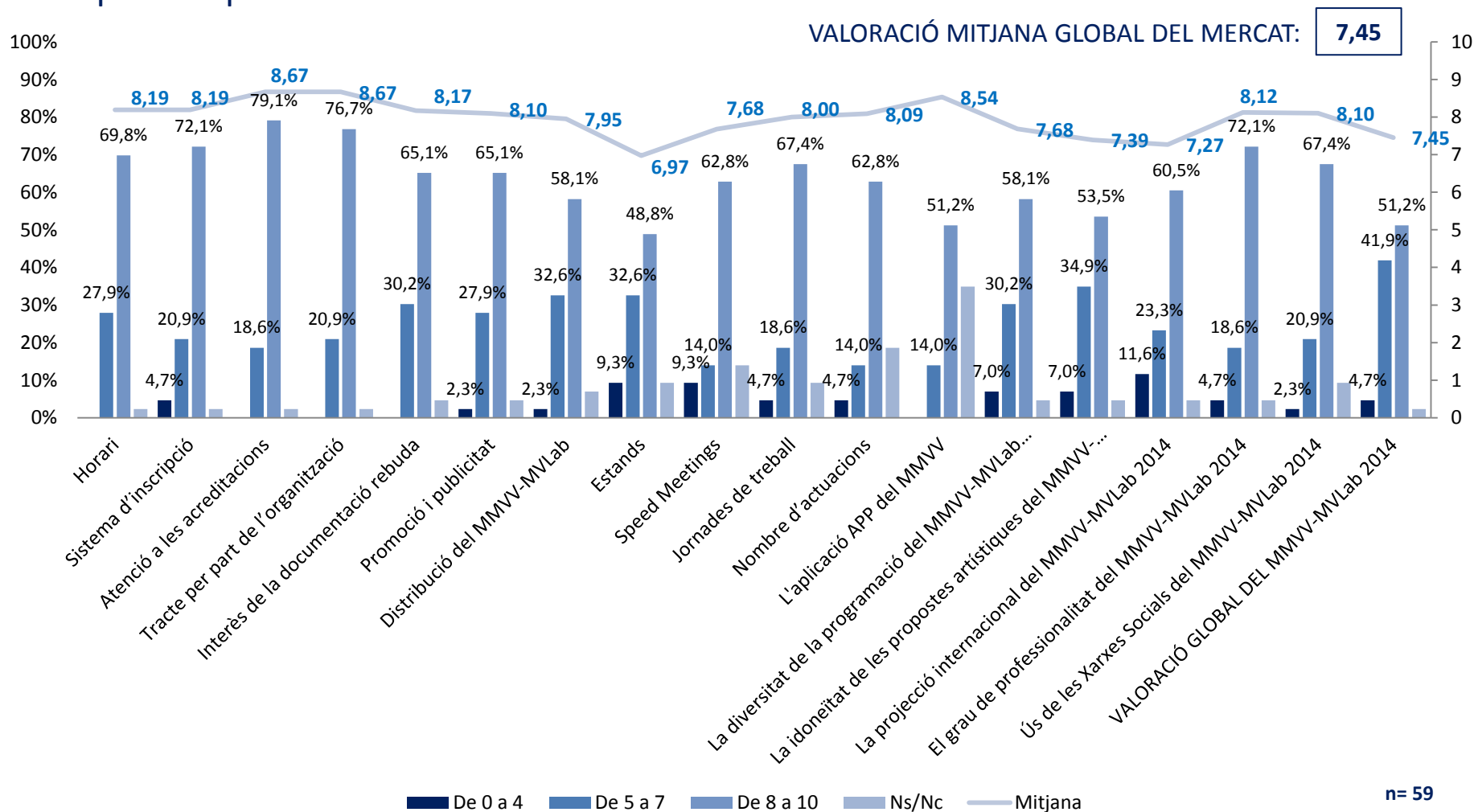
Valoració de la qualitat: Valoració dels serveis i aspectes del MMVV 2014 . Compradors privats

En les següents diapositives presentem les valoracions dels diferents serveis i aspectes del MMVV 2014 per cada tipologia d'entitat analitzada. En els gràfics es presenten les valoracions agrupades de 0 a 5, de 5 a 7 i de 8 a 10, així com la valoració mitjana per cada aspecte i la valoració global del mercat.

Com hem comentat, **la valoració global que se'n fa del mercat és de 7,5**. Si comparem entre les diferents tipologies d'entitat, obtenim que els **compradors públics** són les entitats que **donen una valoració global del mercat més bona (8,09)** mentre que els **altres proveïdors del sector són més crítics**, i valoren el mercat per sota de la mitjana global (7,26).

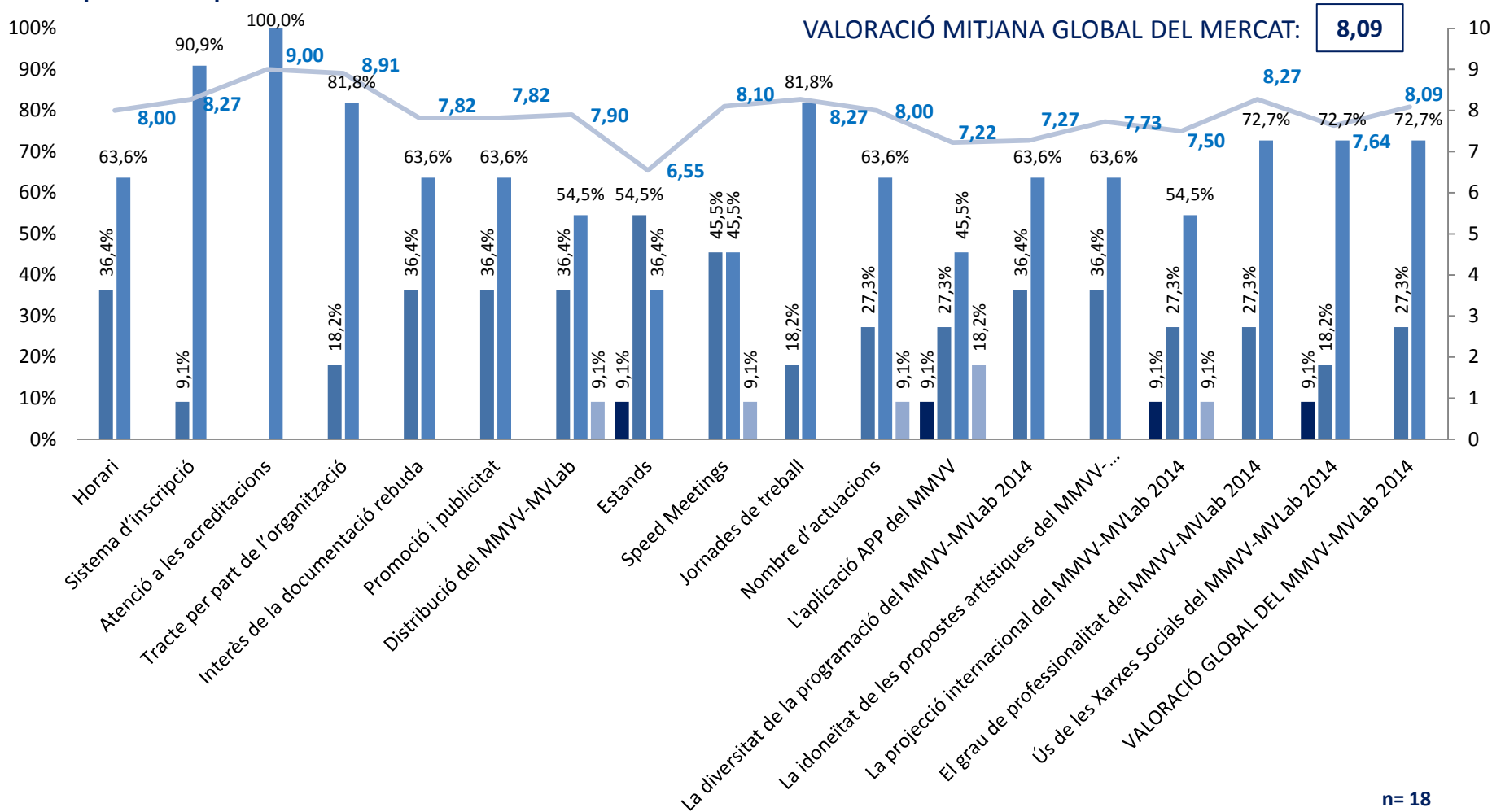
Valoració de la qualitat: Valoració dels serveis i aspectes del MMVV 2014 .

