

Mercat de Música Viva de Vic

MVLab 2014 i 2015



● INTRODUCCIÓ

VALORACIÓ DE L'IMPACTE ECONÒMIC DEL MMVV-MVLab 2014

Aspectes generals

Perfil Comprador

Perfil Venedor

VALORACIÓ DE LA QUALITAT DEL MMVV-MVLab 2015

CONCLUSIONS

Introducció: Objectius de l'estudi

Mesurar i avaluar l'impacte econòmic del MMVV-MVLab 2014 sobre la indústria musical.

- Mesurar el volum de negoci real que es va generar arrel de l'edició del 2014 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 2015 i fer-ho de manera comparada respecte l'edició de 2014.

- Avaluar la qualitat de l'edició 2015 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 2015 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 2015.

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 2014, i l'altre per avaluar la qualitat final en la seva edició de 2015. 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 tres idiomes per tal de cobrir tot l'univers (català, castellà i anglès).

Es van llençar tres 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 2014 del MVLab i donar continuïtat a l'estudi encetat l'any anterior, es va realitzar entre els mesos de juliol, agost, setembre i octubre de 2015. Les enquestes *online* es van enviar a **367 entitats** registrades al MMVV-MVLab 2014, de les quals, conjuntament amb el reforç telefònic, se n'han obtingut **153 enquestes, amb un marge d'error de +/- 6,0% per a un nivell de confiança del 95%**.
- La segona fase d'enquestes es van llançar passada una setmana de l'acabament de la 28a edició del MMVV-MVLab fins la tercera setmana de novembre de 2015. Les enquestes es van enviar a 313 entitats registrades com a professionals de les quals s'han obtingut un total de **156 enquestes completades, amb un marge d'error de +/- 5,6% 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 2014 i 2015.
- **Àmbit territorial:** Català, estatal i estranger.
- **Univers objecte d'estudi:** Està format per totes les entitats registrades en el MMVV-MVLab 2014 (357 entitats) i en el MMVV-MVLab 2015 (313 entitats).
- **Grandària de la mostra: 153 entitats** assistents a l'edició de 2014 del MMVV-MVLab i **156 entitats** assistents a l'edició de 2015 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 2014 i 2015 del MMVV-MVLab. 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 2014 és del +/- 6,0% i +/-5,6% per l'edició de 2015, 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), Distribuïdora/Productora (en el seu rol de compradors).
- **Compradors (programadors) públics:** Ajuntaments, Equipaments municipals, Institucions i Altres Administracions Públiques, Festival (de gestió pública) i Fira (de gestió pública).
- **Compradors privats sense ànim de lucre:** Associacions i Fundacions. En aquesta categoria les entitats que s'hi han inclòs generen contractació.
- **Venedors:** Manager/Representant, 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 2014

● Aspectes generals

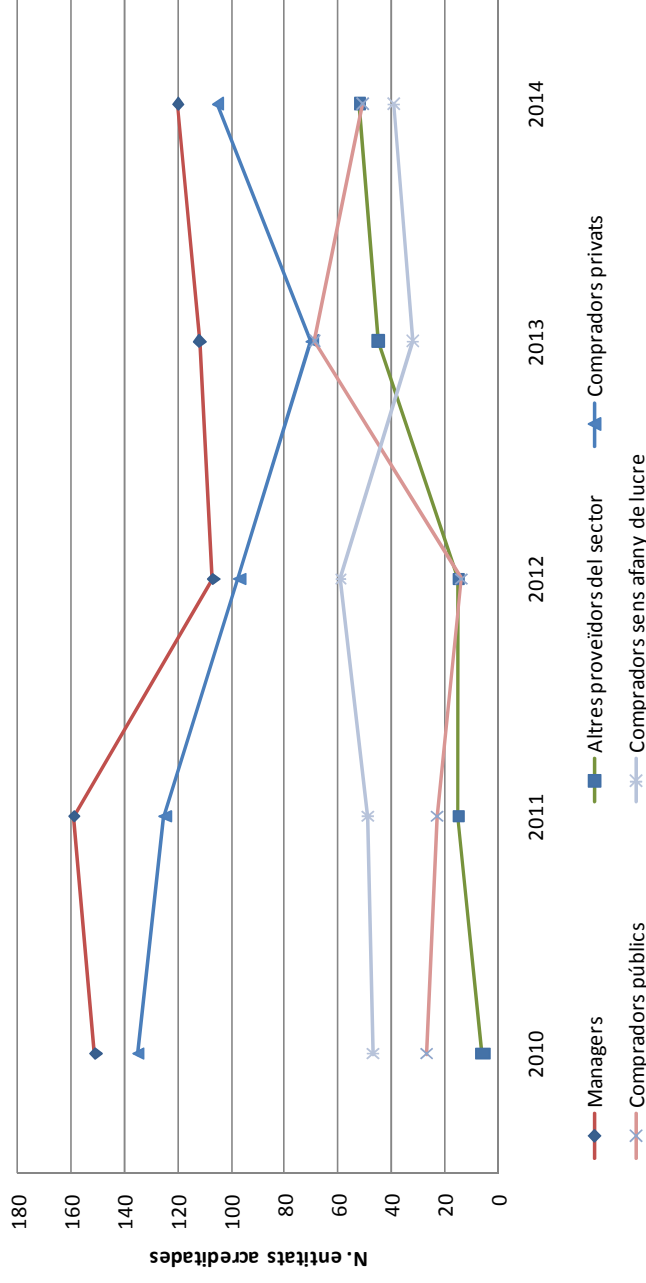
Perfil Comprador

Perfil Venedor

VALORACIÓ DE LA QUALITAT DEL MMVV-MVLab 2015

CONCLUSIONS

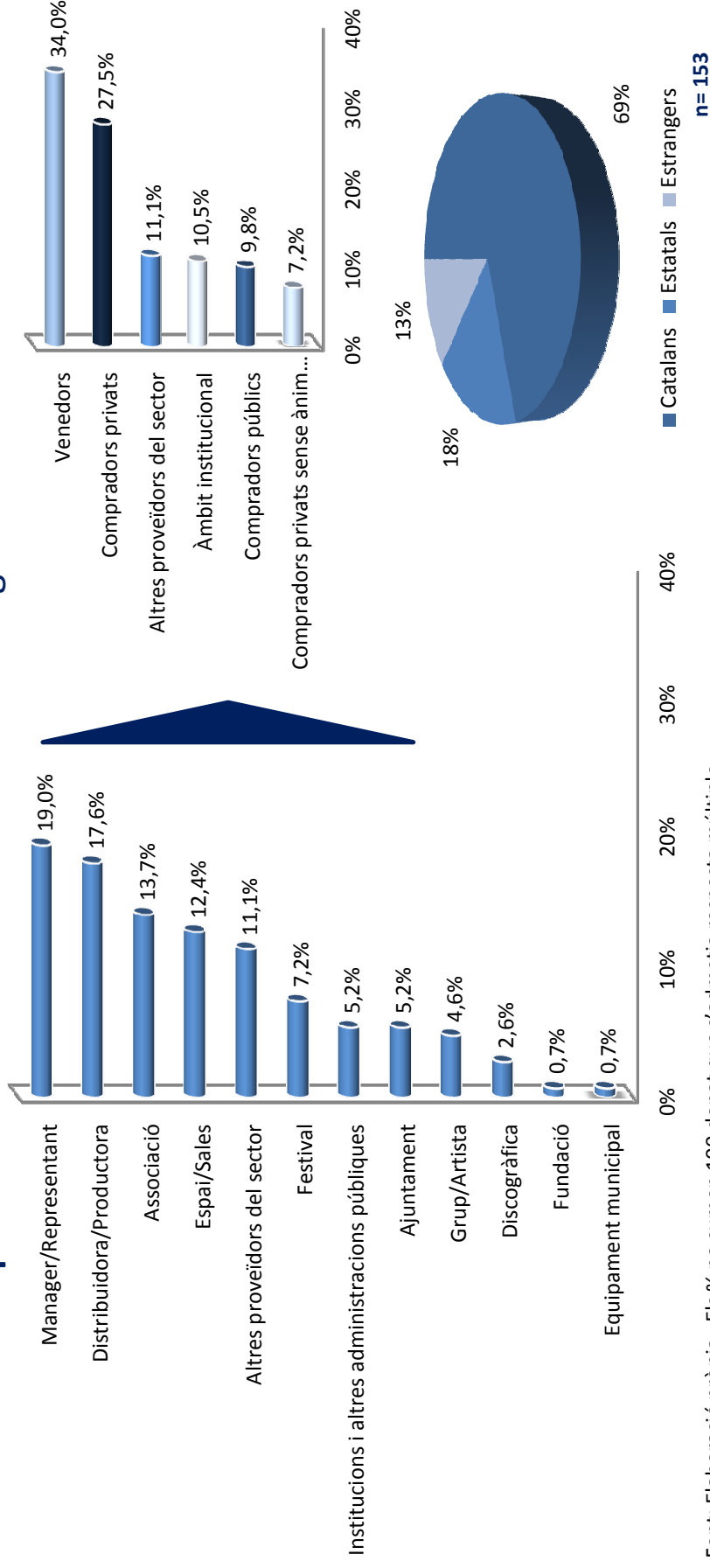
Valoració de la qualitat: Evolució de les inscripcions (2010-2014)



Font: Elaboració pròpia

A l'edició de 2014 del MMVV-MVLab van assistir 367 entitats, nombre similar al de l'edició de 2011 (la que més assistents professionals ha obtingut en tot l'històric estudiat) i superior a la de la resta d'edicions. El que és més important, però, és que aquest increment s'ha generat gràcies a la major presència d'entitats amb capacitat de generar negoci dins de la indústria musical i, molt especialment, d'entitats estrangeres. Com veurem més endavant, aquests dos elements són claus per entendre l'increment de l'impacte econòmic del MMVV-MVLab a la indústria musical en la seva edició de 2014 respecte d'altres edicions estudiades i la consolidació del procés d'internacionalització de l'esdeveniment.

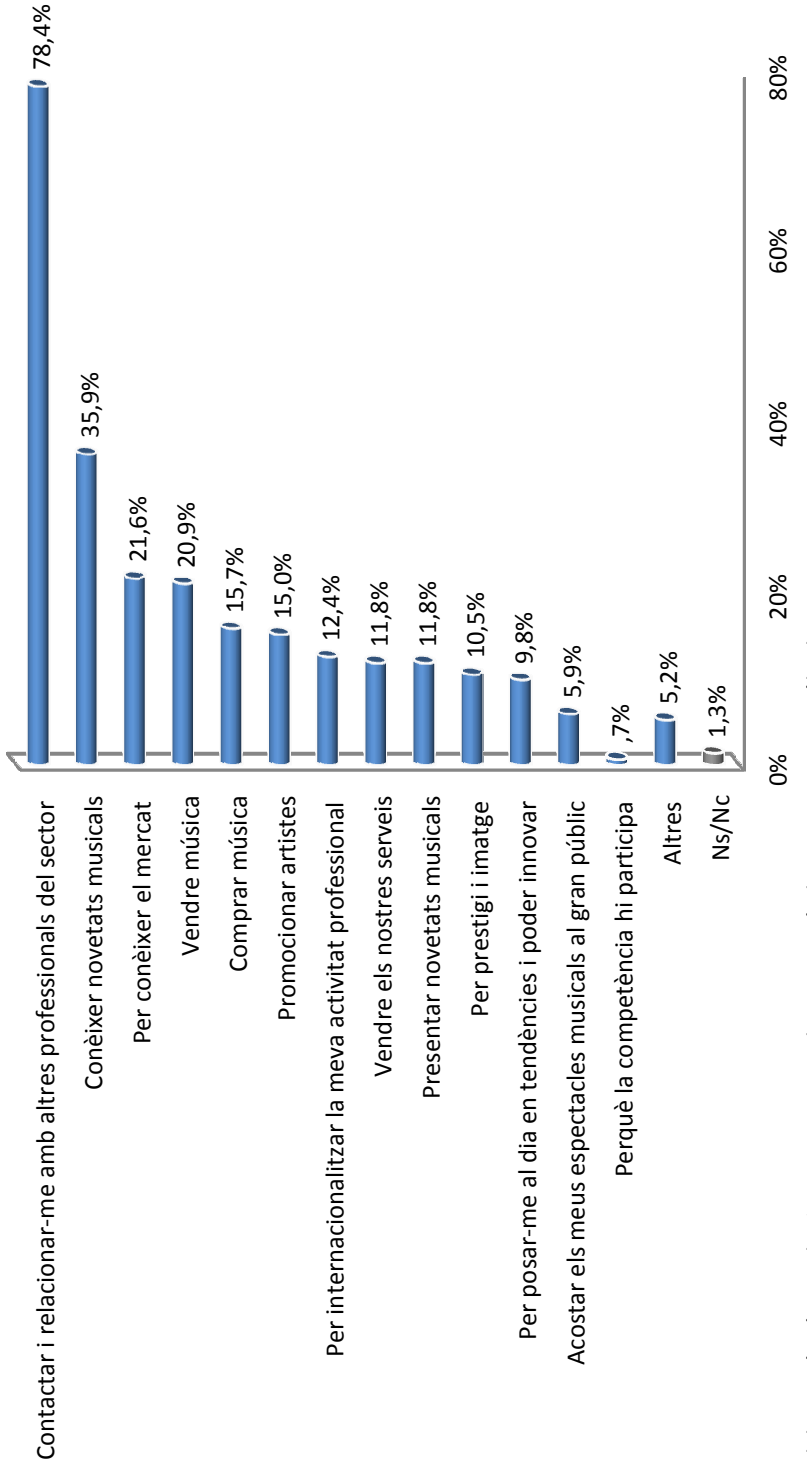
Valoració de l'impacte econòmic: Perfil de les entitats registrades



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

Pel que respecta a la mostra d'estudi, en els gràfics exposats es representen la distribució de les entitats consultades. La tipologia d'entitat més representada és **manager/representat** i les **distribuidores/productores** (19,0% i 17,6%, respectivament), situant-se en tercer lloc les **associacions** (13,7%), en quart lloc, els **espais/sales** (12,4%) i en cinquè els **altres proveïdors del sector** (11,1%). Així hem obtingut informació de tots els perfils professionals sent els més representatius les entitats amb perfil de **venedor** amb un **34,0%** i la de **comprador privat** amb un 27,5.

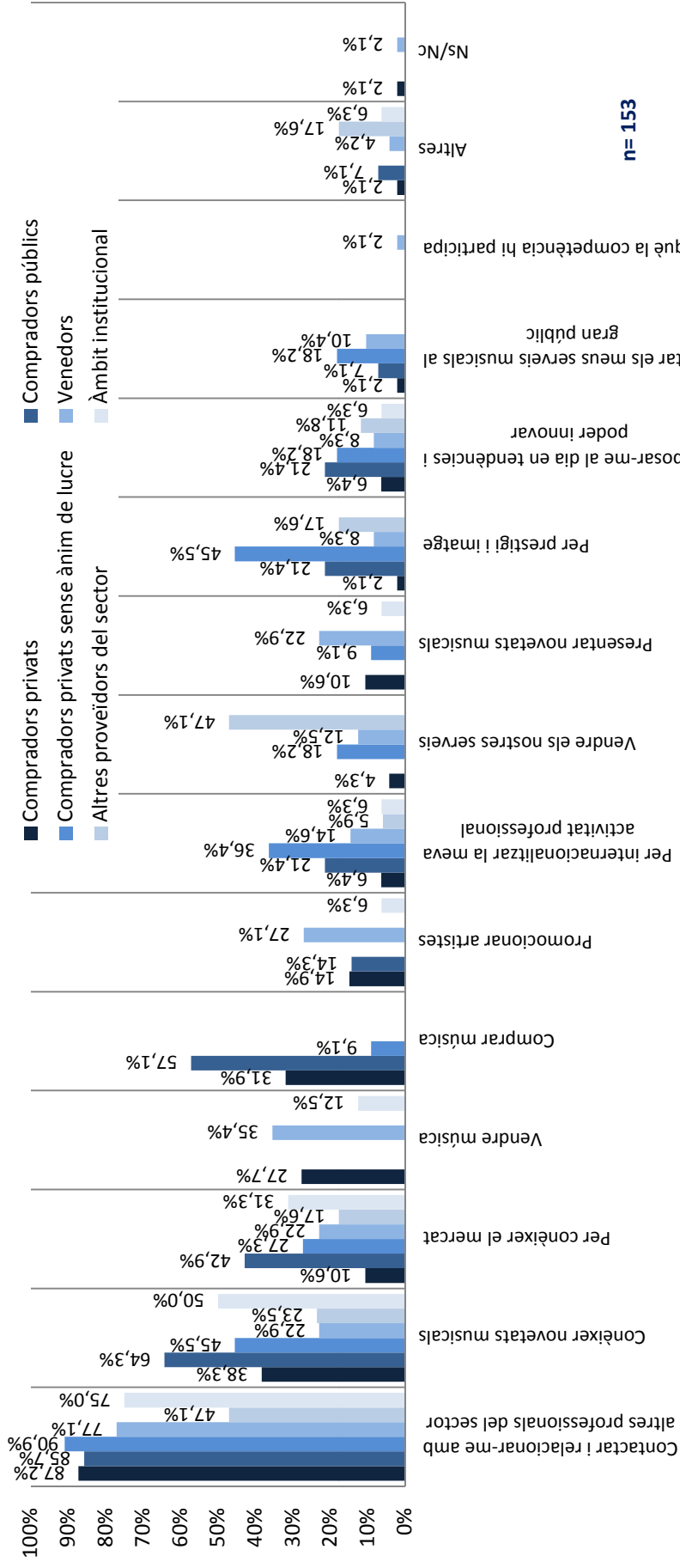
Valoració de l'impacte econòmic: Principals motius pels quals participa en el MMVV-MVLab



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

Com en altres edicions, el **'contactar i relacionar-se amb altres professionals del sector'** es presenta com el principal motiu per assistir al MMVV-MVLab (78,4% dels assistents així ho manifesten). 'Conèixer novetats musicals' (35,9%) es posiciona com el segon principal motiu per assistir, fet que consolida la vessant innovadora de l'esdeveniment. A major distància, el 'Conèixer el mercat' (21,6%), 'Vendre música' (20,9%) i 'Comprar música' (15,7%), es classifiquen com altres motius per ser-hi presents, els quals es troben dins l'àmbit comercial del MMVV. En general, no es perceben diferències significatives respecte a estudis anteriors.