Compradors privats



Valoració de la qualitat: Valoració dels serveis i aspectes del MMVV 2014 .

Compradors públics



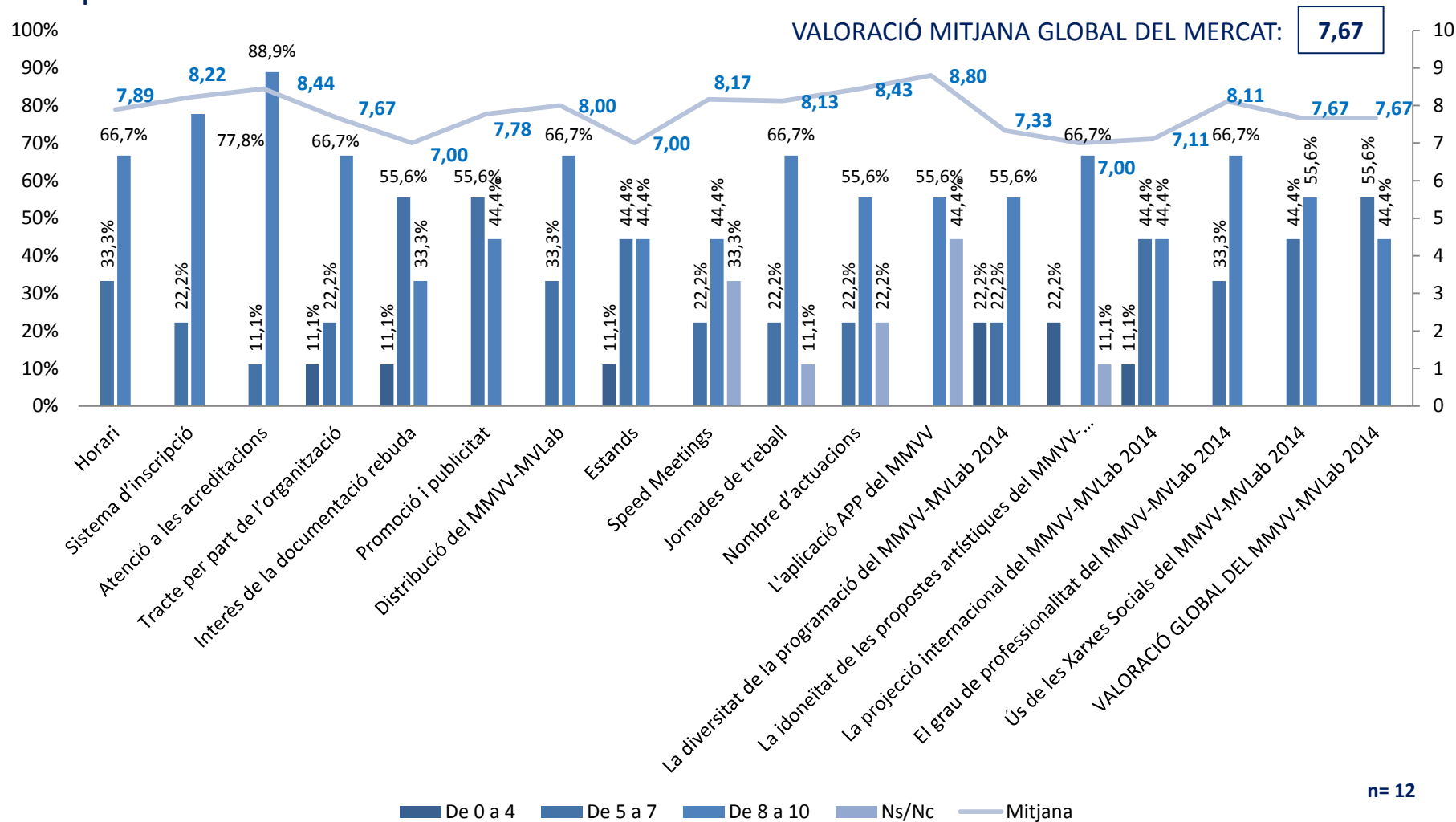
Font: Elaboració pròpia

De 0 a 4 De 5 a 7 De 8 a 10 Ns/Nc Mitjana

n = 18

Valoració de la qualitat: Valoració dels serveis i aspectes del MMVV 2014 .

Compradors institucionals

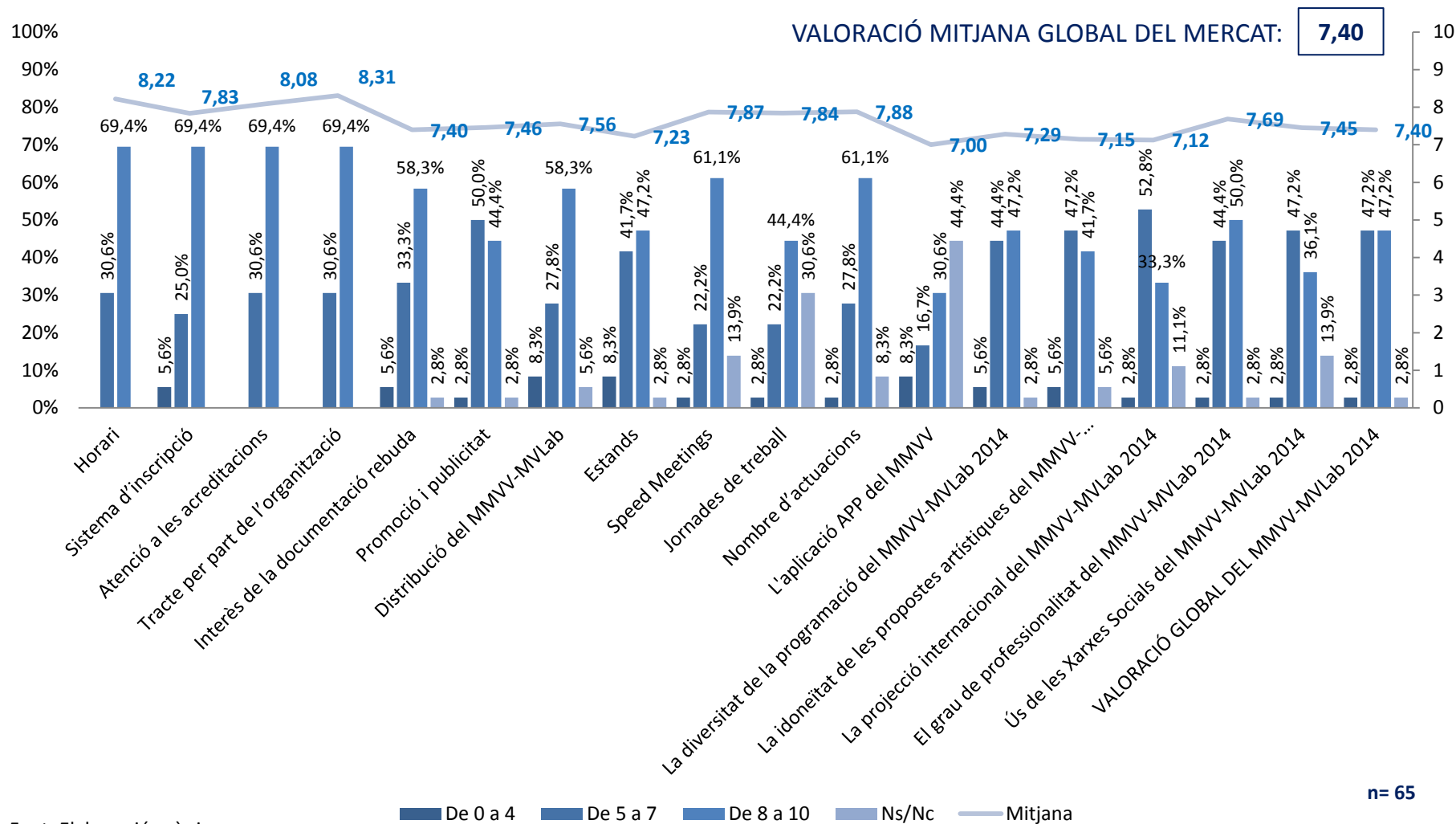


Font: Elaboració pròpia

n= 12

Valoració de la qualitat: Valoració dels serveis i aspectes del MMVV 2014 .