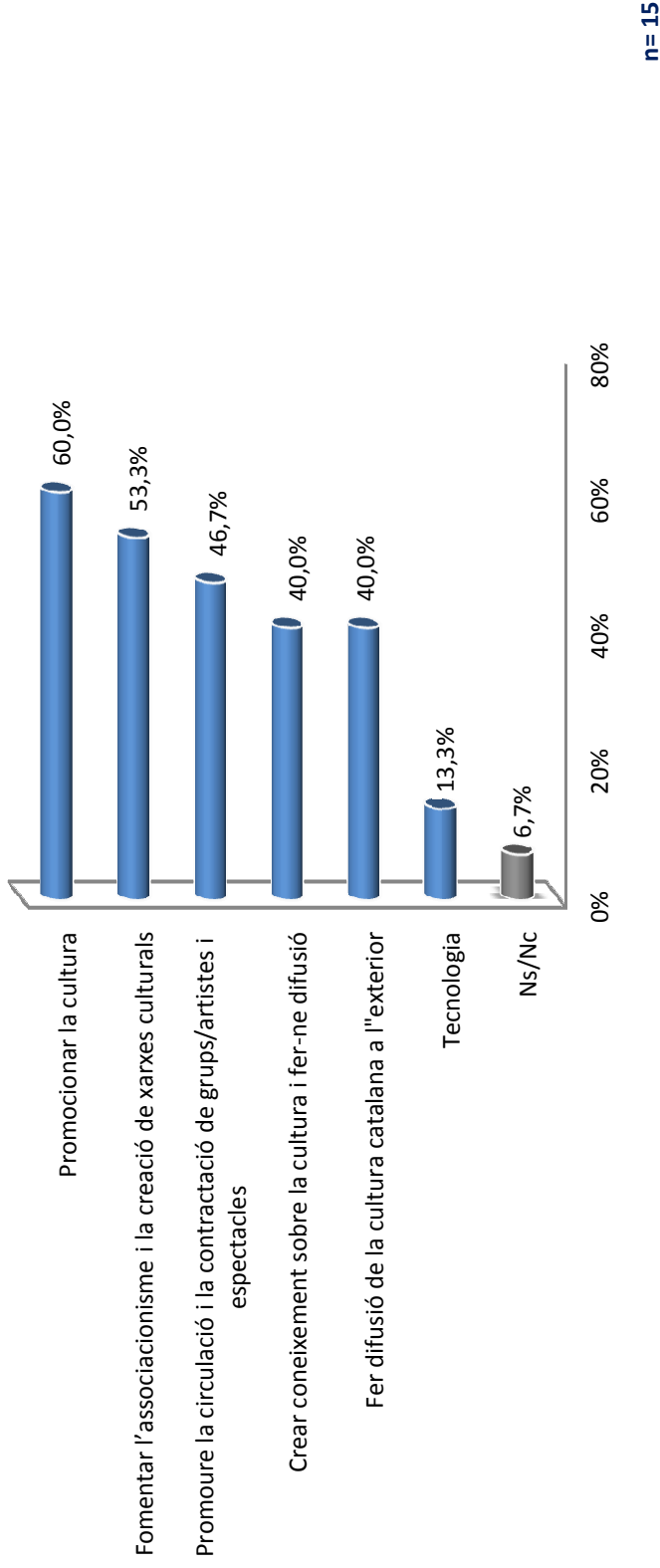
Valoració de l'impacte econòmic: Principals motius pels quals participa en el MMVV-MVLab segons perfil d'entitats



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

Les entitats amb perfil **'comprador públic'** destaquen sobre la resta en assistir al MMVV-MVLab per tal de **conèixer novetats musicals** així com per conèixer el mercat de la música, a més d'assir-hi per **comprar música**. Destacar que el fet d'assistir a l'esdeveniment per 'prestigi i imatge' és més destacat per les entitats amb perfil de 'compradors privats sense ànim de lucre'.

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



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. En aquesta edició les respostes són més disperses, així tenim que l'activitat principal que duen a terme és la de **'Promocionar la cultura'** (60,0%), no s'ha de perdre de vista altres activitats com el **'Fomentar l'associacionisme i la creació de xarxes culturals'** i **'Promoure la circulació i la contractació de grups/artistes i espectacles'** (53,3% i 46,7%, respectivament).

INTRODUCCIÓ

● VALORACIÓ DE L'IMPACTE ECONÒMIC DEL MMVV-MVLab 2014

Aspectes generals

● Perfil Comprador

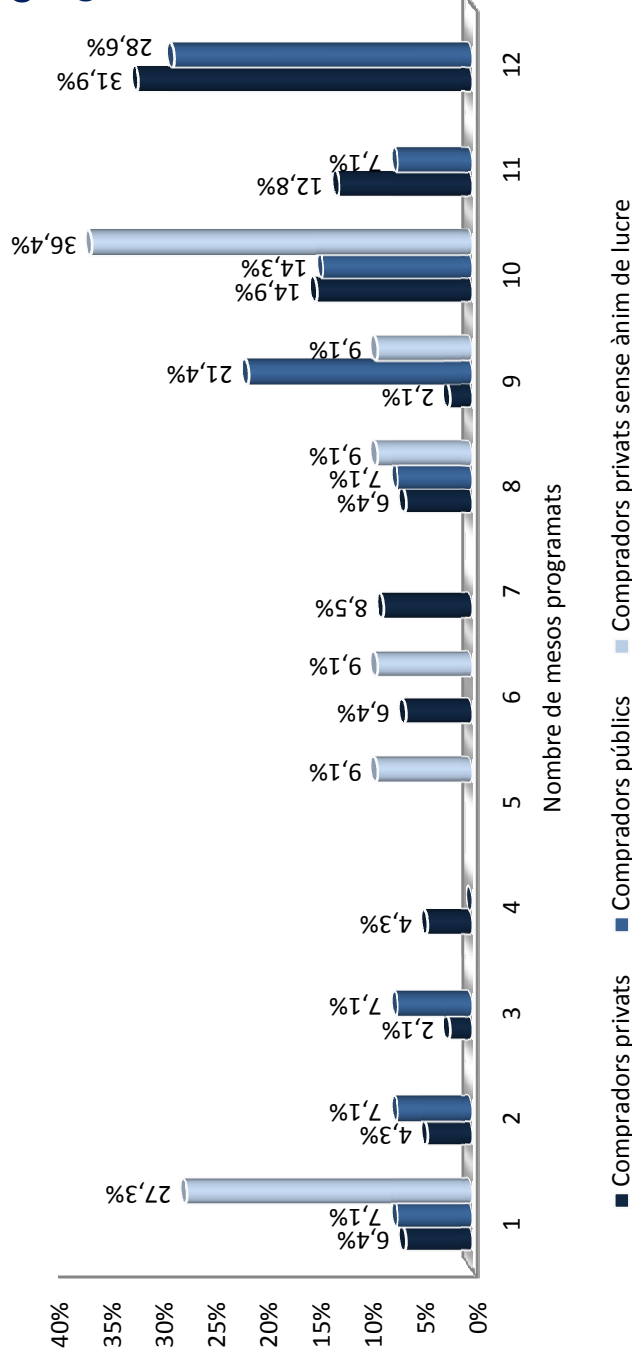
Perfil Venedor

VALORACIÓ DE LA QUALITAT DEL MMVV-MVLab 2015

CONCLUSIONS

Valoració de l'impacte econòmic: Mesos programats. Compradors

COMPRADORS PRIVATS	8,79
COMPRADORS PÚBLICS	8,57
COMPRADORS PRIVATS SENSE ÀNIM DE LUCRE	6,45
MITJANA GLOBAL	8,39

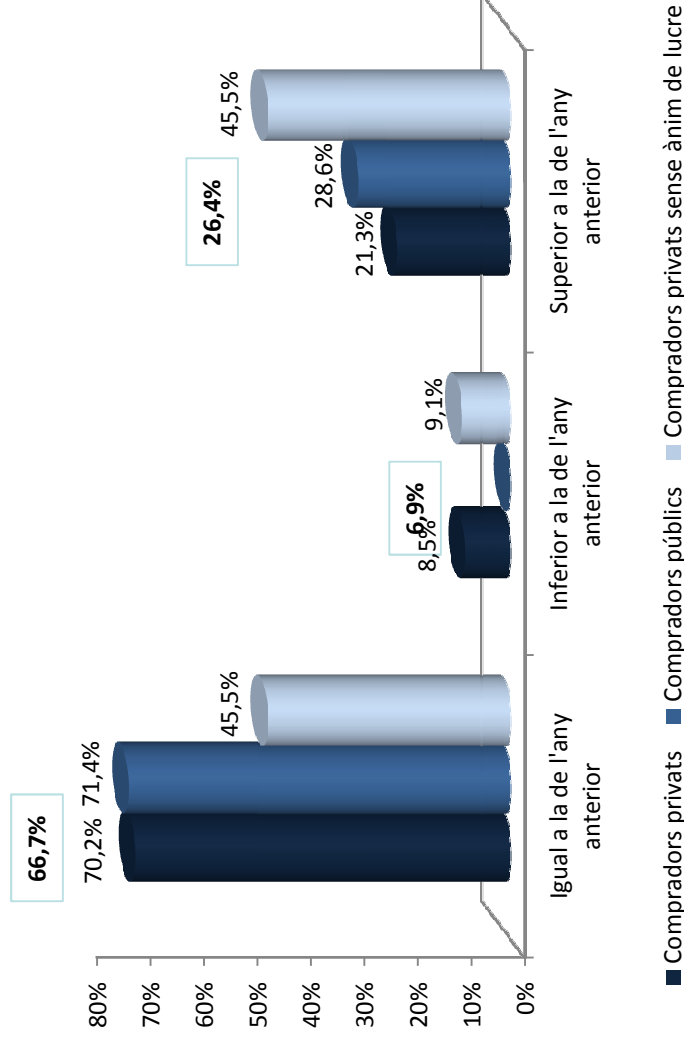


Font: Elaboració pròpia

n=72

Les entitats consultades amb **perfil comprador** que han participat en el MMVV-MVLab 2014 programen de mitjana **8,39 mesos a l'any**, essent els compradors privats els que es situen per sobre de la mitjana (8,79 mesos/any), considerant-se així (com en altres edicions) el perfil d'entitat que manté més activitat en el sector. D'altra banda, els compradors privats sense ànim de lucre els podríem classificar com els compradors amb la programació mensual més baixa (6,45 mesos/any). El 31,9% dels compradors privats i el 28,6% dels compradors públics programen durant els 12 mesos de l'any. Per contra, el 27,3% dels compradors privats sense ànim de lucre tant sols programen 1 mes a l'any.

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



Font: Elaboració pròpia

n=72

A la llum d'aquestes dades i d'altres que veurem més endavant, podem dir que l'any 2014 és un any que evidencia una dinàmica positiva en la contractació dins de la indústria musical. En relació a l'evolució de la despesa respecte l'any anterior, més del 26% de les entitats compradores han destinat més recursos a la contractació i un **66,7% els han mantingut**, quan només el 6,9% manifesten **haver gastat més que l'any anterior en contractació de propostes musicals**.

Valoració de l'impacte econòmic: Despesa en contractació 2014. Compradors

	Despesa contractació arrel MVLab 2014	
	Valor mitjà	Valor total
TOTAL COMPRADORS	10.812,80 €	3.185.561,22 €
Compradors privats	13.494,79 €	2.321.104,22 €
Catalans	9.887,17 €	870.070,90 €
Estatals	14.039,27 €	533.492,26 €
Estrangers	16.557,94 €	761.665,09 €
Compradors públics	11.423,25 €	571.162,55 €
Catalans	14.019,75 €	490.691,36 €
Estatals	17.250,00 €	189.750,00 €
Estrangers	3.000,00 €	12.000,00 €
Compradors privats sense afany de lucre	7.520,37 €	293.294,44 €
Catalans	12.366,67 €	234.966,67 €
Estatals	6.361,11 €	44.527,78 €
Estrangers	3.833,33 €	49.833,33 €
Altres Proveïdors	3.847,33 €	196.213,58 €
Catalans	5.264,20 €	242.153,09 €
Estatals	6.277,78 €	31.388,89 €
Estrangers	- €	- €
TOTAL IMPACTE EN CONTRACTACIÓ		3.381.774,80 €

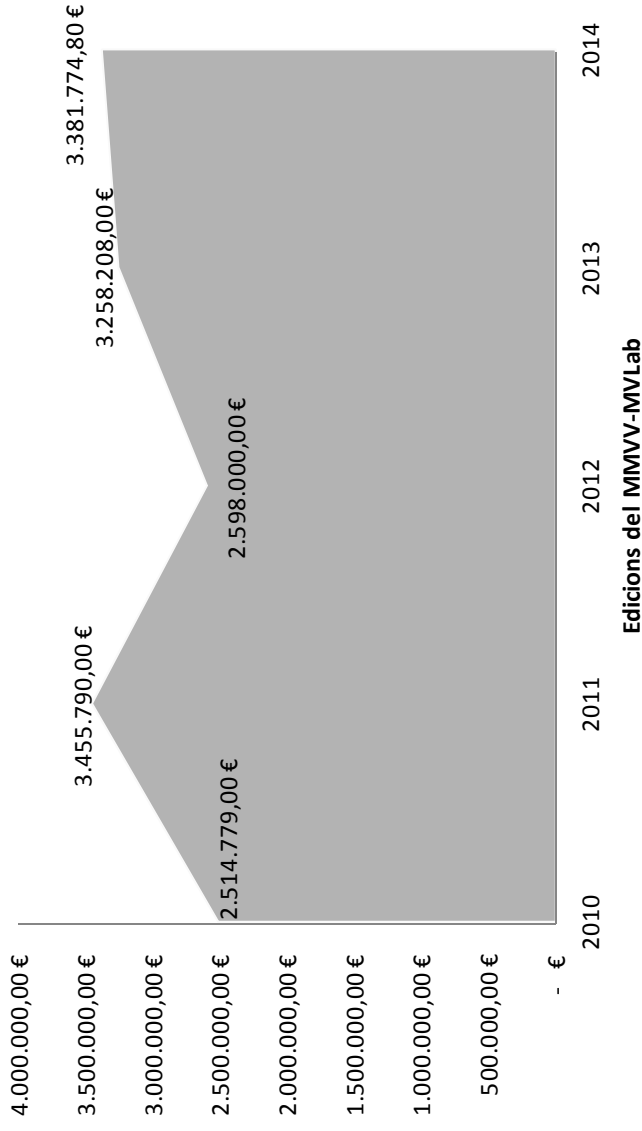
Font: Elaboració pròpia

L'impacte econòmic de l'edició de 2014 en la indústria musical va ser de 3.381.774,80€, una xifra superior a la d'anys anteriors.

Per perfils d'entitat són **les entitats privades** les que generen major dinamisme econòmic en la indústria, seguides de lluny per les institucions públiques, i amb un protagonisme constant d'associacions i fundacions (compradors privats sense afany de lucre). Per altra banda, malgrat i que les entitats catalanes són les que generen, en total, un major volum de negoci, en aquesta edició hi destaca el gran dinamisme de **la contractació internacional, la qual ha generat més del 25% de la contractació total de música, més del doble que l'any anterior.**

Per altra banda, destacar que aquest impacte econòmic és principalment en la contractació de música, sense oblidar, però, la contractació de serveis que continua tenint protagonisme però no amb les dimensions de l'edició passada.

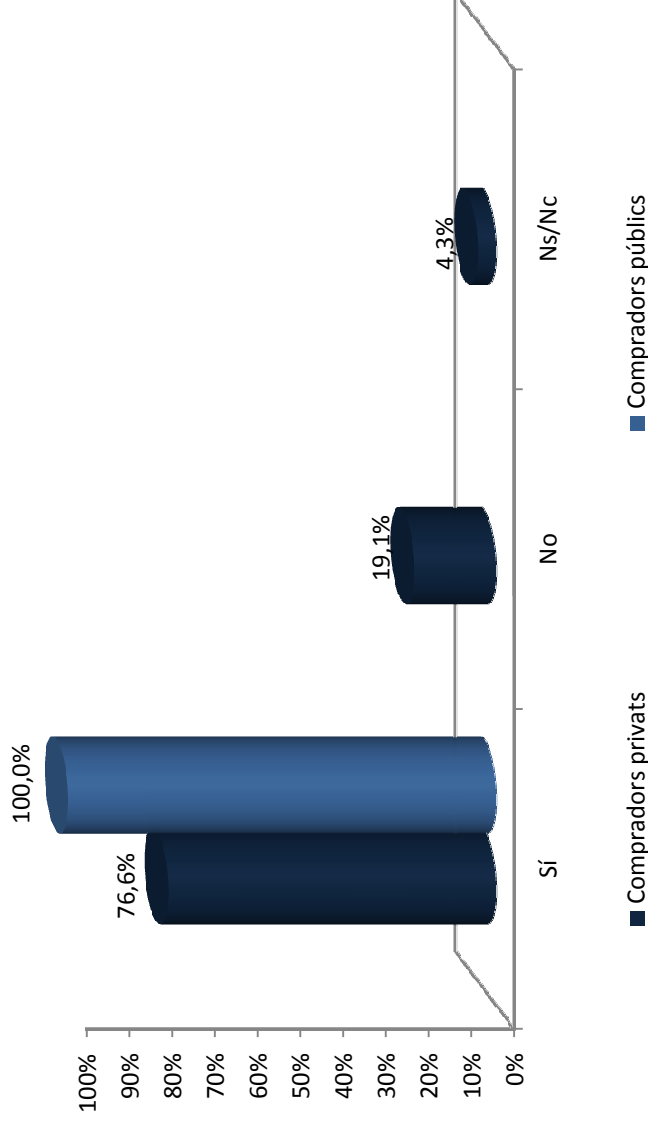
Valoració de l'impacte econòmic: Evolució despesa en contractació 2010-2014



Font: Elaboració pròpia

Vist en perspectiva, l'impacte econòmic de l'edició de 2014 és un dels més importants del període que hem estudiat amb la nostra metodologia i es situa molt a prop del màxim de l'històric estudiat (el mesurat per a l'edició de 2011).

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

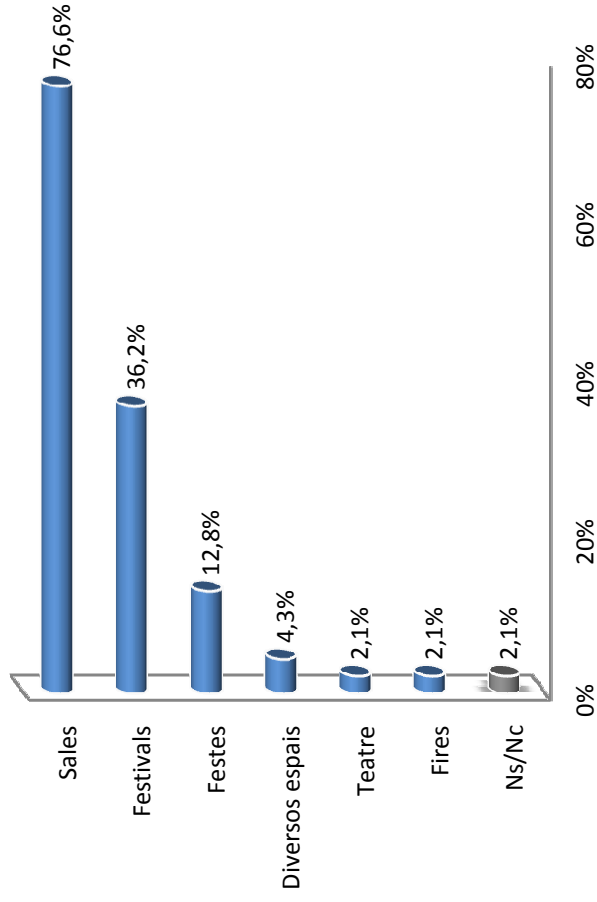


Font: Elaboració pròpia

n= 58

El dinamisme econòmic del MMVV-MVLab s'observa en el fet que, gairebé la totalitat dels compradors enquestats afirmen que **han contractat d'altres grups musicals fora de la programació oficial**. Destacar que el 100% dels compradors públics afirmen haver contractat grups musicals fora d'aquesta programació, mentre que només el 19,1% dels compradors privats han concentrat la seva contractació en ella.

Valoració de l'impacte econòmic: Espais de programació contractats

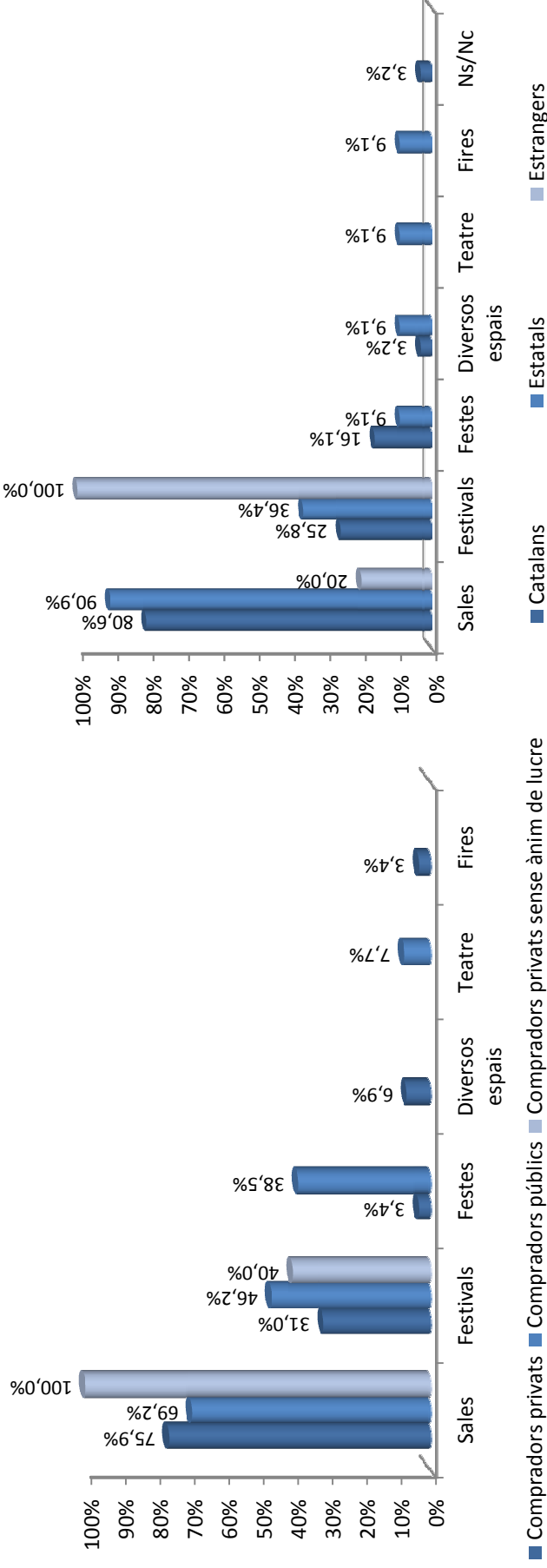


Font: Elaboració pròpia. Els % no sumen 100 donat que s'admetia resposta múltiple

n= 47

Les **sales** continuen essent l'espai de programació més contractat, en aquesta edició de 2014 la major part dels grups/artistes contractats gràcies a haver participat en el Mercat **han actuat o actuaran en aquest espai (un 76,6% del total)**, situant-se a major distància els **festivals** (amb un 36,2%) i les festes (12,8%). 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= 47

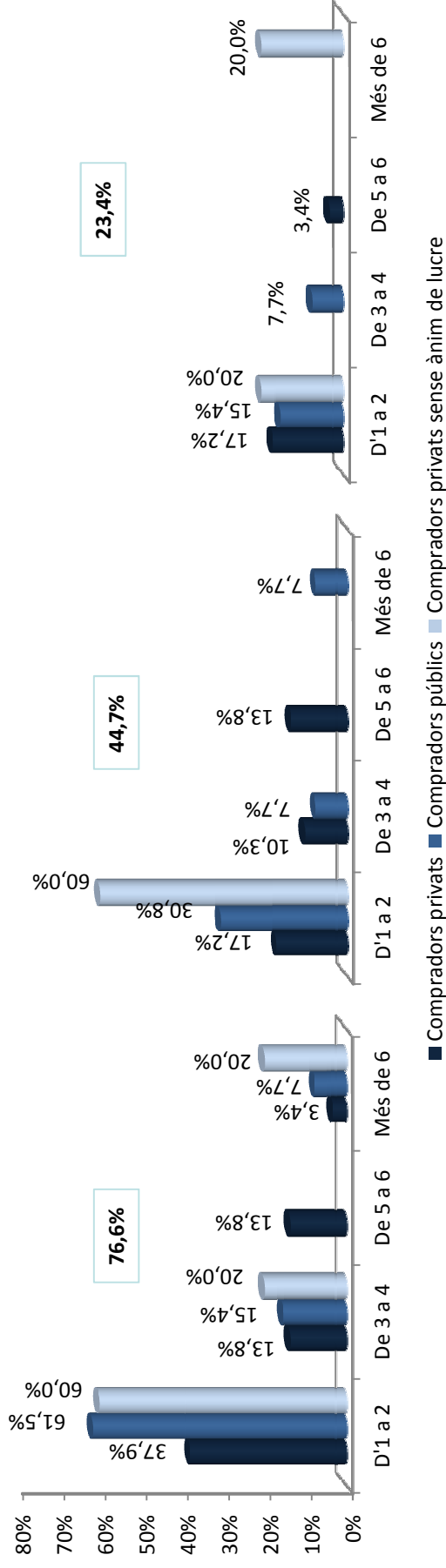
Les entitats amb perfil comprador privat sense ànim de lucre destaquen per contractar només grups/artistes que han actuat o actuaran en sales o en festivals. En el comportament segons procedència de les entitats destaquem que les entitats catalanes i estatals són les que tenen major representació en 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

A Catalunya

A Espanya

A l'estranger



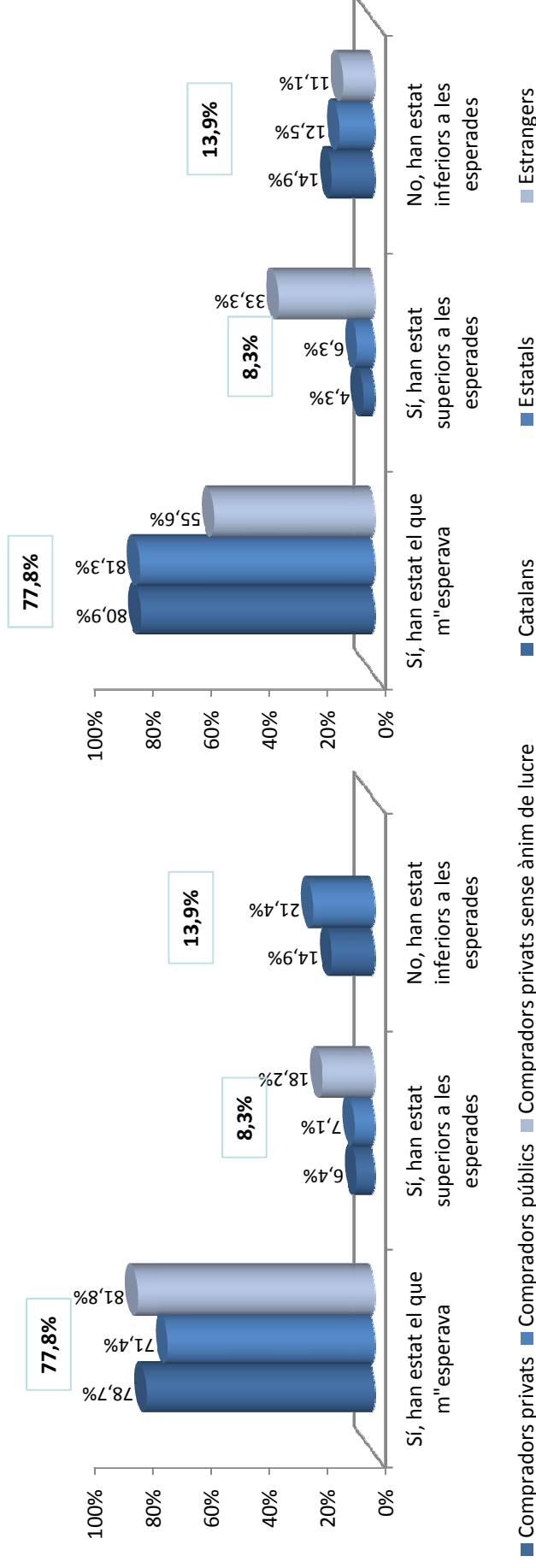
Font: Elaboració pròpia

Els % no sumen 100 donat que s'han obviat aquelles entitats que no han actuat o actuaran a cap d'aquests territoris

n= 47

Pel que fa a la distribució territorial, la majoria de **les actuacions es realitzen en territori català (76,6%** de les entitats enquestades). En territori espanyol es realitzen un 44,7% de les actuacions mentre que un 23,4% es fan a l'estranger. Així doncs, es continua observant que el **procés d'internacionalització** de la indústria musical que genera el MMVV-MVLab **és força sòlid** tal i com ja apuntàvem en la passada edició, independentment de la importància del mercat català.

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



Font: Elaboració pròpia

Un alt percentatge de compradors (77,8%) afirma haver assolit les expectatives que s'havien creat. Tan sols un 8,6% del total de compradors manifesta haver superat les previsions, mentre que el 13,9% afirma que han estat inferiors. Destaquem el perfil de compradors privats sense ànim de lucre que en major mesura afirmen que el resultat d'aquest any ha estat superior a l'esperat.

Segons procedència, les entitats estrangeres afirmen més que la resta haver superat les expectatives (33,3%), mentre que les catalanes i estatals consideren que les seves expectatives han estat el que esperaven.

INTRODUCCIÓ

● **VALORACIÓ DE L'IMPACTE ECONÒMIC DEL MIMVV-MVLab 2014**

Aspectes generals

Perfil Comprador

● **Perfil Venedor**

VALORACIÓ DE LA QUALITAT DEL MIMVV-MVLab 2015

CONCLUSIONS

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

	Ingressos per contractació 2014	
	Valor mitjà	Valor total
TOTAL VENEDORS	108.354,38 €	13.110.879,63 €
Venedors	108.354,38 €	13.110.879,63 €
Catalans	115.340,91 €	10.380.681,82 €
Estatals	179.166,67 €	3.045.833,33 €
Estrangers	30.555,56 €	427.777,78 €

Font: Elaboració pròpia

La recuperació de la contractació és palesa també entre les entitats venedores tal i com veiem en la taula exposada sobre el volum anual de contractació que han assolit les entitats amb perfil venedor que van participar en l'edició de 2014 del MMVV-MVLab. En total, aquestes entitats van aconseguir un volum de negoci anual (capacitat de venda) de més de 13.000.000€, valor molt superior a l'observat en edicions anteriors. Per part dels venedors, doncs, es demostra també la recuperació econòmica de la que venim parlant al llarg de l'informe.

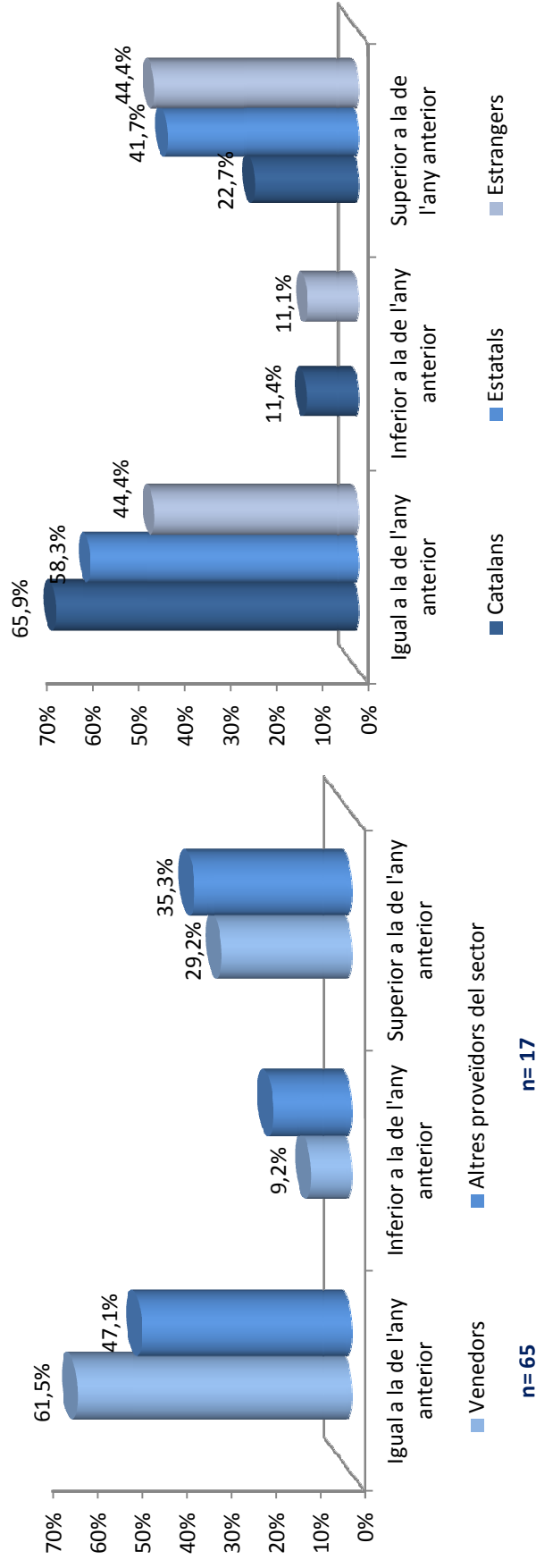
Valoració de l'impacte econòmic: Ingressos anuals per contractació de serveis. Altres proveïdors

	Ingressos per contractació 2014	
	Valor mitjà	Valor total
TOTAL	186.388,89 €	9.505.833,33 €
Altres Proveïdors	186.388,89 €	9.505.833,33 €
Catalans	146.666,67 €	6.746.666,67 €
Estatsals	412.500,00 €	2.062.500,00 €
Estrangers	- €	- €

Font: Elaboració pròpia

Des del punt de vista de l'oferta de serveis musicals (altres proveïdors) el volum de contractació anual d'aquestes entitats, per a l'edició de 2014, és de 9.505.833€. Aquest valor ha disminuït respecte l'edició passada, en la qual hi havia la presència d'entitats estrangeres les quals generen un volum de facturació superior a les catalanes o les estatals, que són les representades en l'edició de 2014.

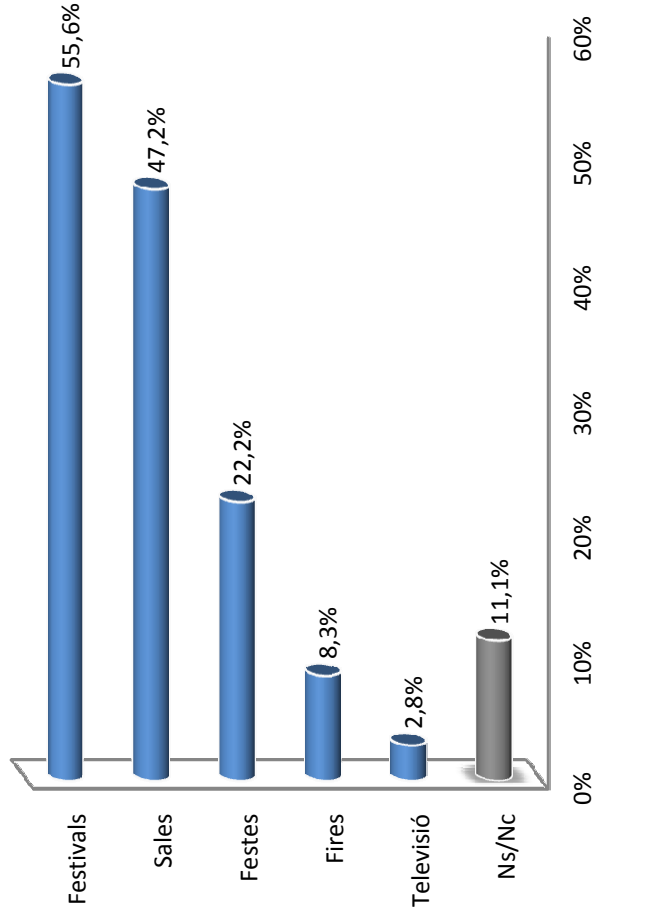
Valoració de l'impacte econòmic: Evolució del volum de negoci respecte l'any anterior. Venedors



Font: Elaboració pròpia

Entre els venedors (tant de propostes musicals com de serveis) també s'observa una dinàmica positiva respecte la contractació. En aquesta edició **ha disminuït el nombre d'entitats que han obtingut un ingrés inferior al de l'any anterior, i s'ha incrementat la proporció d'entitats venedores que el seu volum de negoci ha estat igual que l'any anterior**. Segons procedència les entitats estatals i estrangeres afirmen més que les catalanes haver tingut un volum de negoci igual o superior que l'any anterior, mentre que la major part de les entitats catalanes manifesten haver assolit un volum de negoci igual a l'obtingut al 2013.

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

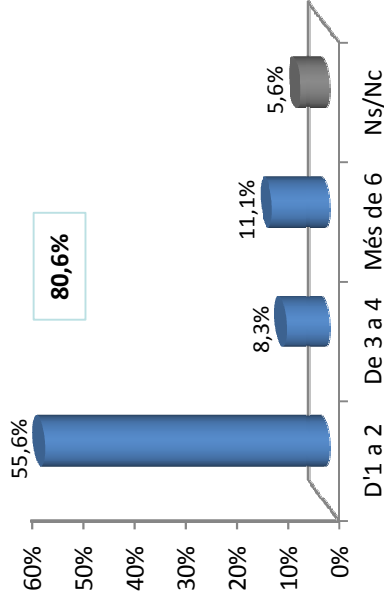


Font: Elaboració pròpia. Els % no sumen 100 donat que s'admetia resposta múltiple

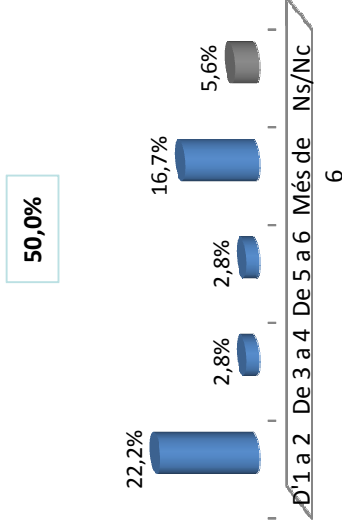
La major part dels espectacles comprats als professionals de perfil venedor dins del MMVV-MVLab 2014 s'han exhibit en festivals (55,6%) i/o sales (47,2%).