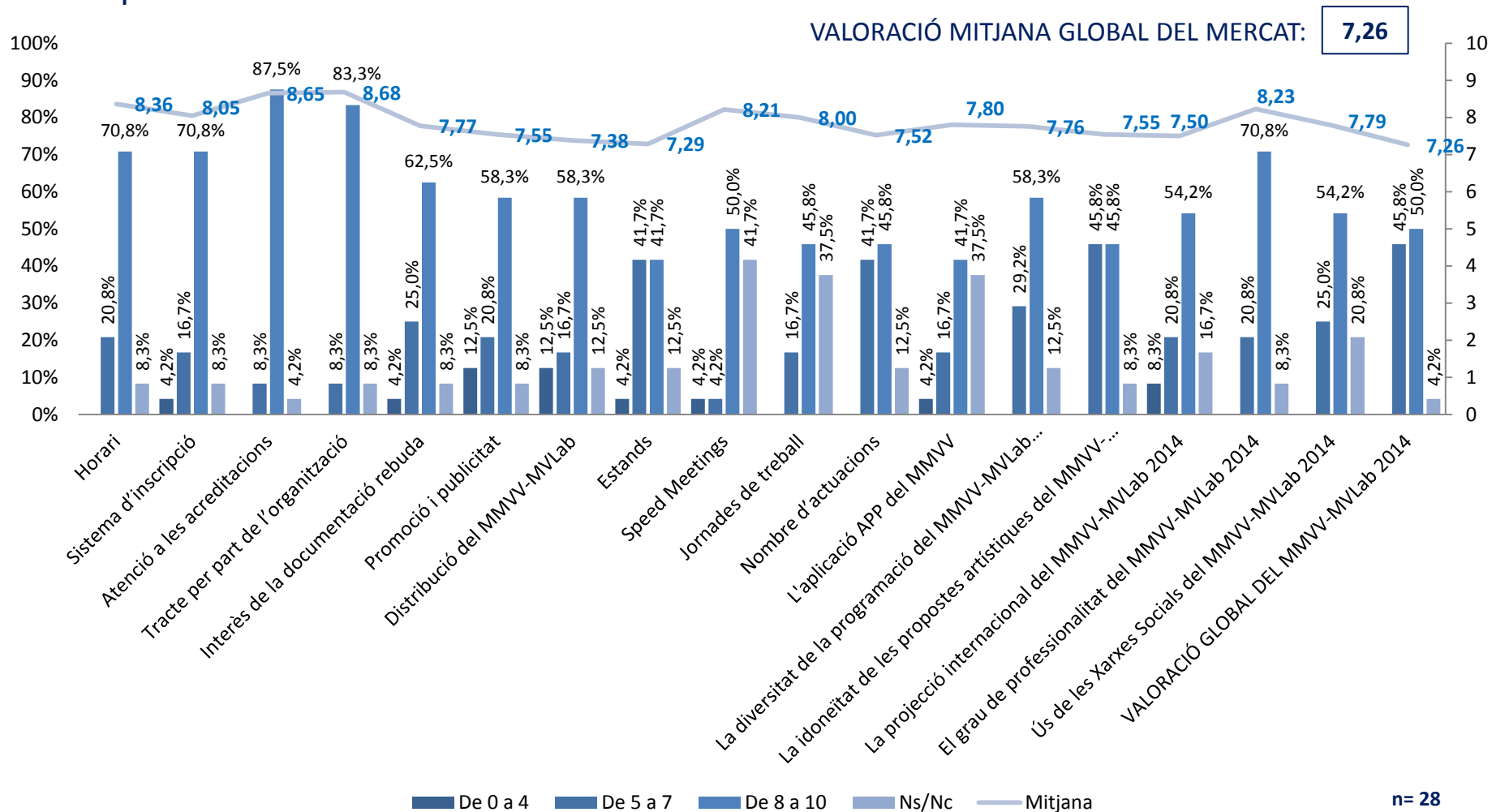
Venedors



Font: Elaboració pròpia

n= 65

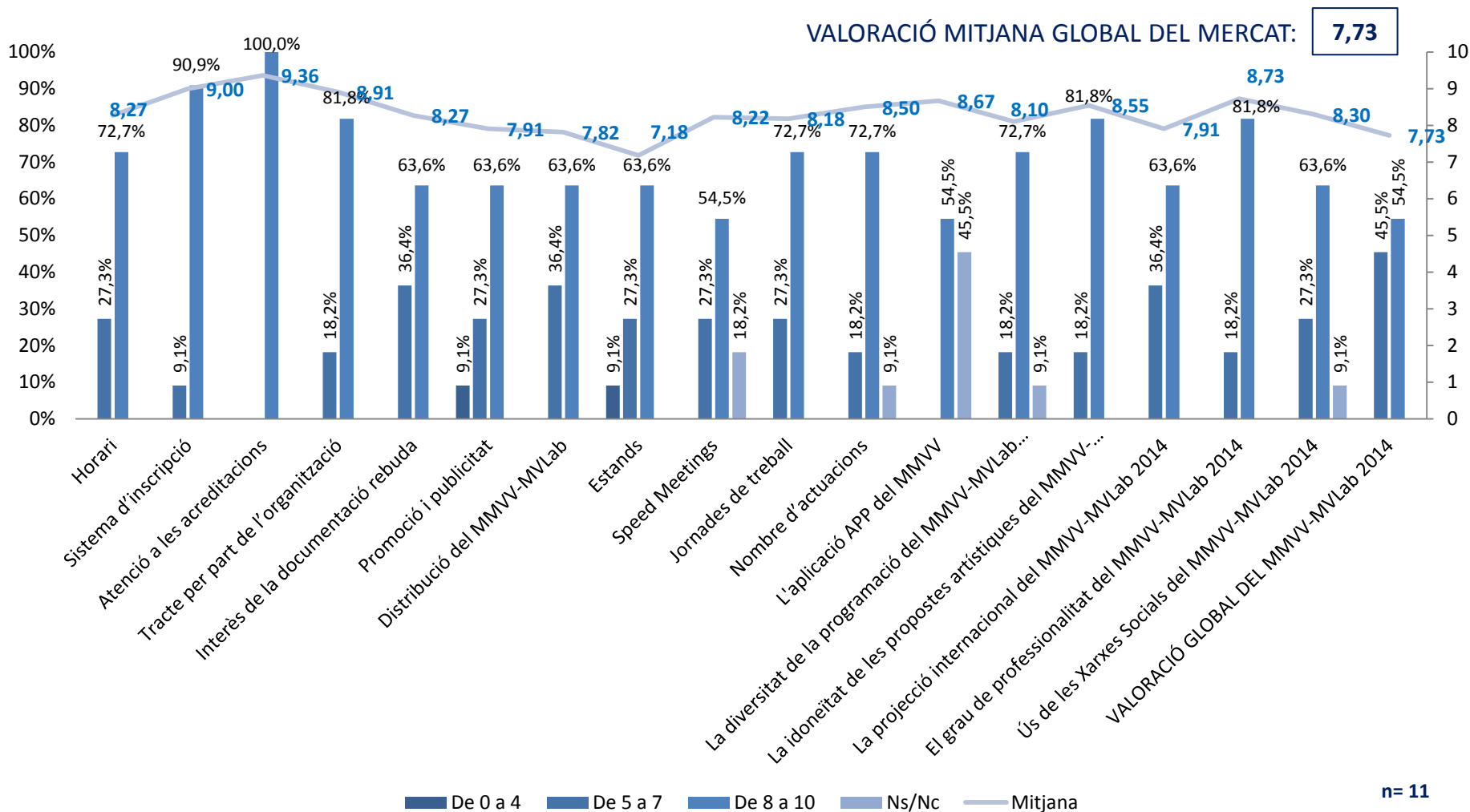
Valoració de la qualitat: Valoració dels serveis i aspectes del MMVV 2014 . Altres proveïdors del sector



Font: Elaboració pròpia

Valoració de la qualitat: Valoració dels serveis i aspectes del MMVV 2014 .

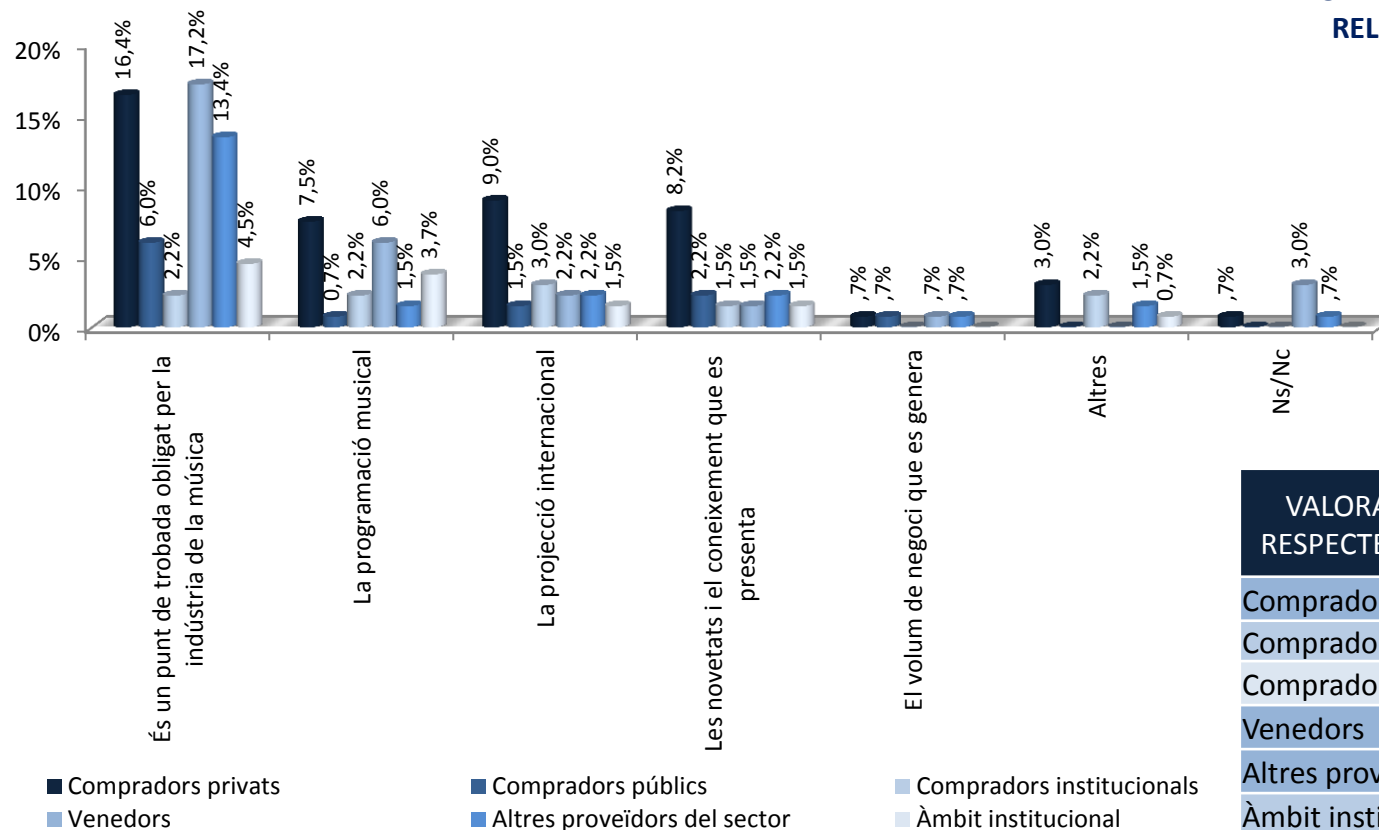
Àmbit institucional



Font: Elaboració pròpia

n= 11

Valoració de la qualitat: Singularitats respecte altres fires



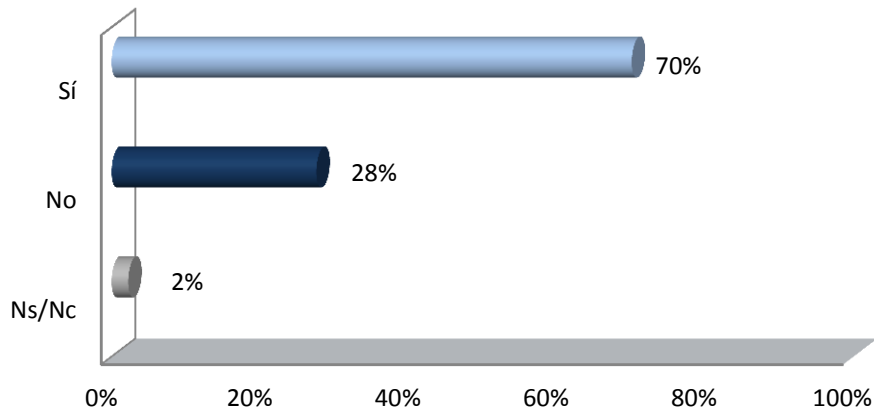
VALORACIÓ RELLEVÀNCIA MMVV RESPECTE D'ALTRES FIRES / MERCATS	
Compradors privats	6,93
Compradors públics	7,27
Compradors institucionals	7,11
Venedors	6,85
Altres proveïdors del sector	7,09
Àmbit institucional	7,10

Font: Elaboració pròpia

n= 134

Els **compradors privats** mostren una tendència diferent en quant a singularitats respecte d'altres fires. Així, **afirmen en major proporció que el MMVV és un punt de trobada obligat per la indústria musical, és singular per la programació musical i la projecció internacional i per les novetats i el coneixement que es presenta.** Els venedors i els altres proveïdors també mencionen el fet de ser un punt de trobada com l'aspecte més singular.