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

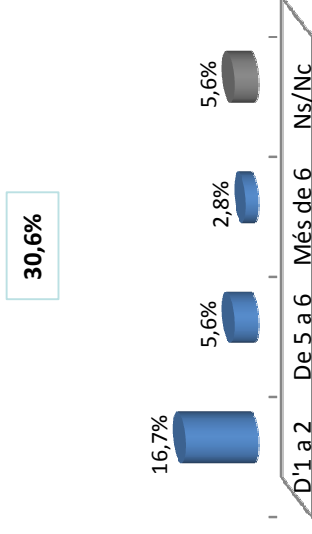
A Catalunya



A Espanya



A l'estranger

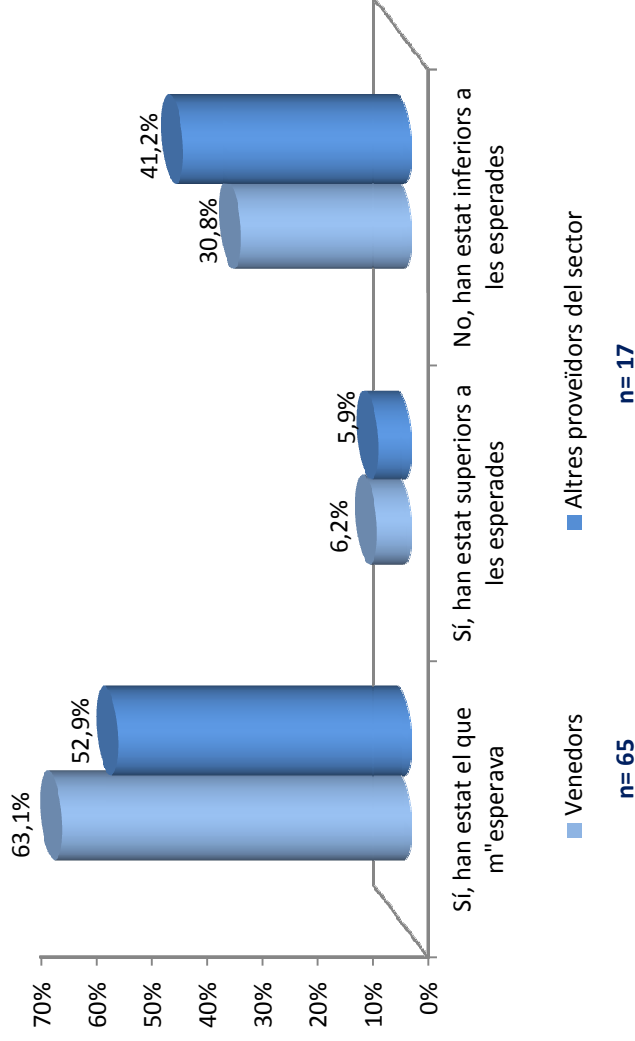


Font Elaboració pròpia

n=36

Tal i com es pot apreciar, **Catalunya és el territori on es contracten un major nombre d'actuacions**, així 8 de cada 10 entitats venedores consultores han contractat alguna actuació que es representa a Catalunya, tot i que en quan a nombre d'actuacions es situa entre una i dues, una tendència similar a la que s'observa respecte de les actuacions a l'estat Espanyol. Les actuacions fetes a l'estranger adquireixen gran protagonisme respecte d'edicions anteriors i demostren, com hem vist anteriorment, la consolidació de la internacionalització del MMVV-MVLab.

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



Font: Elaboració pròpia

De forma global, **l'acompliment de les expectatives creades durant l'assistència en el MMVV-MVLab 2014 han estat assolides** en un 52,9% pels venedors de serveis per a la indústria i en un 63,1% pels venedors de propostes musicals. Destacar que una minoria d'entitats diuen haver superat les expectatives creades.

Valoració de l'impacte econòmic: Agents més influents en la indústria musical en el darrer any



Font: Elaboració pròpia

Per una millor lectura del núvol de paraules, s'han obviat aquells professionals que han estat citats tan sols per una entitat,

Per tal d'interpretar les dades que hi apareixen cal tenir en compte que la categoria de 'festivals' és l'agrupació de cadascun dels festivals citats una sola vegada per alguna de les entitats consultades. El mateix anàlisi s'ha fet per les categories: 'Promotors', 'Productors', 'Associacions', 'Sales', 'Auditoris', 'Plataformes online' i 'Ajuntaments'.

En aquesta edició és molt important destacar que a més d'entitats s'han anomenat **plataformes de distribució online de música** (en streaming o no) com Youtube, Spotify, Musicat, iTunes, Programa.cat, entre d'altres.

INTRODUCCIÓ

VALORACIÓ DE L'IMPACTE ECONÒMIC DEL MMVV-MVLab 2014

● VALORACIÓ DE LA QUALITAT DEL MMVV-MVLab 2015

● VALORACIÓ DE LA QUALITAT DEL MMVV-MVLab 2015

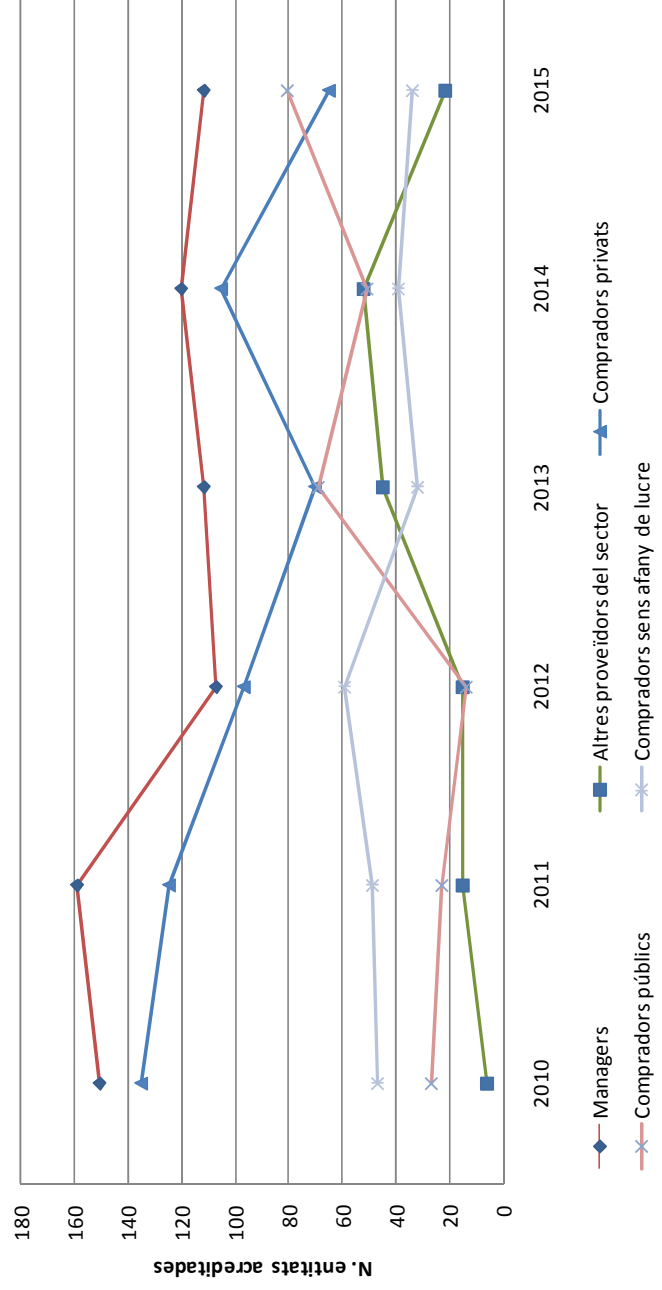
- Aspectes generals

Perfil Comprador

Perfil Venedor

CONCLUSIONS

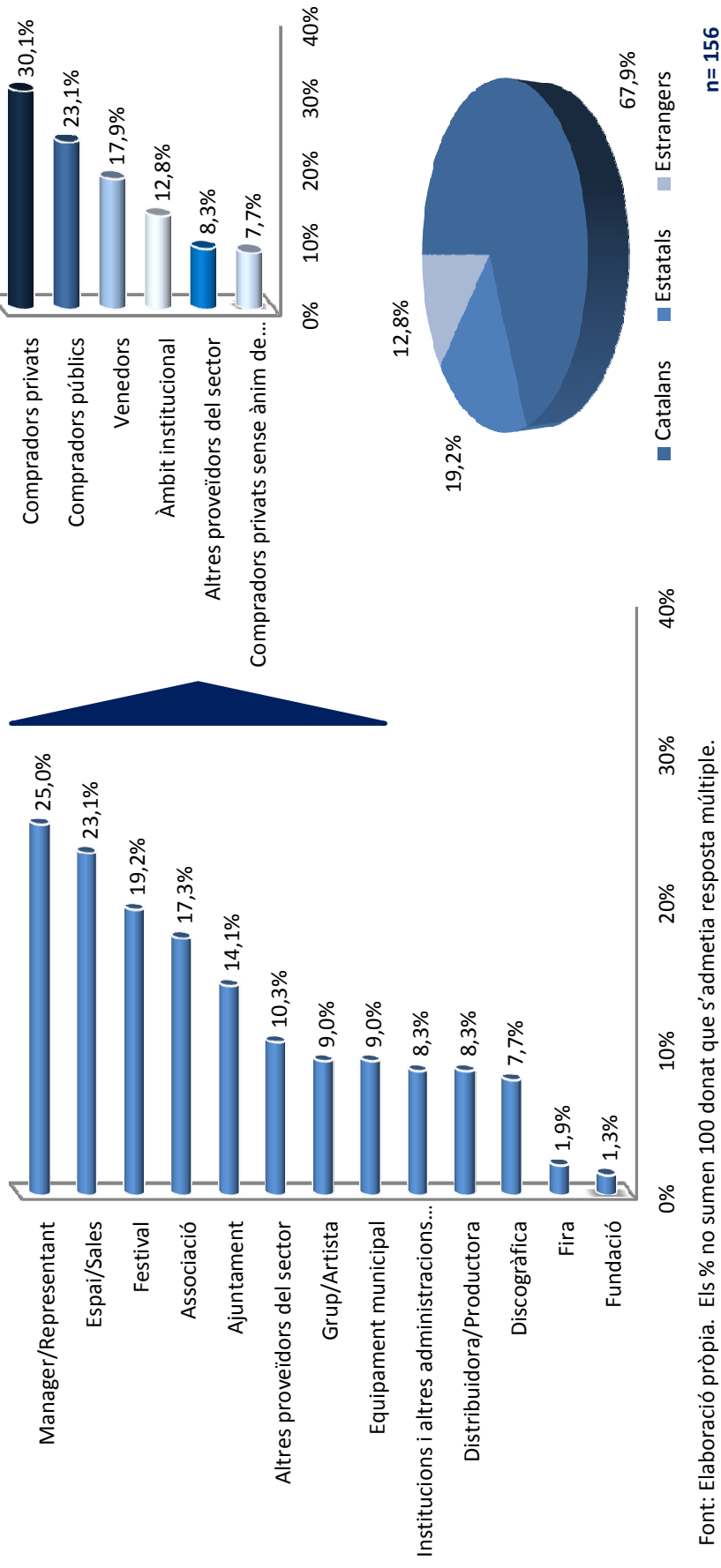
Valoració de la qualitat: Evolució de les inscripcions (2010-2015)



Font: Elaboració pròpia

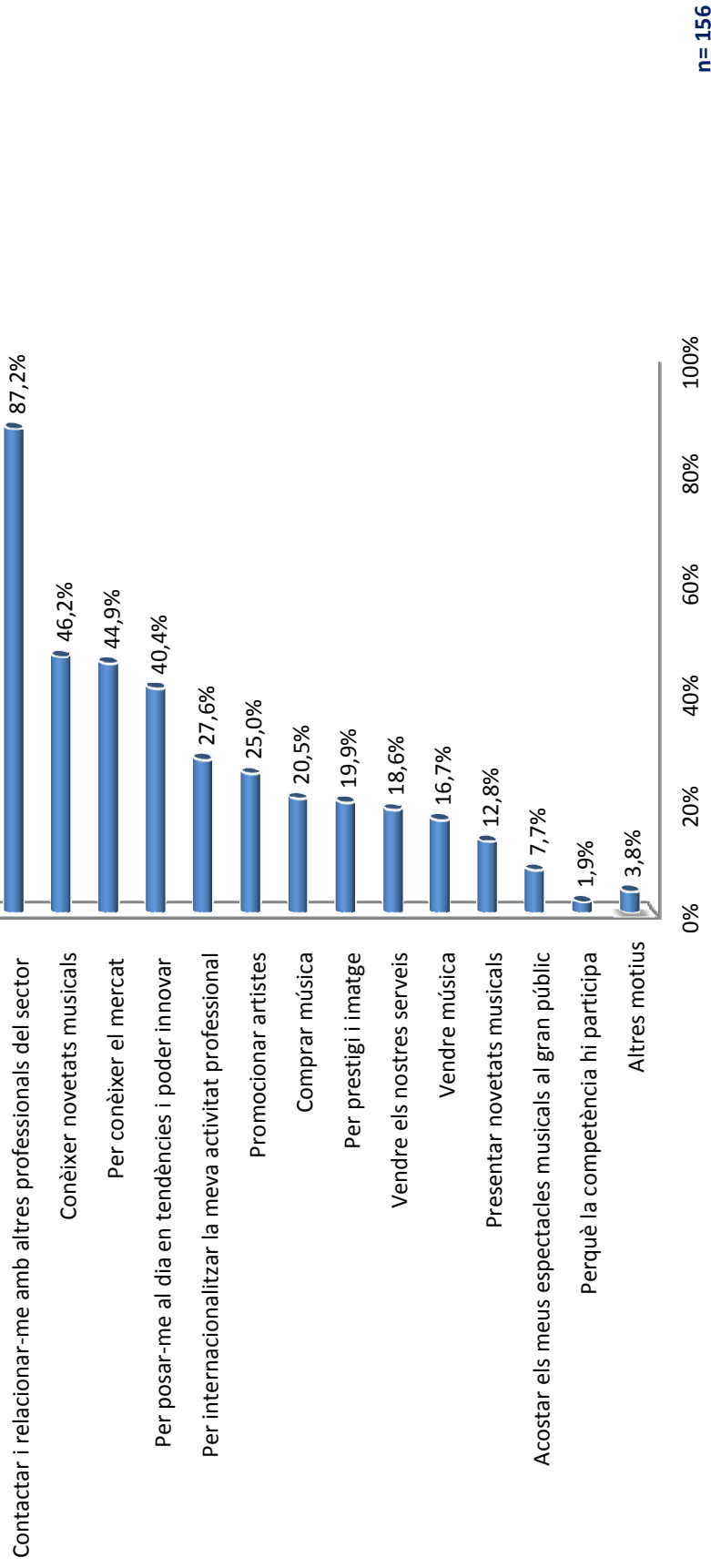
A l'edició de 2015 del MMVV-MVLab van assistir un total de 314 distribuïdes segons les categories que s'expressen al gràfic superior. En termes generals l'assistència ha estat inferior a la d'edicions passades malgrat que aquesta disminució afecta només als perfils de compradors privats i els altres proveïdors del sector. No així als compradors públics, els quals han incrementat la seva presència respecte d'edicions passades, així com els perfils d'entitats com els mànagers i les associacions i fundacions, que mantenen la seva presència en nombres similars a l'edició passada.

Valoració de la qualitat: Perfil de les entitats registrades



En la mostra d'estudi, la tipologia d'entitat més representada ha estat la de **manager/representat** i els **espais/sales** (25,0% i 23,1%, respectivament), situant-se en tercer lloc els **festivals** (19,2%), en quart lloc, les **associacions** (17,3%) i en cinquè els **ajuntaments** (14,1%). Respecte l'estudi d'impacte realitzat anteriorment, les distribuïdores/productores perden representació, obtenint en aquesta onada un 8,3% (17,6% en l'estudi d'impacte de 2014). S'ha obtingut informació de tots els perfils professionals essent els més representatius les entitats compradores (tant privades com públiques, amb un **30,1%** i **23,1%**, respectivament) i les **venedores** amb un 17,9%.

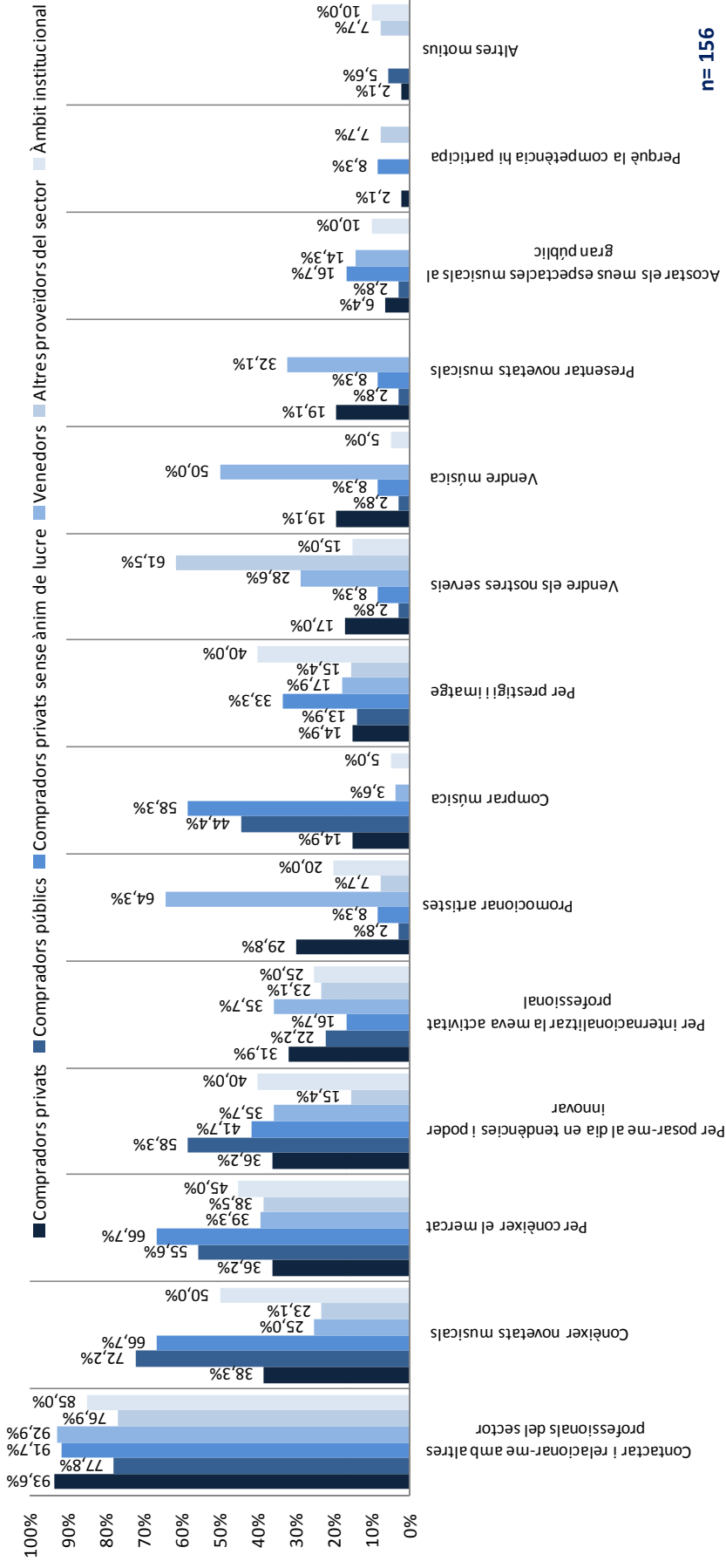
Valoració de la qualitat: Principals motius pels quals participa en el MMVV-MVLab



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

Com en cada onada, el **'contactar i relacionar-se amb altres professionals del sector'** és el principal motiu per participar en el MMVV-MVLab, un 87,2% de les entitats consultades en aquesta edició així ho manifesten. **'Conèixer les novetats musicals'**, **'Conèixer el mercat'** i **'Per posar-me al dia en tendències i poder innovar'**, són tres motius de pes per haver assistit en aquesta darrera edició del Mercat (46,2%, 44,9% i 40,4%). Destacar que en cinquena posició (27,6%) trobem un dels motius que ha anat creixent any rere any: **'Per internacionalitzar la meva activitat professional'**, considerant-se així un motiu de pes per assistir al MMVV-MVLab per davant del comprar o vendre música.