Valoració de la qualitat: Participació en altres fires i/o mercats



El **70%** de les entitats consultades manifesten **participar en d'altres fires i/o mercats musicals**. Com es pot observar en el núvol de paraules, les **fires i/o mercats musicals de més ressó són el propi MMVV, Womex i la Fira Mediterrània de Manresa**.

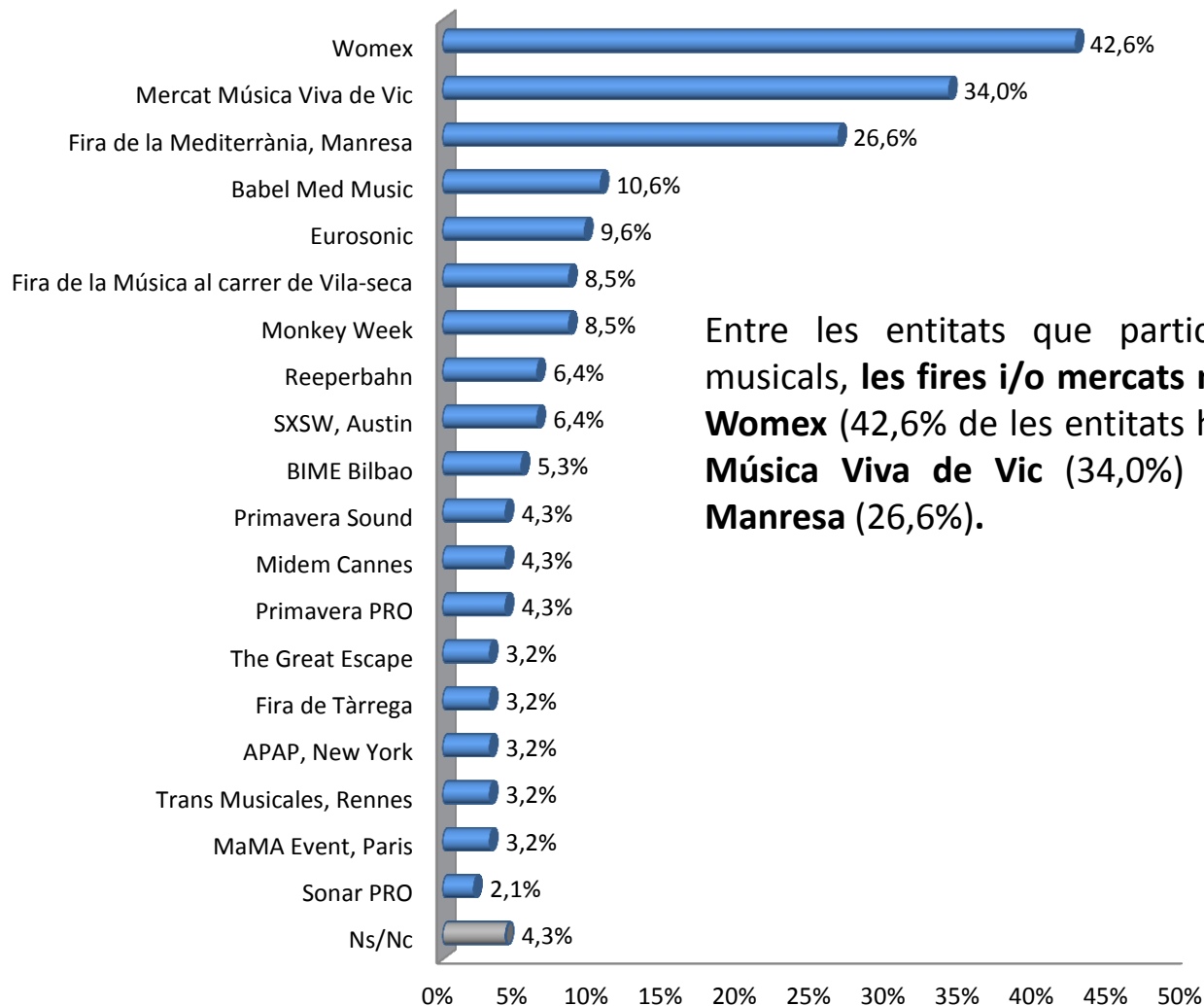
Font: Elaboració pròpia

n= 134



Font: Elaboració pròpia

Valoració de la qualitat: Principals fires i/o mercats on participa



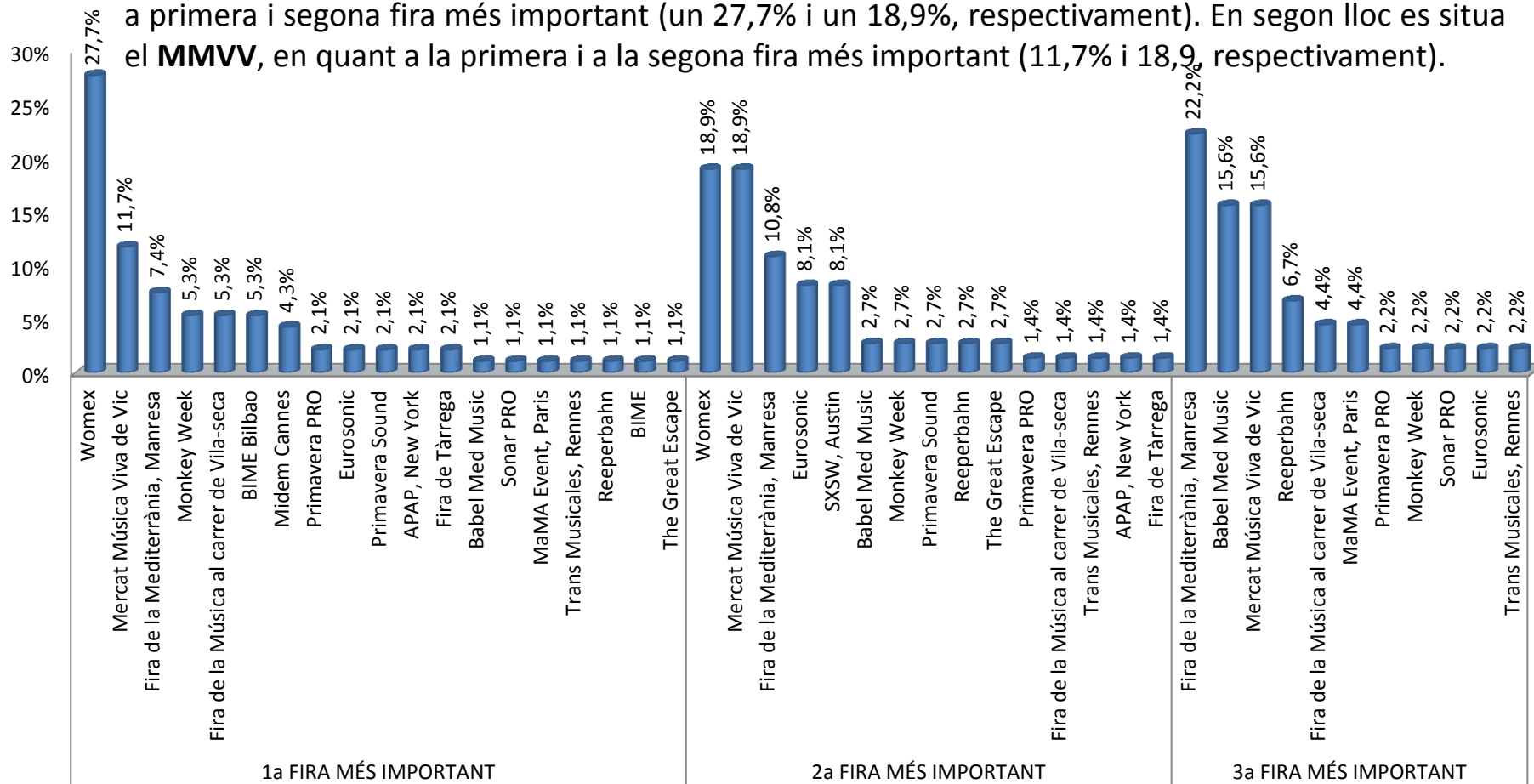
Entre les entitats que participen en d'altres esdeveniments musicals, **les fires i/o mercats musicals que més ressó tenen són Womex (42,6% de les entitats hi participen), el mateix Mercat de Música Viva de Vic (34,0%) i la Fira de la Mediterrània de Manresa (26,6%).**