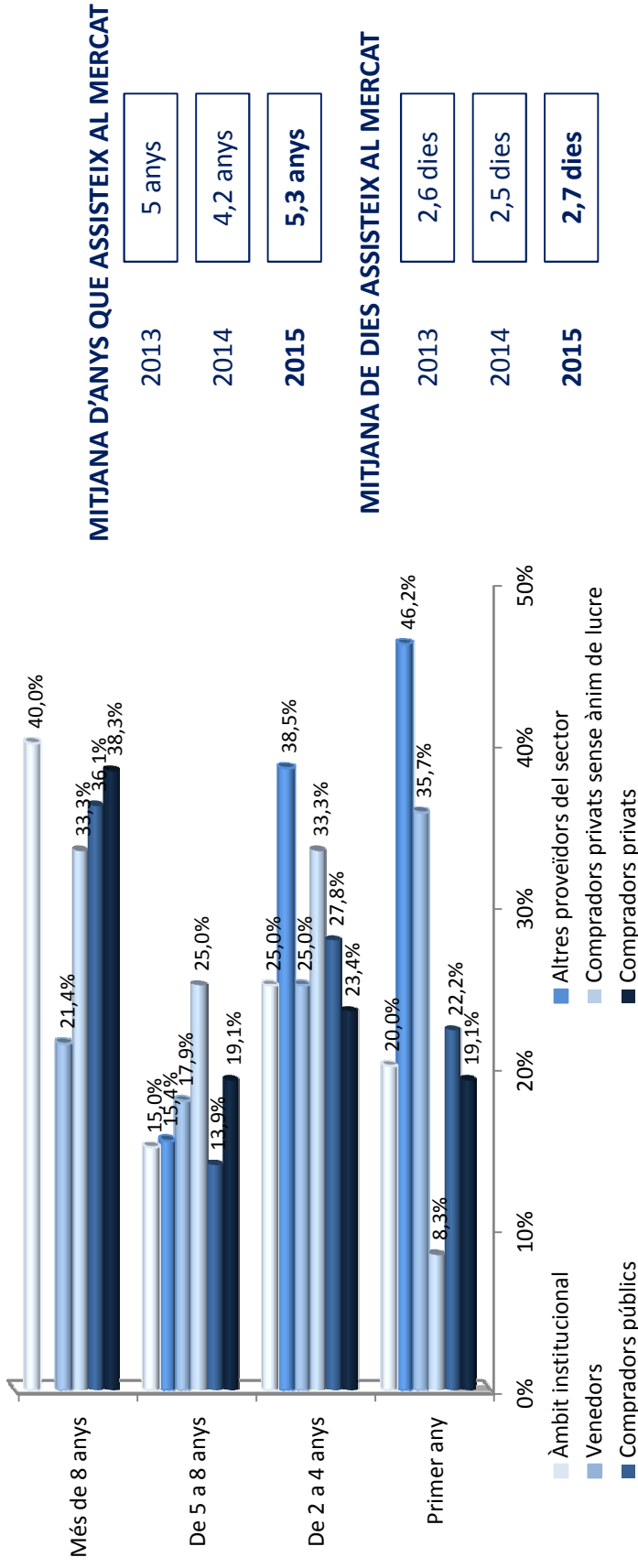
Valoració de la qualitat: Principals motius pels quals participa en el MMVV-MVLab segons el perfil d'entitat



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

Indiferentment del perfil d'entitat, el **'Contactar i relacionar-se amb altres professionals del sector'** és el principal motiu per assistir al MMVV-MVLab 2015. Degut al seu perfil, les entitats venedores destaquen sobre la resta el fet d'assistir al Mercat per promocionar els artistes, vendre música i presentar novetats musicals. Les entitats compradors privades sense ànim de lucre destaquen per venir a conèixer el mercat, comprar música i per prestigi i imatge.

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



Font: Elaboració pròpia

n= 156

El Mercat de Música Viva de Vic, de nou torna a ser una cita obligada entre els professionals del sector, obtenint en aquesta edició un increment en quan a la mitjana d'anys d'assistència. **5,3** són els **anys de promig** que els professionals assisteixen de manera continuada al Mercat. En quant a la mitjana de dies al mercat, en aquesta edició es situa en els **2,7 dies**.

No obstant, es també un **espai d'arribada de nous professionals de diferents perfils**, tal i com s'ha vist en darreres edicions. En aquesta edició destaquen els professionals proveïdors de serveis com els que més han visitat el Mercat per primera vegada.

INTRODUCCIÓ

VALORACIÓ DE L'IMPACTE ECONÒMIC DEL MMVV-MVLab 2014

● **VALORACIÓ DE LA QUALITAT DEL MMVV-MVLab 2015**

Aspectes generals

● **Valoració de l'impacte econòmic**

Valoració general

CONCLUSIONS

Valoració de la qualitat: Pressupost de contractació. Compradors

	Despesa anual en contractació 2015	
	Valor mitjà	Valor total
TOTAL COMPRADORS	116.704,51 €	27.351.744,14 €
Compradors privats	178.627,41 €	15.860.327,47 €
Catalans	186.206,90 €	7.761.103,45 €
Estatals	131.818,18 €	2.379.318,18 €
Estrangers	217.857,14 €	6.330.928,57 €
Compradors públics	120.444,44 €	9.756.000,00 €
Catalans	63.000,00 €	3.654.000,00 €
Estatals	165.000,00 €	1.650.000,00 €
Estrangers	133.333,33 €	1.733.333,33 €
Compradors privats sense afany de lucre	51.041,67 €	1.735.416,67 €
Catalans	78.125,00 €	1.718.750,00 €
Estatals	25.000,00 €	225.000,00 €
Estrangers	50.000,00 €	150.000,00 €

Font: Elaboració pròpia

En l'edició de 2015 s'ha concentrat una capacitat de negoci total inferior a la de l'edició passada però superior a la de la resta d'edicions estudiades. En termes relatius però, el valor mitjà de la capacitat de compra per entitat és molt similar a la de l'edició passada, enfortint-se especialment entre les entitats públiques i les associacions i fundacions. És destacable la **fortalesa de la contractació** de les **entitats privades en general** (ja observada en estudis anteriors) i de les **estrangeres en particular**, sense oblidar la capacitat de negoci que poden arribar a generar **les associacions i les fundacions catalanes** (que és superior a la d'altres edicions estudiades).

Valoració de la qualitat: Facturació anual. Venedors i Altres proveïdors

	Facturació anual 2015	
	Valor mitjà	Valor total
TOTAL VENEDORS	310.381,94 €	32.808.263,89 €
Venedors	209.305,56 €	23.756.180,56 €
Catalans	247.916,67 €	21.072.916,67 €
Estats	175.000,00 €	2.800.000,00 €
Estrangers	205.000,00 €	2.562.500,00 €
Altres proveïdors del sector	411.458,33 €	9.052.083,33 €
Catalans	222.916,67 €	4.235.416,67 €
Estats	600.000,00 €	1.200.000,00 €
Estrangers	-	-

Font: Elaboració pròpia

Segons les dades de la mostra analitzada, a l'edició de 2015 van assistir entitats amb una gran capacitat total de venda de música, superior a l'observada en la mostra d'edicions passades, i evident especialment en **les entitats venedores catalanes i estrangeres**, les quals tenen una facturació anual superior a les observades en edicions passades. Entre els **proveïdors de serveis**, en canvi, la capacitat de negoci acumulada és inferior però aquesta situació és donada pel descens en la seva presència, no pas en la seva capacitat relativa de generar negoci (facturació anual), la qual és superior a la d'edicions anteriors.

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

	Artistes en cartera		Artistes presentats	
	Valor mitjà	Valor total	Valor mitjà	Valor total
TOTAL VENEDORS	13,0	1.472,3	3,1	
Venedors	13,0	1.472,3	3,1	347,4
Catalans	9,2	779,2	2,1	181,8
Estatals	11,5	184,0	2,1	34,3
Estrangers	18,3	228,1	4,9	61,3

Font: Elaboració pròpia

Des del punt de vista dels professionals amb perfil venedor, veiem com els Màngers assistents al Mercat el 2015 tenien un total de **1.472 artistes en cartera** (13 grups de mitjana per entitat, xifra similar a l'edició passada) i van presentar al Mercat quasi el **24% dels grups**. **El 30% d'aquestes propostes eren novetats, fet que fa del MMVV-MVLab un espai de confiança per a la presentació d'estrenes per part del sector.**

Valoració de la qualitat: Valor econòmic de les accions comercials fetes durant els dies de MMVV-MVLab 2015. Compradors

	Contractació dins MVLab 2015			Negoci generat arrel del MVLab 2015	
	Valor mitjà	Valor total	Passis	Valor mitjà	Valor total
TOTAL COMPRADORS	1,0	210	1,3	8.534,72 €	1.978.806,39 €
Compradors privats	1,1	101,0	2,2	8.527,78 €	757.181,39 €
Catalans	1,0	43,1	1,0	9.166,67 €	382.066,67 €
Estatals	1,1	19,7	1,2	10.916,67 €	197.045,83 €
Estrangers	1,3	37,4	4,3	5.500,00 €	159.830,00 €
Compradors públics	1,0	82,3	0,9	13.638,89 €	1.104.750,00 €
Catalans	0,5	27,8	0,9	4.541,67 €	263.416,67 €
Estatals	1,4	14,0	1,8	10.375,00 €	103.750,00 €
Estrangers	1,2	15,2	0,2	26.000,00 €	338.000,00 €
Compradors privats sense afany de lucre	0,8	26,9	0,8	3.437,50 €	116.875,00 €
Catalans	1,4	30,3	1,5	3.312,50 €	72.875,00 €
Estatals	1,0	9,0	1,0	7.000,00 €	63.000,00 €
Estrangers	0,0	0,0	0,0	0,00 €	0,00 €

Font: Elaboració pròpia

Segons les entitats compradores, durant els dies de durada del MMVV-MVLab 2015, s'han signat un total de **210 contractes**, amb una mitjana de **1 contracte** i **1,3 passis** per contracte. En total el valor econòmic d'aquestes transaccions ha estat **d'1.978.806 € i una mitjana de 8.534 € per entitat**. Entre el volum de negoci generat hi destaquen les entitats públiques en termes generals però es vol destacar la despesa realitzada per les entitats estrangeres, molt superior de l'experimentada en l'edició de 2014, fet que enfatitza capacitat d'internacionalització del MMVV-MVLab.

Valoració de la qualitat: Valor econòmic de les accions comercials fetes durant els dies de MMVV-MVLab 2015. Venedors

	Contractació dins MVLab 2015			Negoci generat arrel del MVLab 2015	
	Valor mitjà	Valor total	Passis	Valor mitjà	Valor total
TOTAL VENEDORS	2,1	218	3,1		1.529.869,44 €
Venedors	1,4	154	3,1	12.994,44 €	1.474.869,44 €
Catalans	0,9	76	0,7	12.275,00 €	1.043.375,00 €
Estats	1,4	22	1,8	19.375,00 €	310.000,00 €
Estrangers	1,8	23	6,8	7.333,33 €	91.666,67 €
Altres Proveïdors del sector	2,9	64		2.500,00 €	55.000,00 €
Catalans	0,8	16	-	1.250,00 €	23.750,00 €
Estats	5,0	5	-	3.750,00 €	7.500,00 €
Estrangers	-	-	-	-	-

Font: Elaboració pròpia

Segons les entitats venedores, durant els dies de durada del MMVV-MVLab 2015 s'han signat un total de **218 contractes**, amb una mitjana de **2,1 contractes per entitat i 3 passis** per contracte de música i una mitjana de quasi 3 contractes de serveis per a la indústria musical. El valor econòmic d'aquests contractes ha estat **d'1.529.869 €** en total, concentrats principalment en la venda de música. Veiem, doncs, com els dies de Mercat les transaccions econòmiques són similars, tant per venedors com per a compradors. Hi destaca l'impacte econòmic entre els músics catalans, que són els que més negoci generen arrel de la seva participació en el MMVV-MVLab.

Valoració de la qualitat: Contactes. Compradors

	Contactes establerts a l'edició 2015		Contactes mantinguts gràcies al MVLab 2015		Contactes internacionals establerts a l'edició de 2015	
	Valor mitjà	Valor total	Valor mitjà	Valor total	Percentatge sobre el total	
TOTAL COMPRADORS	8,5	1.714,8	10,0	2.114,9	10,9	
Compradors privats	9,5	840,7	10,9	963,7	14,0	
Catalans	6,6	273,1	7,3	303,9	11,7	
Estats	11,8	213,3	12,5	225,6	14,0	
Estrangers	17,9	518,9	20,7	602,0	22,1	
Compradors públics	6,9	562,5	10,7	867,9	12,5	
Catalans	5,2	301,6	11,1	644,4	6,7	
Estats	13,0	130,0	11,0	110,0	19,0	
Estrangers	9,2	119,2	9,0	117,0	27,0	
Compradors privats sense afany de lucre	9,2	311,7	8,3	283,3	6,3	
Catalans	8,8	192,5	8,8	192,5	6,3	
Estats	15,0	135,0	10,0	90,0	10,0	
Estrangers	5,0	15,0	5,0	15,0	2,5	

Font: Elaboració pròpia

En aquesta taula es pot apreciar el **capital social que va generar el MMVV-MVlab 2015**, 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 **1.714 contactes** i es manté una **xarxa de més de 2.000 contactes**. El fet més rellevant d'aquesta edició respecte de les anteriorment estudiades és el fet de **consolidar-se xarxes de caràcter internacional**, tant pel que respecte en la seva creació com en el manteniment de les mateixes. Com hem dit en edicions anteriors el MMVV-MVLab és **una plataforma per a la seva cohesió de la indústria de la música com a sector però també ho és per a la seva internacionalització**.

Valoració de la qualitat: Contactes. Venedors

	Contactes establerts a l'edició 2015		Contactes mantinguts gràcies al MVLab 2015		Contactes internacionals establerts a l'edició de 2015	
	Valor mitjà	Valor total	Valor mitjà	Valor total	Percentatge sobre el total	
TOTAL VENEDORS	7,8	1.151,5	6,9	1.038,1	15,0	
Venedors	8,8	1.000,3	8,0	909,8	27,7	
Catalans	9,8	830,7	7,4	627,4	9,8	
Estatals	8,3	133,3	8,3	133,3	41,7	
Estrangers	8,3	104,2	8,3	104,2	31,7	
Altres proveïdors del sector	6,9	151,3	5,8	128,3	2,2	
Catalans	8,8	166,3	6,7	126,7	4,4	
Estatals	5,0	10,0	5,0	10,0	0,0	
Estrangers	-	-	-	-	-	

Font: Elaboració pròpia

Pel que fa als professionals amb perfil venedor, el MMVV-MVLab els ha permès enfortir i consolidar el seu capital social. En total, la xarxa que es manté és similar a l'observada en l'edició anterior mentre que i s'han incrementat amb de **1.151** contactes nous. Els **professionals catalans són els que mantenen una xarxa més àmplia** de contactes i per tant acumulen més capital social, sent de quasi el 10% d'aquesta xarxa d'àmbit internacional. Els resultats també ens mostren com els professionals estatals i estrangers troben un espai de creació de capital social i una **àmplia possibilitat d'internacionalitzar** la seva música.

INTRODUCCIÓ

VALORACIÓ DE L'IMPACTE ECONÒMIC DEL MMVV-MVLab 2014

● **VALORACIÓ DE LA QUALITAT DEL MMVV-MVLab 2015**

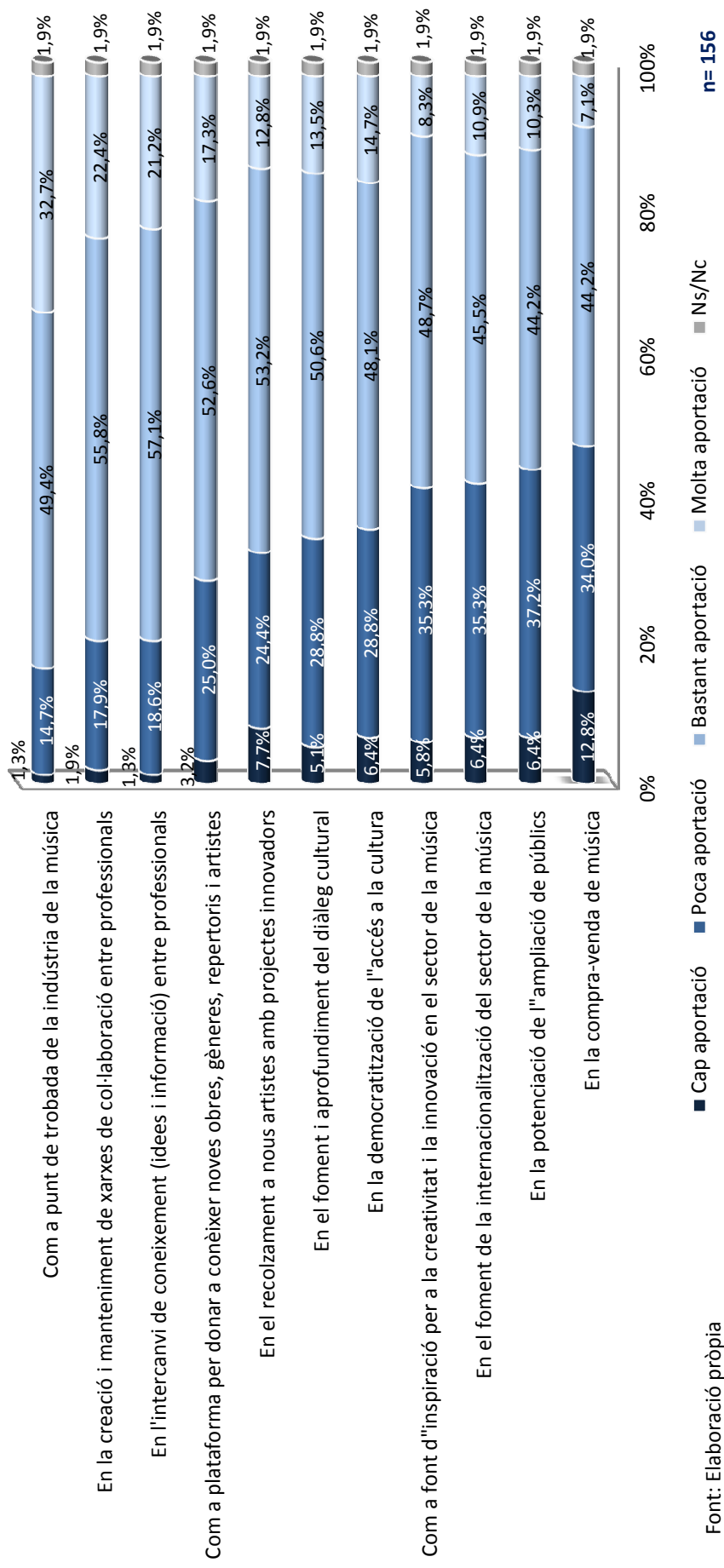
Aspectes generals

Valoració de l'impacte econòmic

● **Valoració general**

CONCLUSIONS

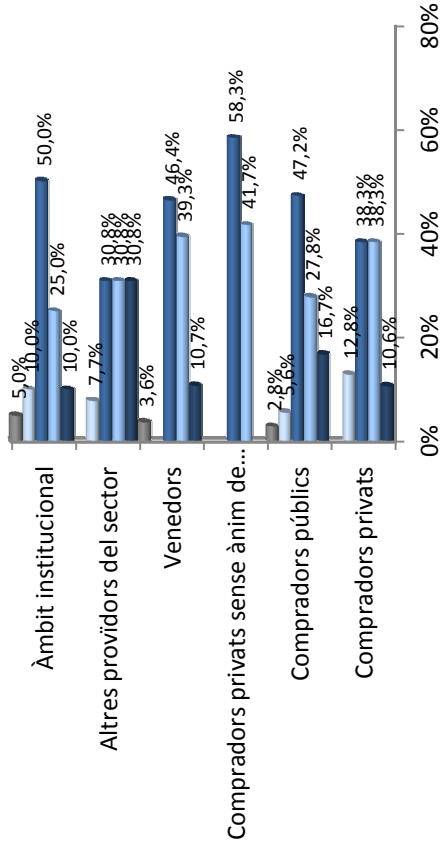
Valoració de la qualitat: Valoració de l'aportació del MMVV en cada aspecte



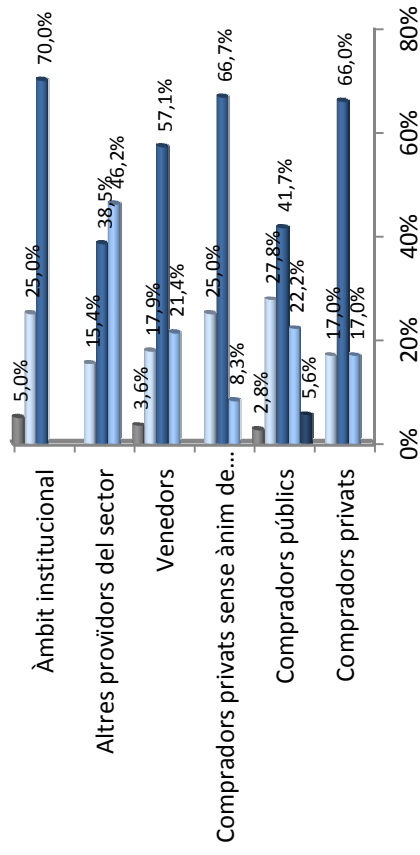
Cadascun dels aspectes analitzats es consideren de força aportació per a les entitats consultades. Els aspectes relacionats amb el **capital social i el coneixement són els aspectes més valorats**, són les considerades de **major aportació**: ser punt de trobada de la indústria de la música, la creació i manteniment de xarxes de col·laboració entre professionals i l'intercanvi de coneixement entre professionals. La compra-venda de música apareix com l'aspecte que menys aportació dóna als professionals.