n= 94

Font: Elaboració pròpia. Els % no sumen 100 donat que s'admetia resposta múltiple
No s'han inclòs aquelles fires i/o mercats que tan sols han estat anomenades per una sola entitat.

Valoració de la qualitat: Principals fires i/o mercats on participa segons el grau d'importància

En quant al grau d'importància de les fires i/o mercats, **Womex** és amb diferència **el mercat amb major importància** per l'activitat que hi desenvolupen les entitats consultades, mencionant-se com a primera i segona fira més important (un 27,7% i un 18,9%, respectivament). En segon lloc es situa el **MMVV**, en quant a la primera i a la segona fira més important (11,7% i 18,9%, respectivament).



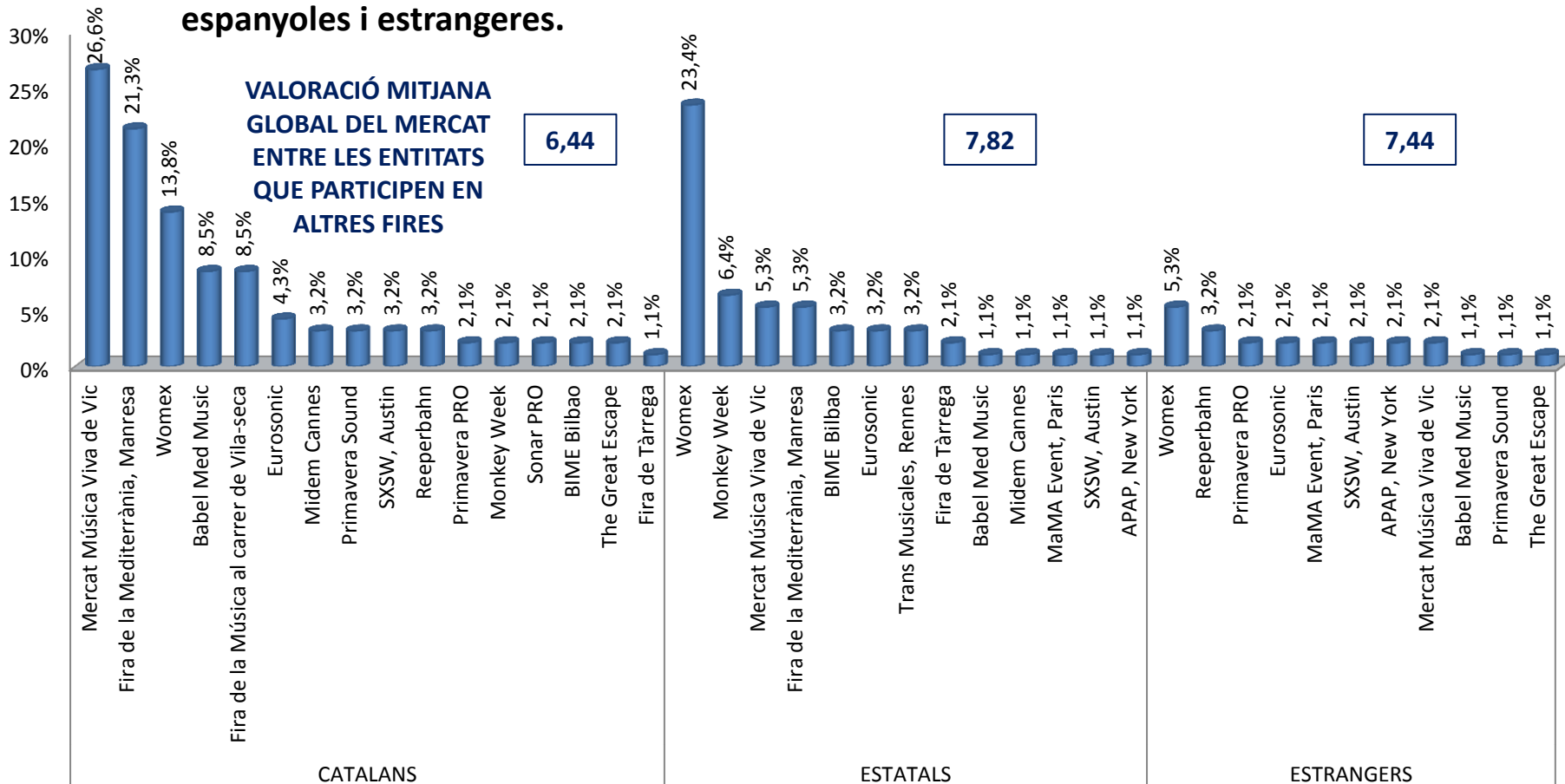
Font: Elaboració pròpia. Els % no sumen 100 donat que s'admetia resposta múltiple

No s'han inclòs aquelles fires i/o mercats que tan sols han estat anomenades per una sola entitat.

n= 94

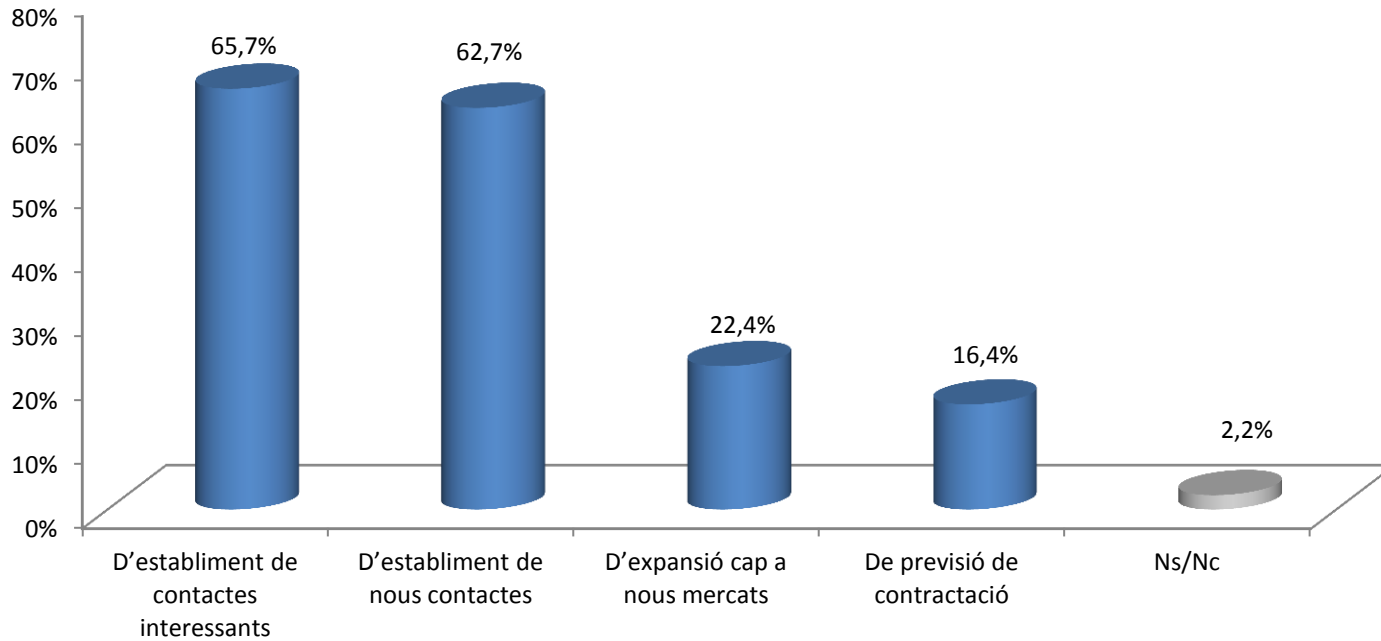
Valoració de la qualitat: Principals fires i/o mercats on participa segons procedència

Segons la procedència de les entitats consultades, el **MMVV** és el mercat més important per als catalans, essent el **Womex** el mercat de més rellevància per a les entitats espanyoles i estrangeres.



Font: Elaboració pròpia. Els % no sumen 100 donat que s'admetia resposta múltiple
No s'han inclòs aquelles fires i/o mercats que tan sols han estat anomenades per una sola entitat.

Valoració de la qualitat: Acompliment de les expectatives abans d'acudir en el MMVV-MVLab 2014 segons diferents aspectes

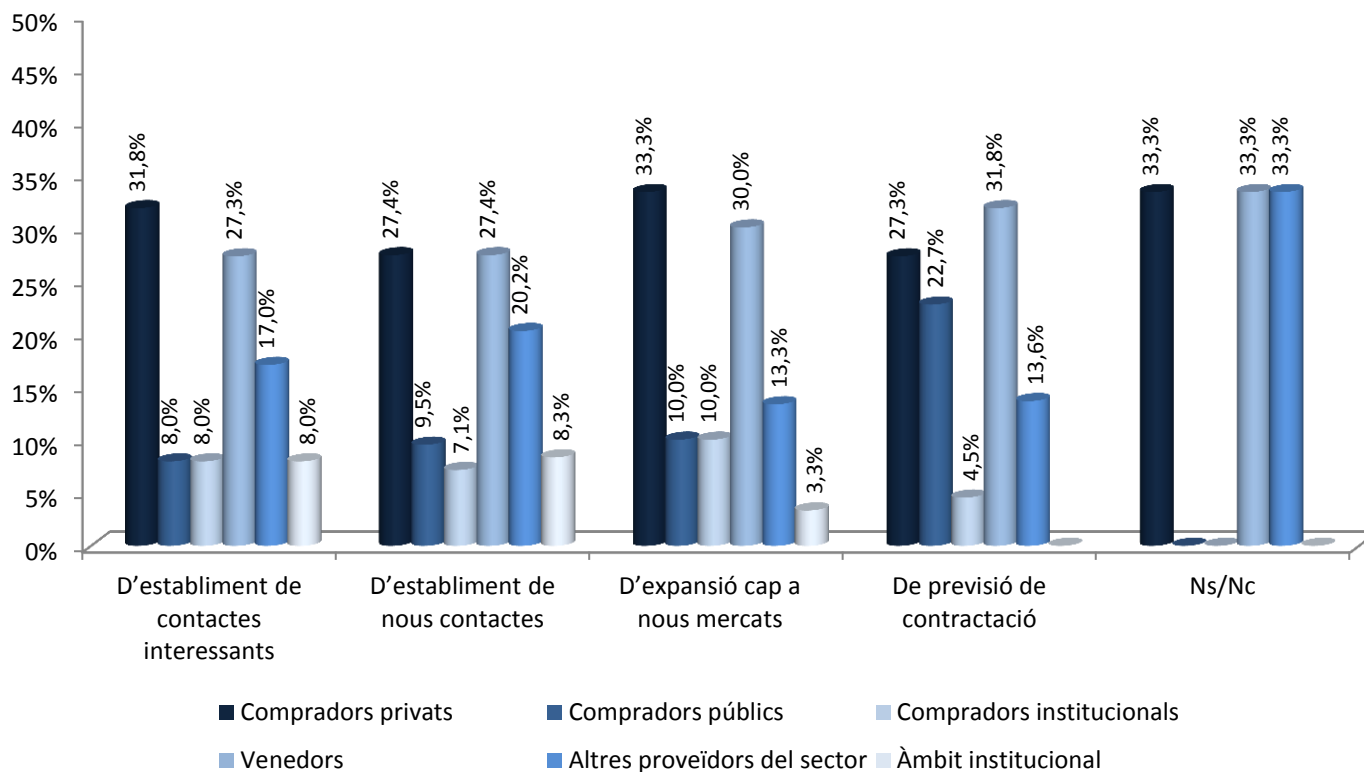


n= 134

Font: Elaboració pròpia. Els % no sumen 100 donat que s'admetia resposta múltiple

Un 65,7% de les entitats consultades consideren **haver assolit les expectatives creades a priori en quant a establiment de contactes interessants i d'establiment de nous contactes**. A més distància es troben l'expansió cap a nous mercats i la previsió de contractació.

Valoració de la qualitat: Acompliment de les expectatives abans d'acudir en el MMVV-MVLab 2014 segons diferents aspectes

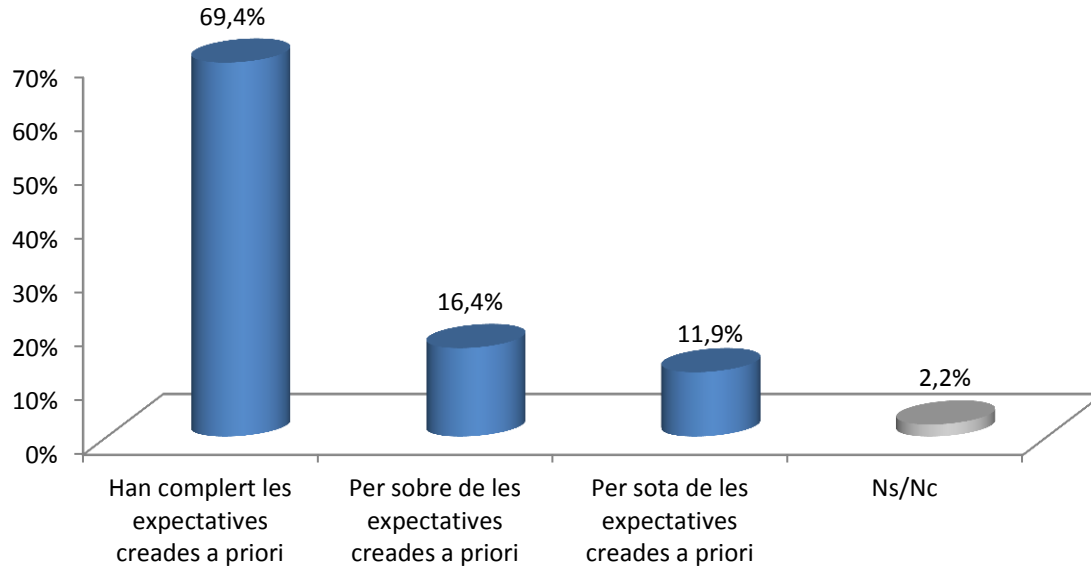


Font: Elaboració pròpia. Els % no sumen 100 donat que s'admetia resposta múltiple

n= 134

Els compradors privats, els venedors i els altres proveïdors del sector consideren que **l'establiment de contactes interessants i de nous contactes** són els dos aspectes que més han acomplert les expectatives generades abans d'acudir al MMVV-MVLab.