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

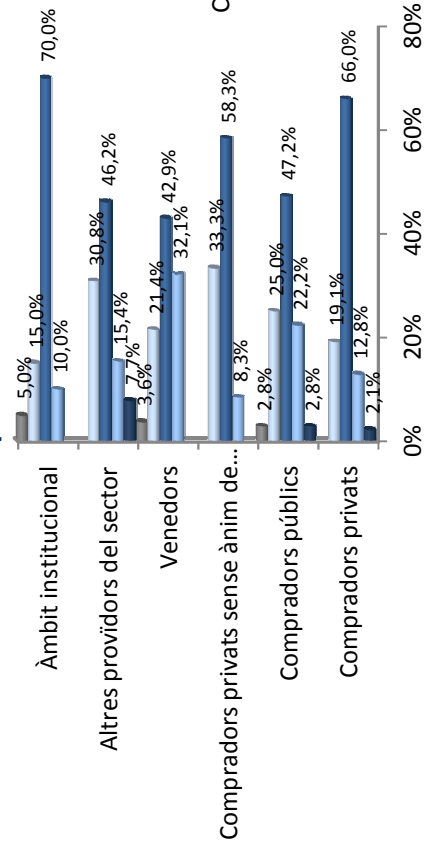
Compra-venda de música



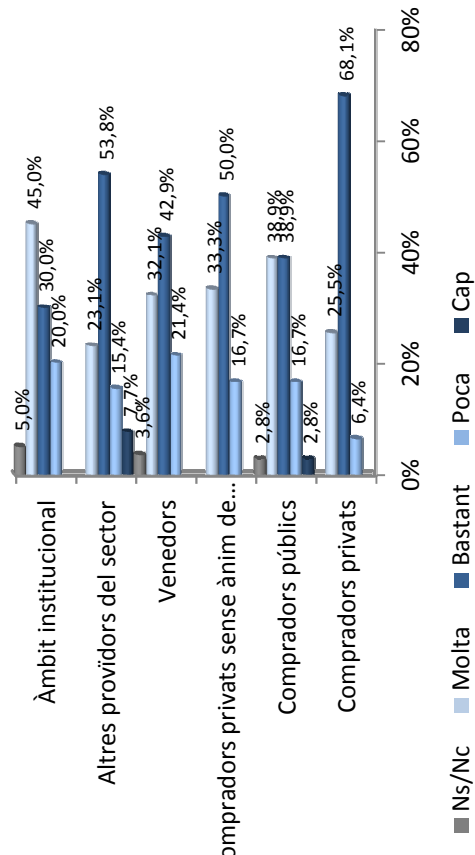
En l'intercanvi de coneixement (idees i informació) entre professionals



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



Com a punt de trobada de la indústria de la música



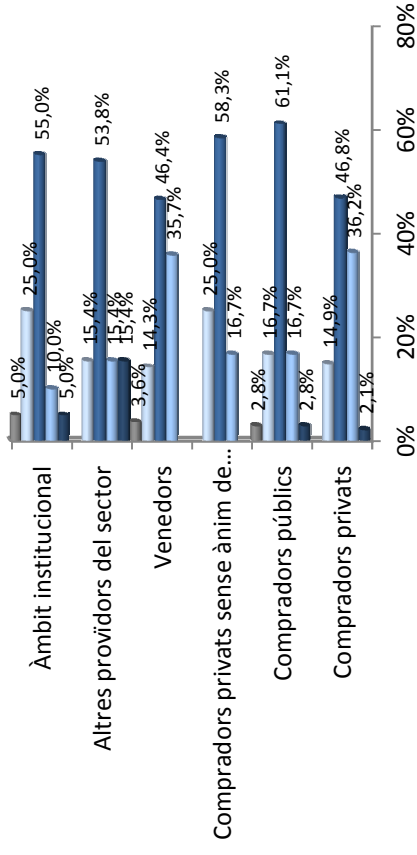
Font: Elaboració pròpia

n= 156

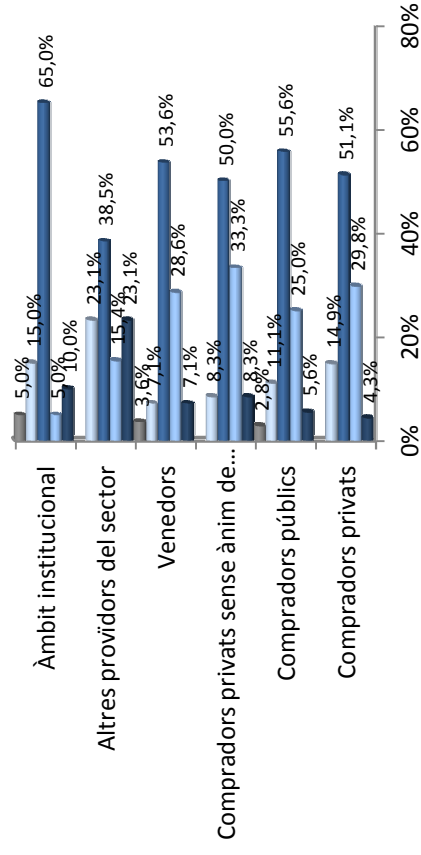
Valoració de la qualitat: Valoració de l'aportació del MMVV en cada aspecte segons tipologia d'entitat

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

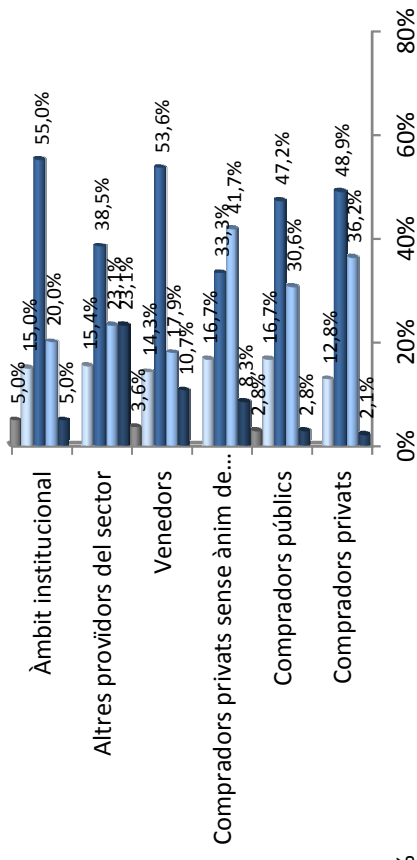
En la democratització de l'accés a la cultura



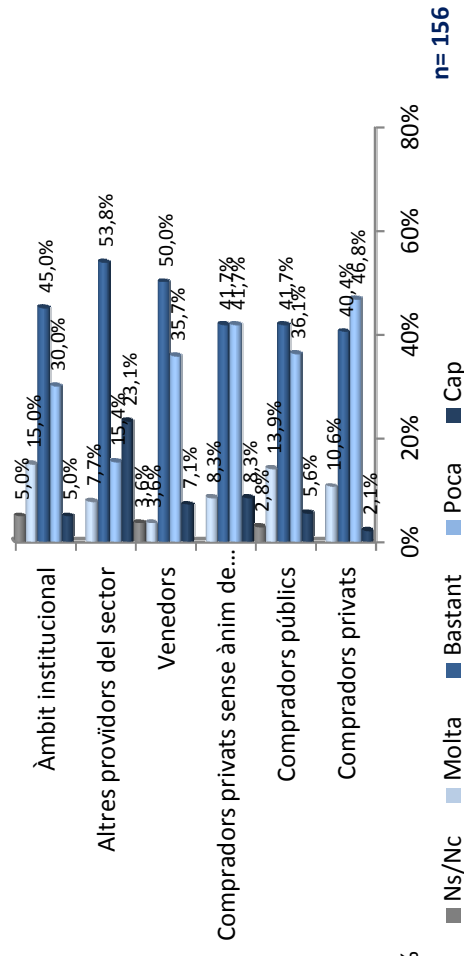
En el recolzament a nous artistes amb projectes innovadors



Font: Elaboració pròpia



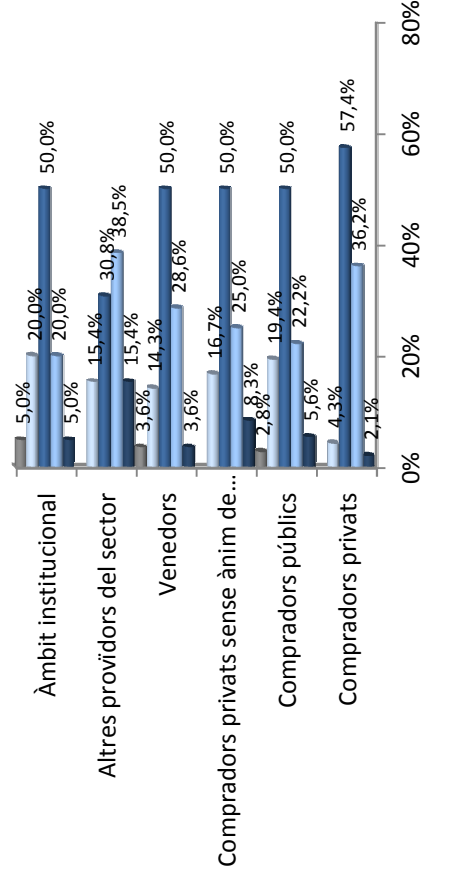
En la potenciació de l'ampliació de públics



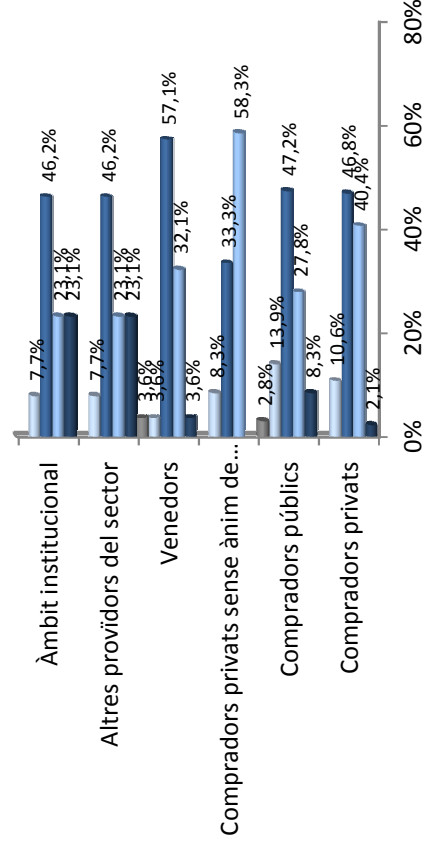
n= 156

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

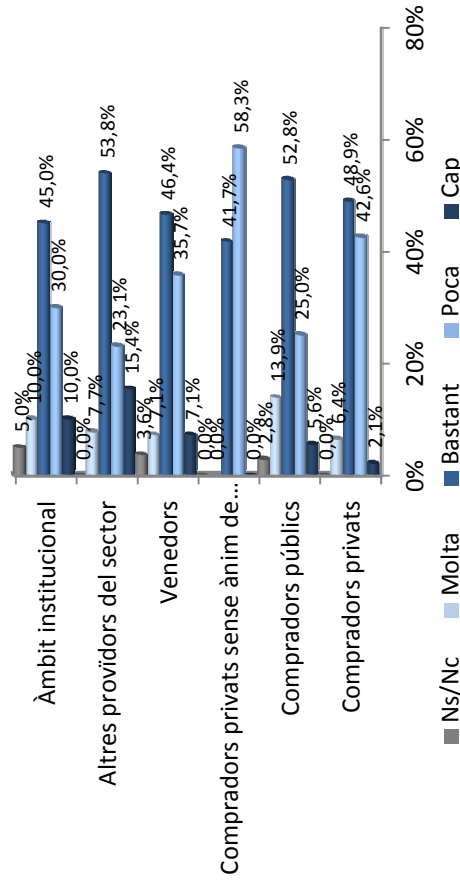


Com a foment de la internacionalització del sector de la música



Font: Elaboració pròpia

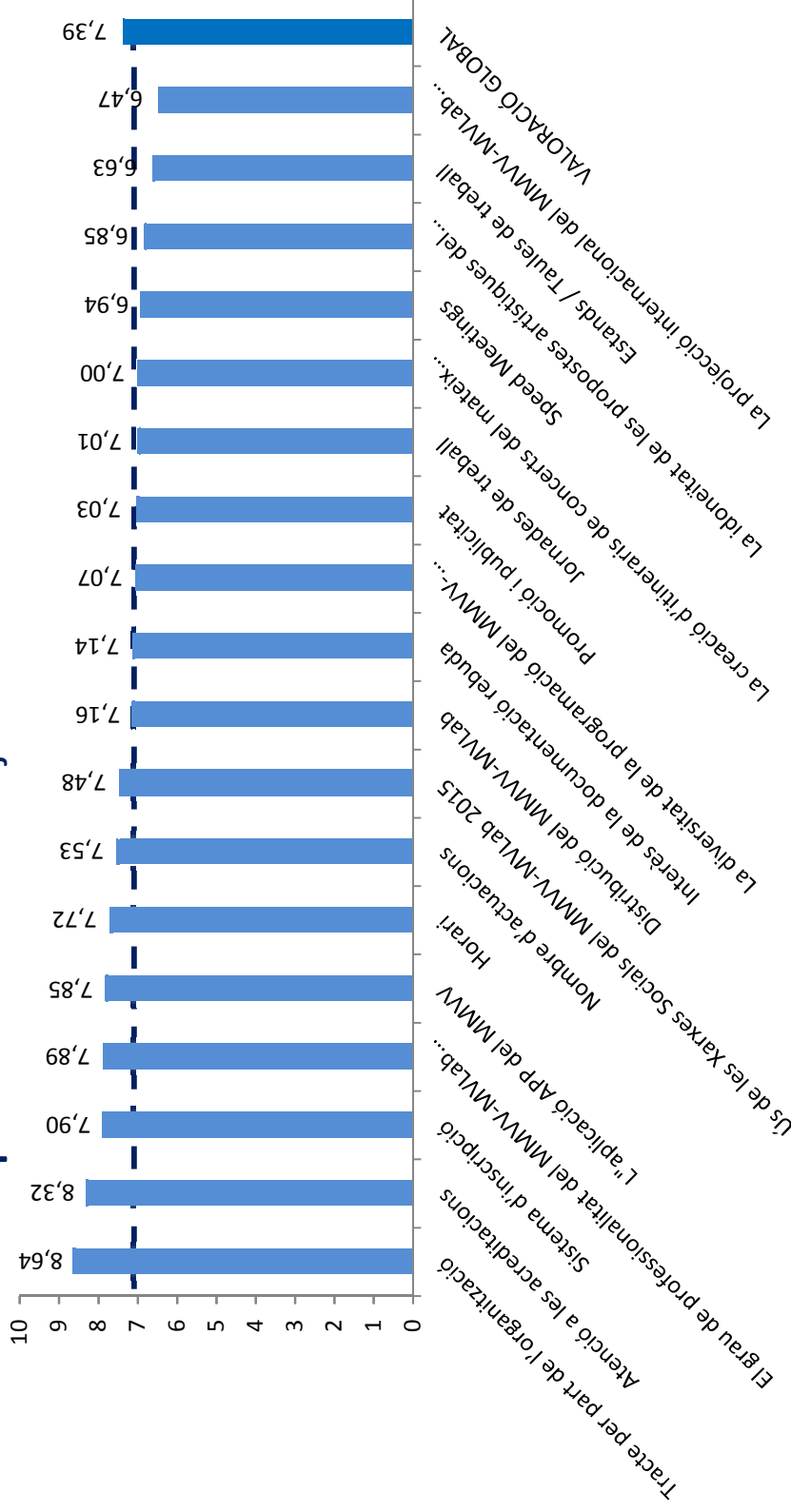
Com a font d'inspiració per a la creativitat i la innovació en el sector de la música



n= 156

Valoració de la qualitat: Valoració mitjana dels serveis del MMVV 2015

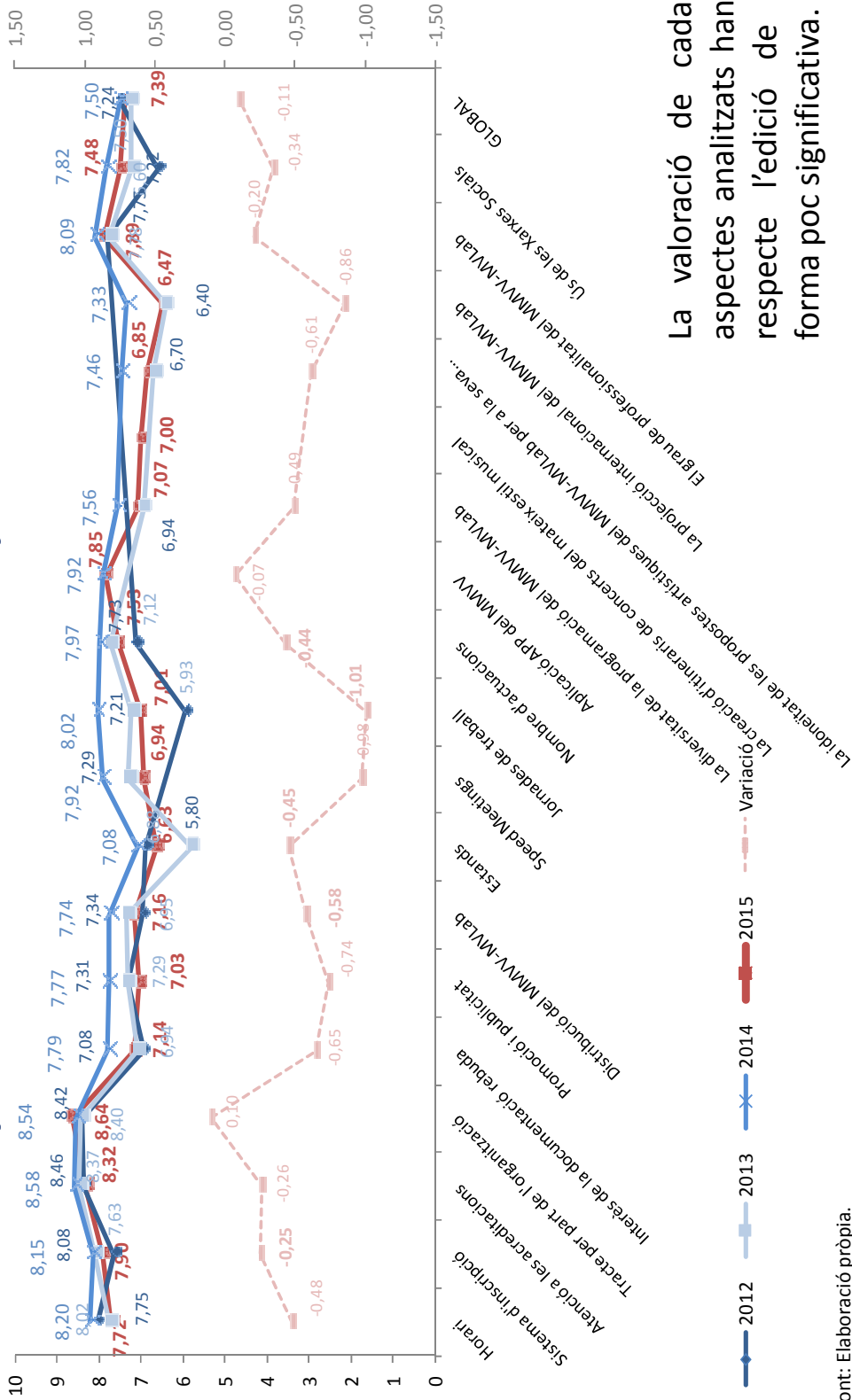
VALORACIÓ MITJANA GLOBAL DEL MERCAT	2015	2014	2013	2012
	7,39	7,50	7,24	7,50



Font: Elaboració pròpia. Pel càlcul de la valoració mitjana no s'ha tingut en compte aquelles entitats que no han valorat cadascun dels ítems. **n= 156**

La valoració global del MMVV-MVLab és molt positiva, tot i haver disminuït aquesta valoració respecte la passada edició. Així doncs **la valoració mitjana global en aquesta edició 2015 ha estat de 7,39** (7,50 al 2014). Alguns dels aspectes es valoren per sobre d'aquest valor, i per tant són considerats aspectes força positius. Entre els **millors valorats** trobem aspectes organitzatius i molt especialment **l'aplicació APP del Mercat (7,85)**.

Valoració de la qualitat: Evolitu de la valoració mitjana dels serveis del MMVV 2015-2012



Font: Elaboració pròpia.

Pel càlcul de la valoració mitjana no s'ha tingut en compte aquelles entitats que no han valorat cadascun dels ítems.

El tracte rebut per l'organització ha estat l'únic aspecte que ha millorat. Cal tenir especial atenció en les **jornades de treball**, els **speed meetings** i la **projecció internacional**, essent els serveis que han variat de forma més significativa segons la percepció dels professionals acreditats.

La valoració de cadascun dels aspectes analitzats han disminuït respecte l'edició de 2014, de forma poc significativa.

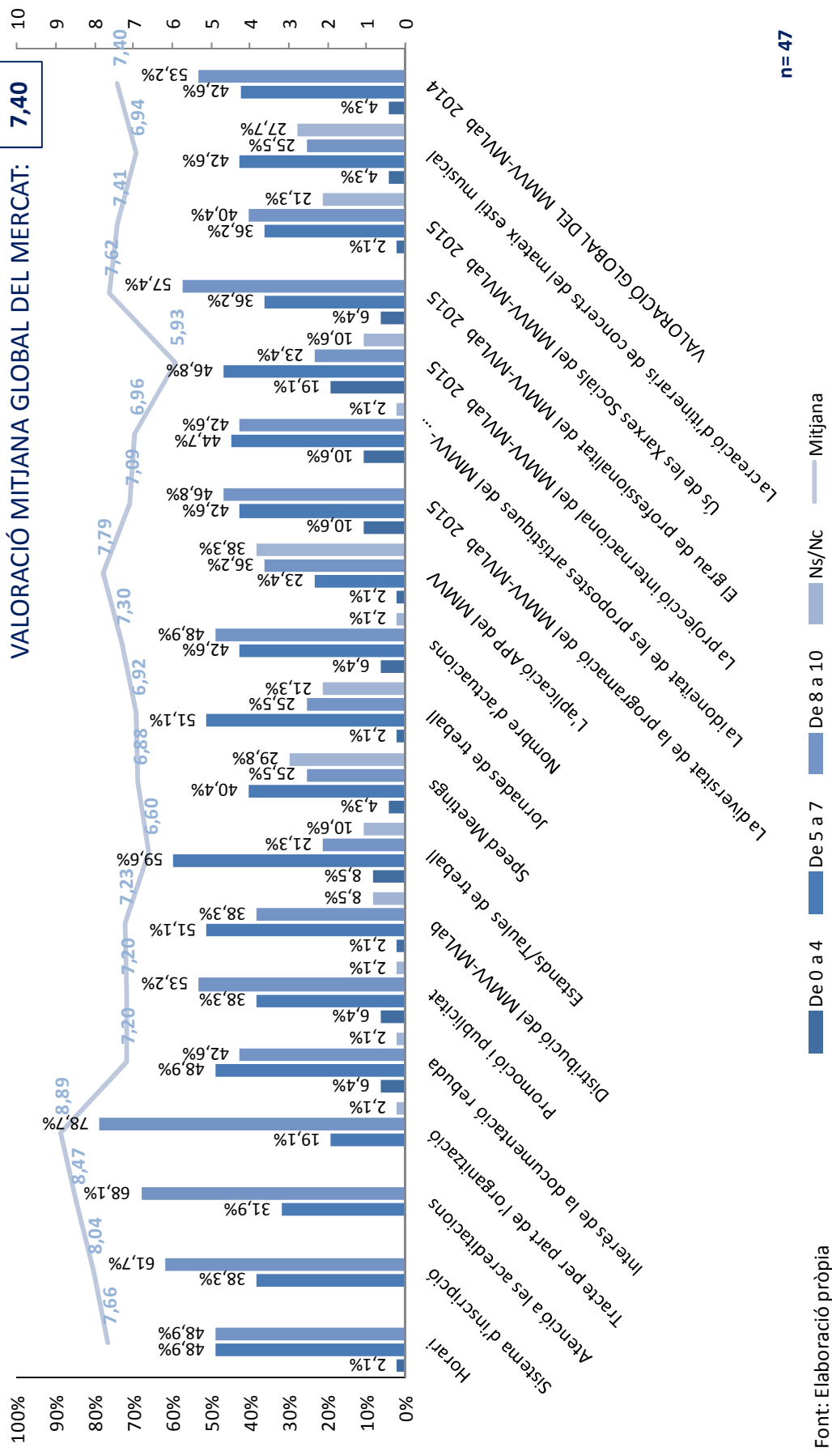
n= 156

Valoració de la qualitat: Valoració dels serveis i aspectes del MMVV 2015

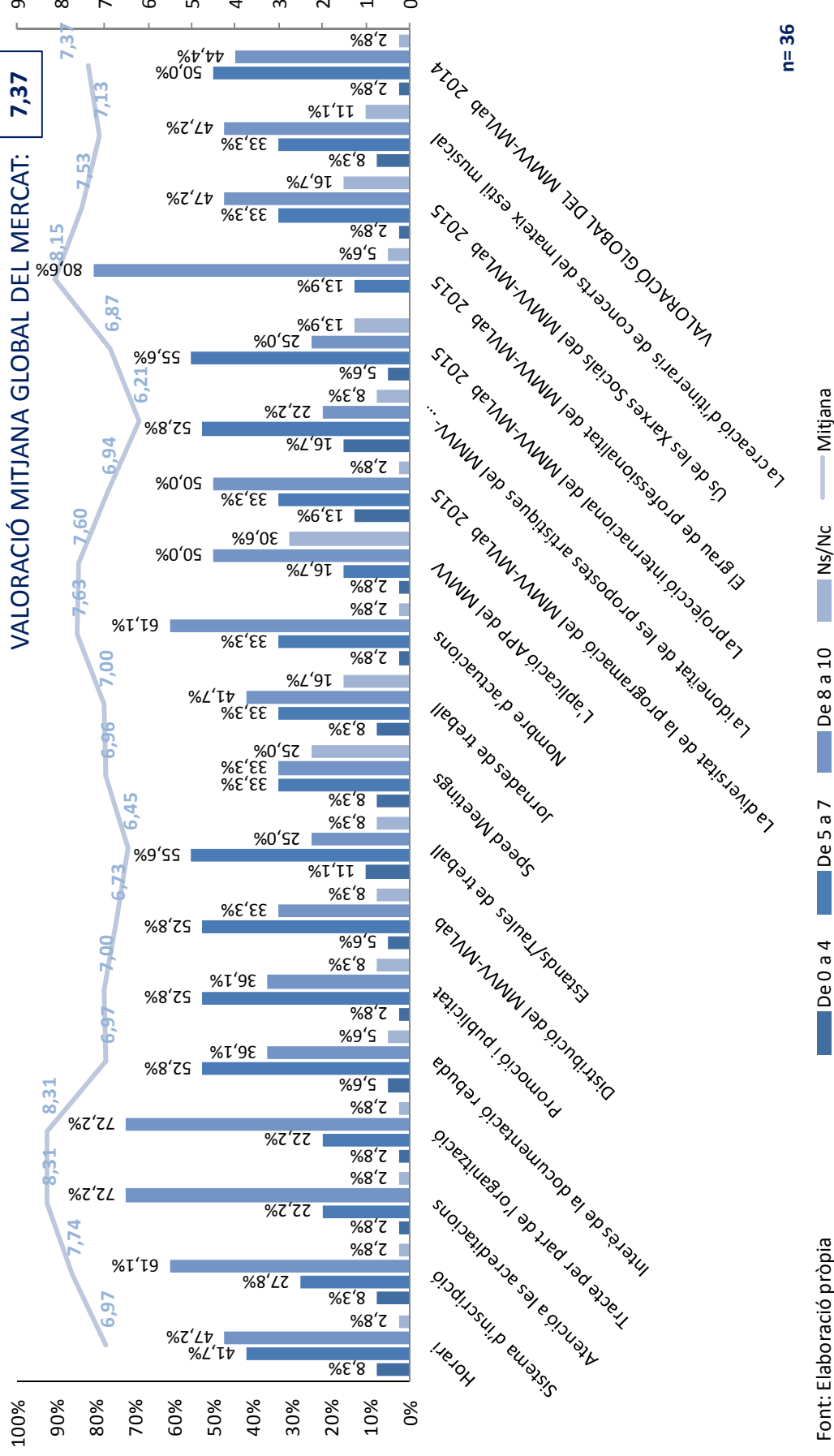
En les següents diapositives presentem les valoracions dels diferents serveis i aspectes del MMVV 2015 per cada tipologia d'entitat analitzada. En els gràfics es presenten les valoracions agrupades de 0 a 5, de 5 a 7 i de 8 a 10, així com la valoració mitjana per cada aspecte i la valoració global del mercat.

Com hem comentat, **la valoració global que se'n fa del mercat és de 7,39**. Si comparem entre les diferents tipologies d'entitat, obtenim que els **compradors privats sense ànim de lucre** són les entitats que **donen una valoració global del mercat més bona (7,67)** mentre que els **altres proveïdors del sector són més crítics**, i valoren el mercat per sota de la mitjana global (7,08).

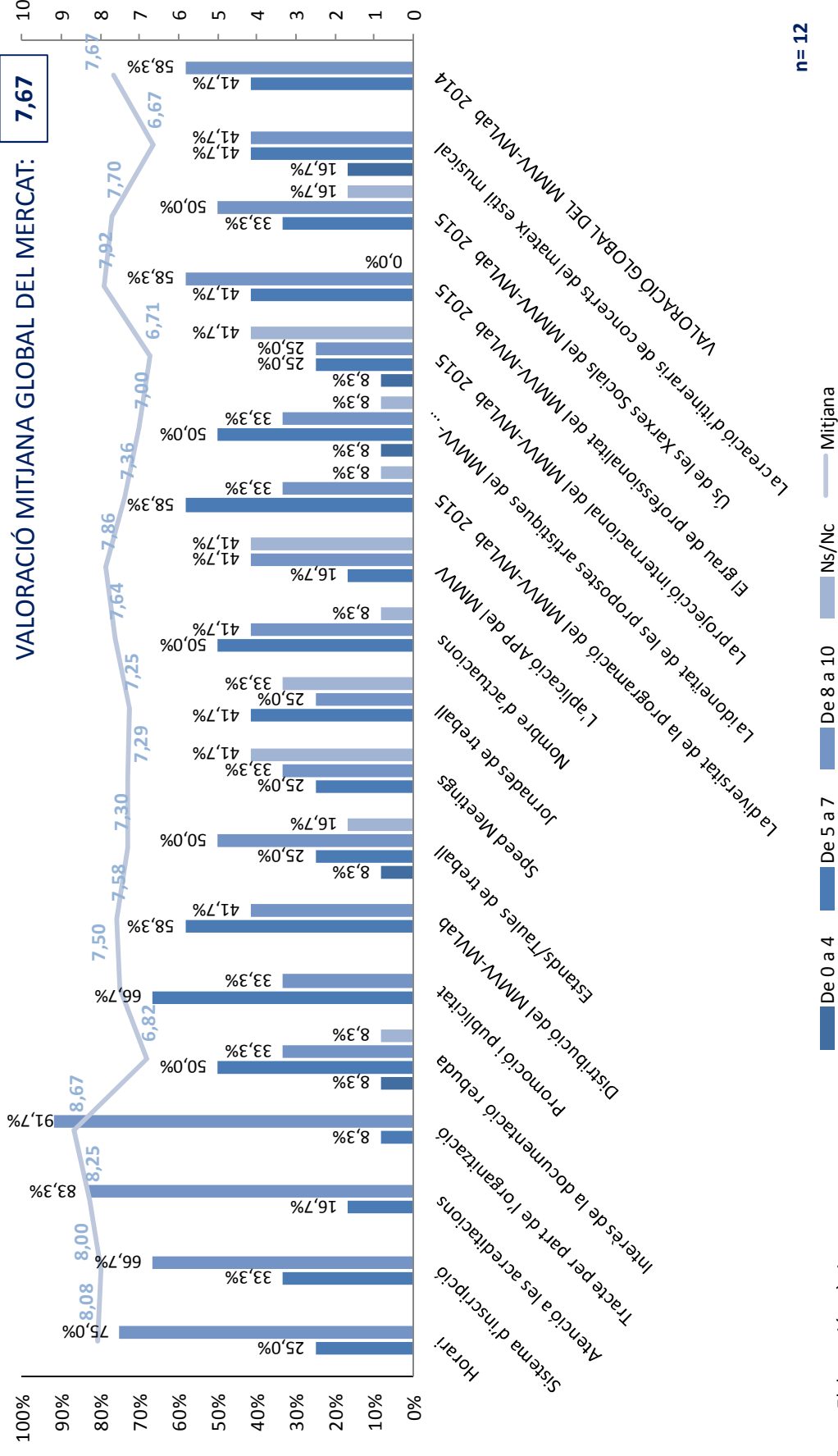
Valoració de la qualitat: Valoració dels serveis i aspectes del MMVV 2015 Compradors privats



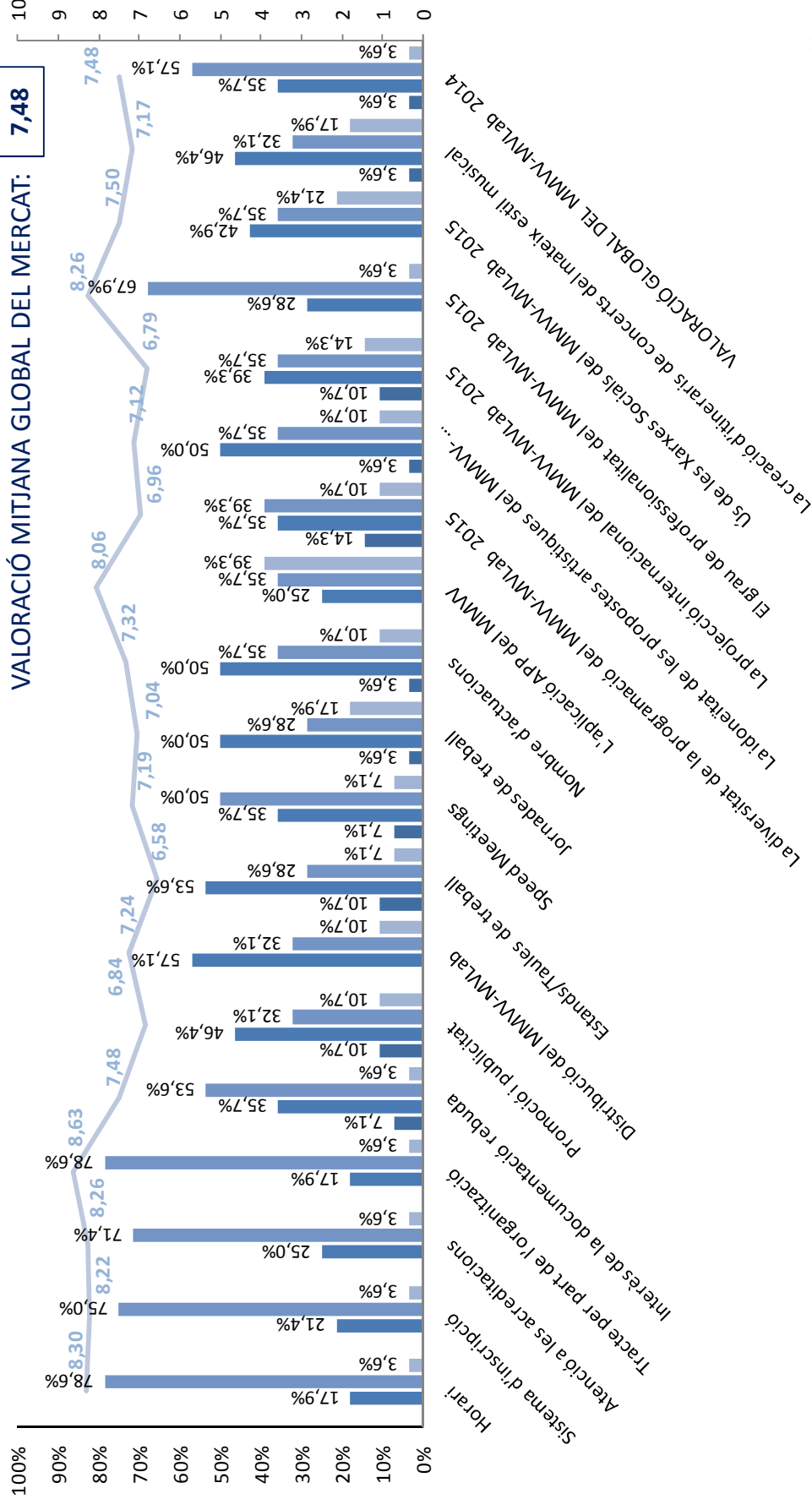
Valoració de la qualitat: Valoració dels serveis i aspectes del MMVV 2015 Compradors públics