Valoració de la qualitat: Acompliment de les expectatives generals abans d'acudir en el MMVV-MVLab 2014



Font: Elaboració pròpia

n= 134

Globalment trobem una alta satisfacció entre els professionals assistents ja que **un 69,4% de les entitats consultades manifesten haver assolit les expectatives creades a priori i un 16,4% afirma haver-les superat.** Tanmateix, un 11,9% afirmen que les expectatives generades abans d'acudir al Mercat eren més elevades.

INTRODUCCIÓ

VALORACIÓ DE L'IMPACTE ECONÒMIC DEL MMVV-MVLab 2013

VALORACIÓ DE LA QUALITAT DEL MMVV-MVLab 2014

Aspectes generals

Valoració de l'impacte econòmic

Valoració general

 **CONCLUSIONS**

Conclusions:

El MMVV-MVLab incrementa l'impacte econòmic a la indústria musical respecte d'edicions anteriors però també es modificat la seva estructura.

- ✓ L'impacte econòmic en la indústria musical de la 25ena edició del MMVV-MVLab va ser de **3.258.208 €**. En aquesta edició es va generar més riquesa sectorial que en edicions passades, malgrat la situació d'estancament en la que està immersa l'economia i la majoria de sectors econòmics.
- ✓ S'observa una tendència positiva en l'impacte econòmic total del MMVV-MVLab generat gràcies a l'increment del nombre de professionals i a la generació de contractes de serveis per a la indústria (altres proveïdors) que ha passat de 98.000€ a l'any 2012 a **415.888€ al 2013**.

Conclusions

El MMVV-MVLab és un espai de creació de riquesa per a la indústria musical però també de generació/difusió d'innovació i de coneixement, consolidant-se així dos dels seus aspectes estratègics essencials.

- ✓ Arrel de l'edició 2013 del MVLab es van signar un total de 340 contractes en la compra de música i 188 en la compra de serveis per a la indústria, fent un total de 528 contractes.
- ✓ La tendència en la contractació de música en l'edició de 2013 ha estat la de contractar menys grups però en canvi, contractar més actuacions, fet que incrementa la despesa per contracte respecte de l'any anterior i iguala el nombre d'actuacions totals generades gràcies al MMVV-MVLab.
- ✓ A l'edició de 2013 es van generar una mitjana de 2 contractes per organització assistent amb una mitjana de 3,1 passis per contracte signat, un passí més que l'edició anterior (que va ser 2,1 passis). Així, gràcies al MMVV-MVLab 2013 es van generar 1.051 actuacions (per les 1.077 generades l'edició anterior).
- ✓ **El 10% de la contractació dels compradors de música** que assisteixen al MVLab es realitza dins aquest espai comercial.
- ✓ Els professionals venedors de serveis (**altres proveïdors del sector**) van aconseguir **prop del 45% de la seva contractació anual gràcies al MMVV-MVLab.**

Conclusions

A l'edició de 2013 el MMVV-MVLab consolida la seva contribució a la internacionalització de la música catalana.

✓ **La major part dels grups/artistes contractats gràcies a haver participat en el MMVV/MVLab 2013 han actuat o actuaran en sales (un 65,4% del total), situant-se en segon lloc els festivals (amb un 51,9%).**

✓ **Catalunya és el territori on més concerts es representen**, gairebé 4 de cada 10 entitats venedores realitzen més de 6 concerts en territori català.

✓ **La internacionalització és també un fet rellevant de la contractació.** Quasi el 52% de les entitats venedores han indicat que han realitzar alguna actuació a l'estranger, a on es realitzen principalment entre 1 i 2 actuacions per grup/artista, una tendència similar a la que s'observa respecte de les actuacions a l'estat Espanyol.

Conclusions

A l'edició de 2014 del MMVV-MVLab es potencia la capacitat de generar negoci i d'internacionalització.

- ✓ En l'edició de 2014 no només **s'han incrementat el nombre d'entitats registrades** sinó que, a més, aquestes entitats tenen una **capacitat de compra superior** a la de les entitats d'edicions passades.
- ✓ És destacable la **fortalesa de la contractació** de les **entitats privades en general** i de les **estrangeres en particular**, les quals no només han incrementat la seva presència sinó que a més tenen més capacitat de generar negoci dins de la indústria musical. Es potencia, doncs, la capacitat internacionalitzadora del MMVV-MVLab.

Conclusions

El MMVV-MVLa continua sent un punt de trobada obligatòria però ja també un espai de la innovació i el coneixement conformant-se en una plataforma de cohesió sectorial de la indústria musical catalana i de la seva internacionalització.

- ✓ Un 85,8% de les entitats consultades manifesten que **‘contactar i relacionar-se amb altres professionals del sector’** és el principal motiu per participar en el MMVV-MVLa 2014.
- ✓ ‘Per posar-se al dia en tendències i poder innovar’, es troba en segon lloc i ha experimentat una forta pujada respecte de l’any anterior (es trobava en el novè lloc), confirmant al MMVV-MVLa com un espai de la innovació i la creació de coneixement ara ja valorat també per als professionals que hi assisteixen.
- ✓ Són els professionals catalans els que mantenen una xarxa més ampla de contactes i per tant acumulen més capital social. Per a ells, la internacionalització dels nous contactes es troba prop del 18% el que genera una àmplia possibilitat d’internacionalització per a la música presentada en l’edició de 2014 del MMVV-MVLa.

Conclusions

Es millora la qualitat del MMVV-MVLab i es defineix la seva singularitat en base a quatre eixos: ser un punt de trobada obligat, la qualitat de la programació, la internacionalització i la innovació.

- ✓ La valoració global del MMVV-MVLab 2014 és força positiva, assolint un **7,5 de valoració mitjana global**.
- ✓ La **valoració** de la majoria dels serveis del MMVV **ha millorat respecte les passades edicions**, fet que demostra que la qualitat del Mercat va en increment.
- ✓ La **projecció internacional, la idoneïtat de les propostes musicals i els estands** són els aspectes que millor progressió han tingut respecte de l'any passat.
- ✓ La seva singularitat respecte a esdeveniments similars **són, en major proporció, el ser un punt de trobada obligat per a la indústria musical, la programació musical, la projecció internacional que ofereix i les novetats i el coneixement que es presenta**.
- ✓ Globalment, **un 69,4% de les entitats consultades manifesten haver assolit les expectatives creades a priori i un 16,4% afirma haver-les superat**, dades que demostren l'alt grau de satisfacció de la indústria amb el MMVV-MVLab.

Direcció: Dra. Soledad Morales Pérez

smoralespe@uoc.edu

Equip: Carmen Pacheco Bernal

Judit Barrullas Bonet

Universitat Oberta de Catalunya