Valoració de la qualitat: Valoració dels serveis i aspectes del MMVV 2015 Compradors privats sense ànim de lucre



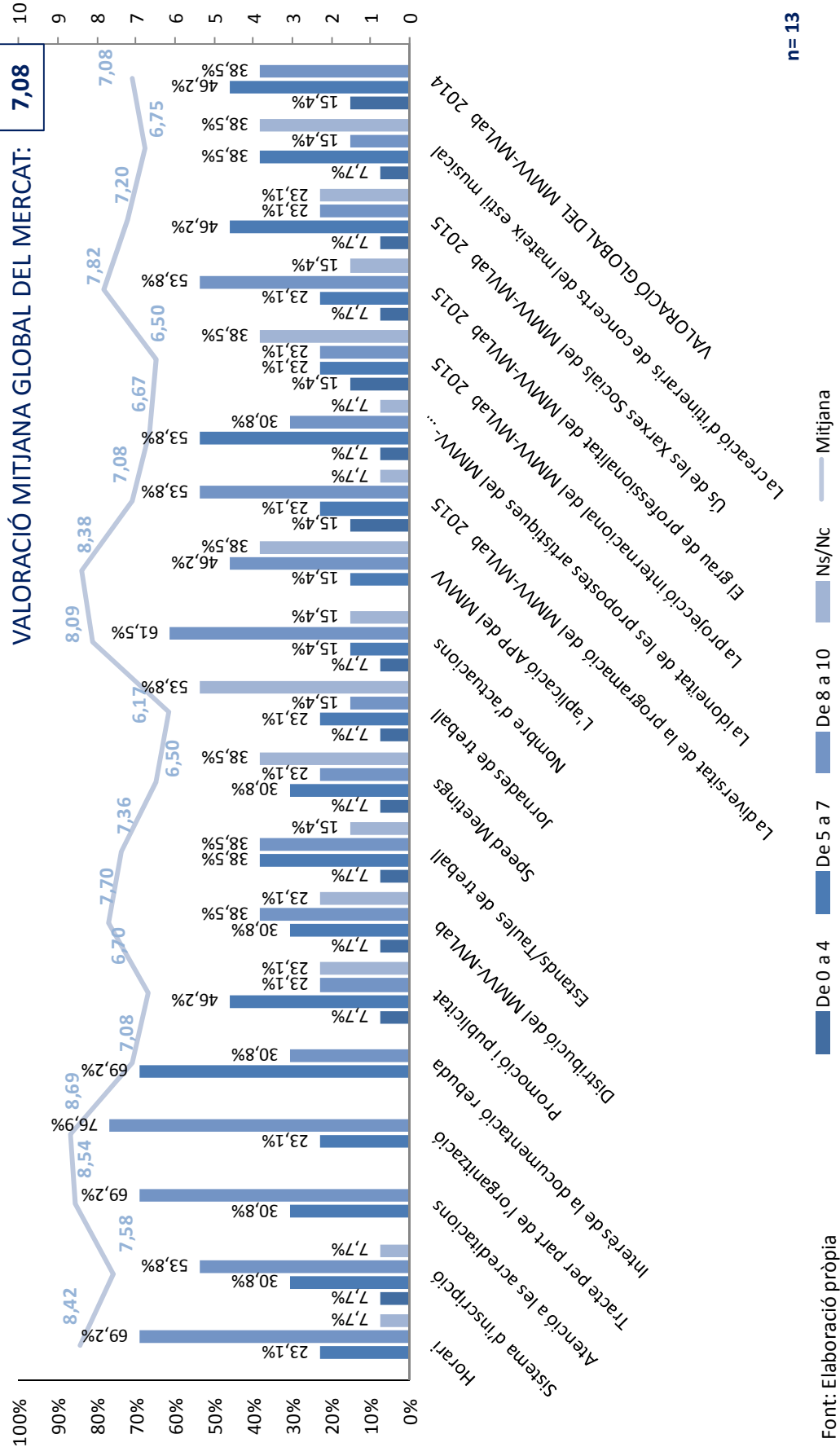
Valoració de la qualitat: Valoració dels serveis i aspectes del MMVV 2015 Venedors



Font: Elaboració pròpia

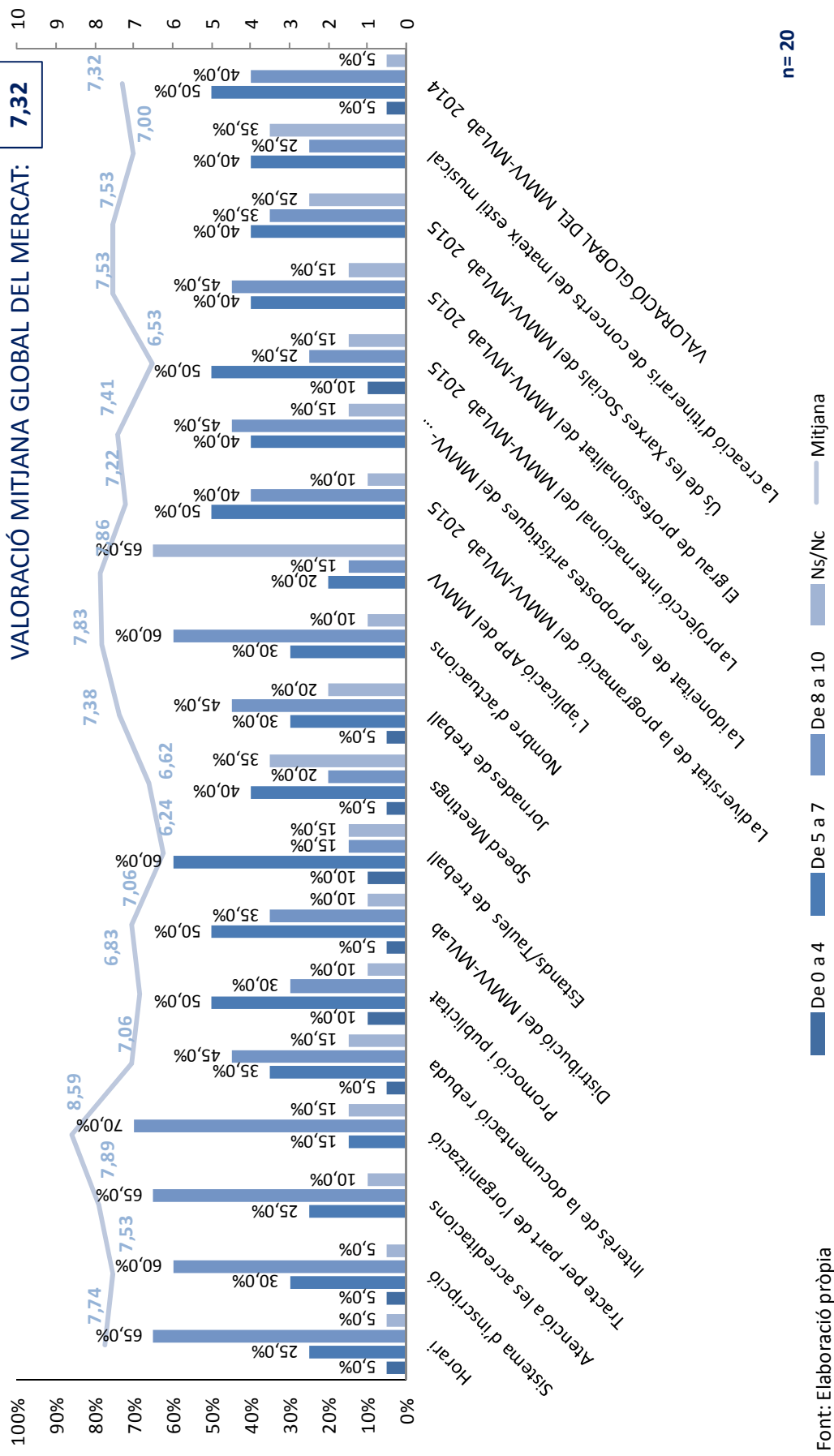
n= 28

Valoració de la qualitat: Valoració dels serveis i aspectes del MMVV 2015 Altres proveïdors del sector

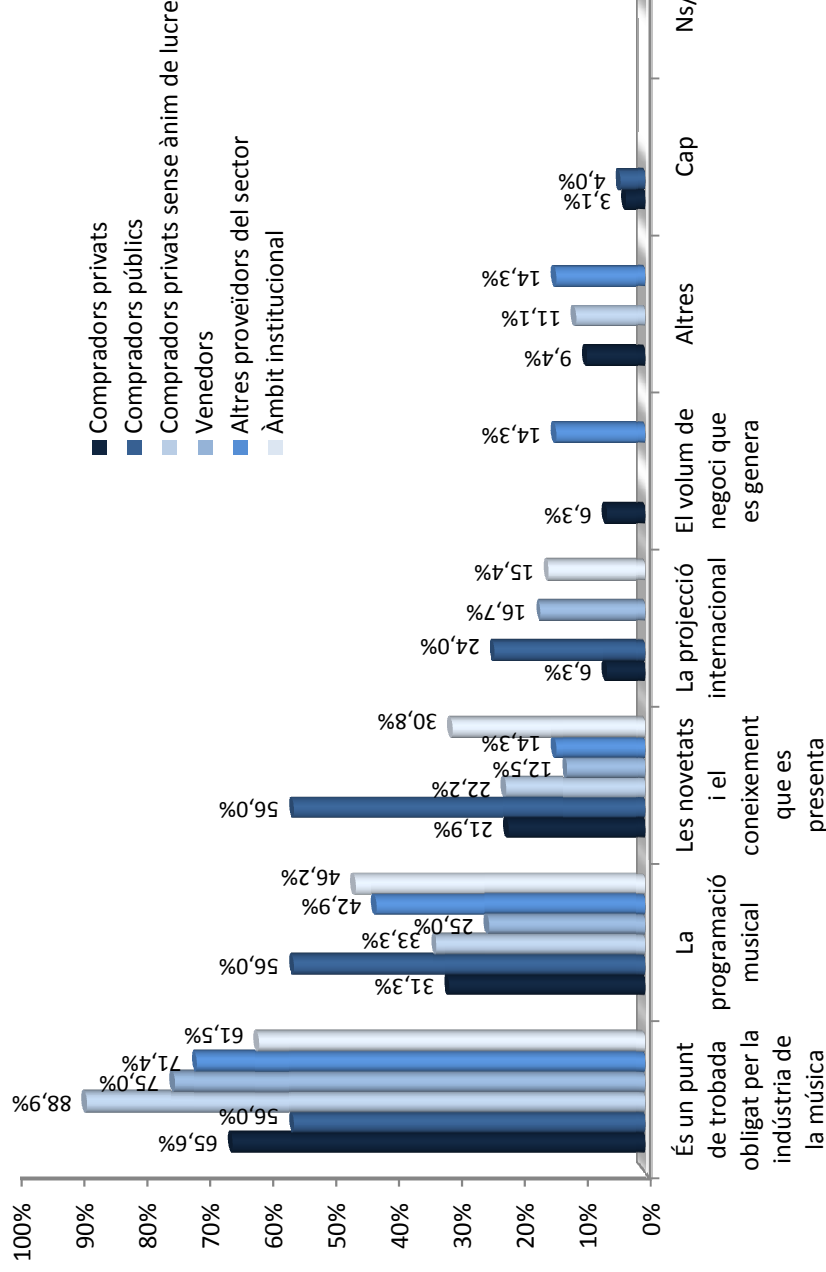


Valoració de la qualitat: Valoració dels serveis i aspectes del MMVV 2015

Àmbit institucional



Valoració de la qualitat: Singularitats respecte altres fires



VALORACIÓ MITJANA GLOBAL DE LA RELLEVÀNCIA DEL MERCAT

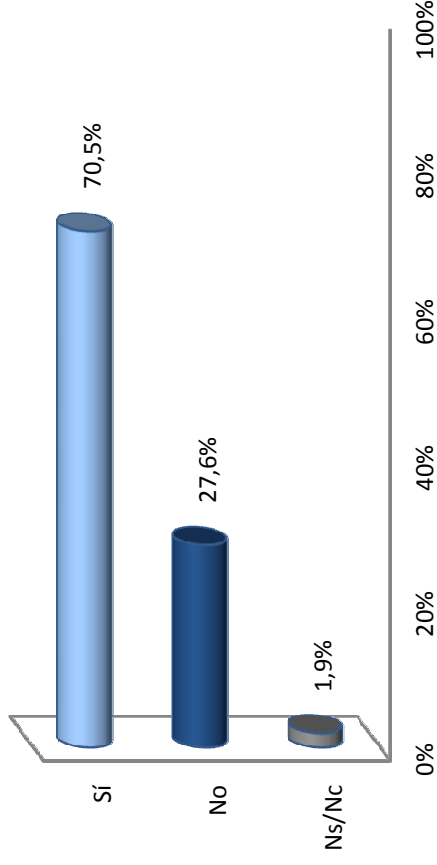
2013	6,45
2014	6,99
2015	7,29

VALORACIÓ RELLEVÀNCIA MIMVV RESPECTE D'ALTRES FIRES / MERCATS	
Compradors privats	7,25
Compradors públics	7,28
Compradors privats sense ànim de lucre	8,22
Venedors	7,12
Altres proveïdors del sector	7,14
Àmbit institucional	7,15

Font: Elaboració pròpia n= 110

En termes generals, el MMVV-MVLab ha millorat la seva rellevància respecte d'altres mercats en aquesta edició. Els compradors privats sense ànim de lucre afirmen en major proporció que el Mercat és un punt de trobada obligat per la indústria musical. Els compradors privats consideren que el Mercat és singular per la programació musical, per les novetats i el coneixement que es presenta i per la projecció internacional. Els venedors i els altres proveïdors també mencionen el fet de ser un punt de trobada i la programació musical com els aspectes singulars.

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



El **70,5%** de les entitats consultades manifesten **participar en d'altres fires i/o mercats musicals**.

Com es pot observar en el núvol de paraules, el **mercat que més ressò genera és el propi MMVV**, seguit del **Womex** i la **Fira Mediterrània de Manresa**, amb el que es pot concloure que el MMVV-MVLab és un dels punts centrals del circuit comercial de la indústria musical.

Font: Elaboració pròpia

n= 156

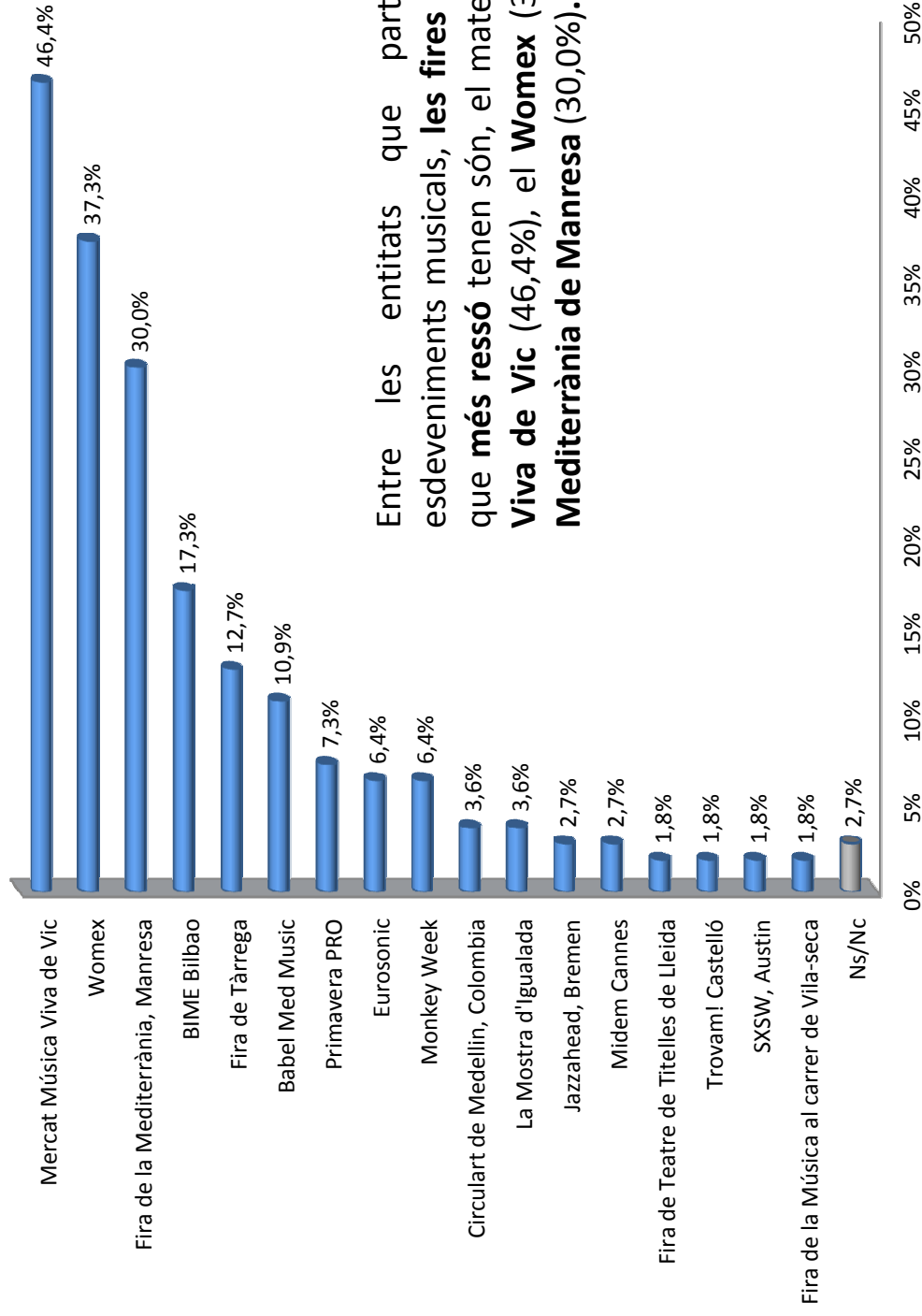


Font: Elaboració pròpia

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

n= 110

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



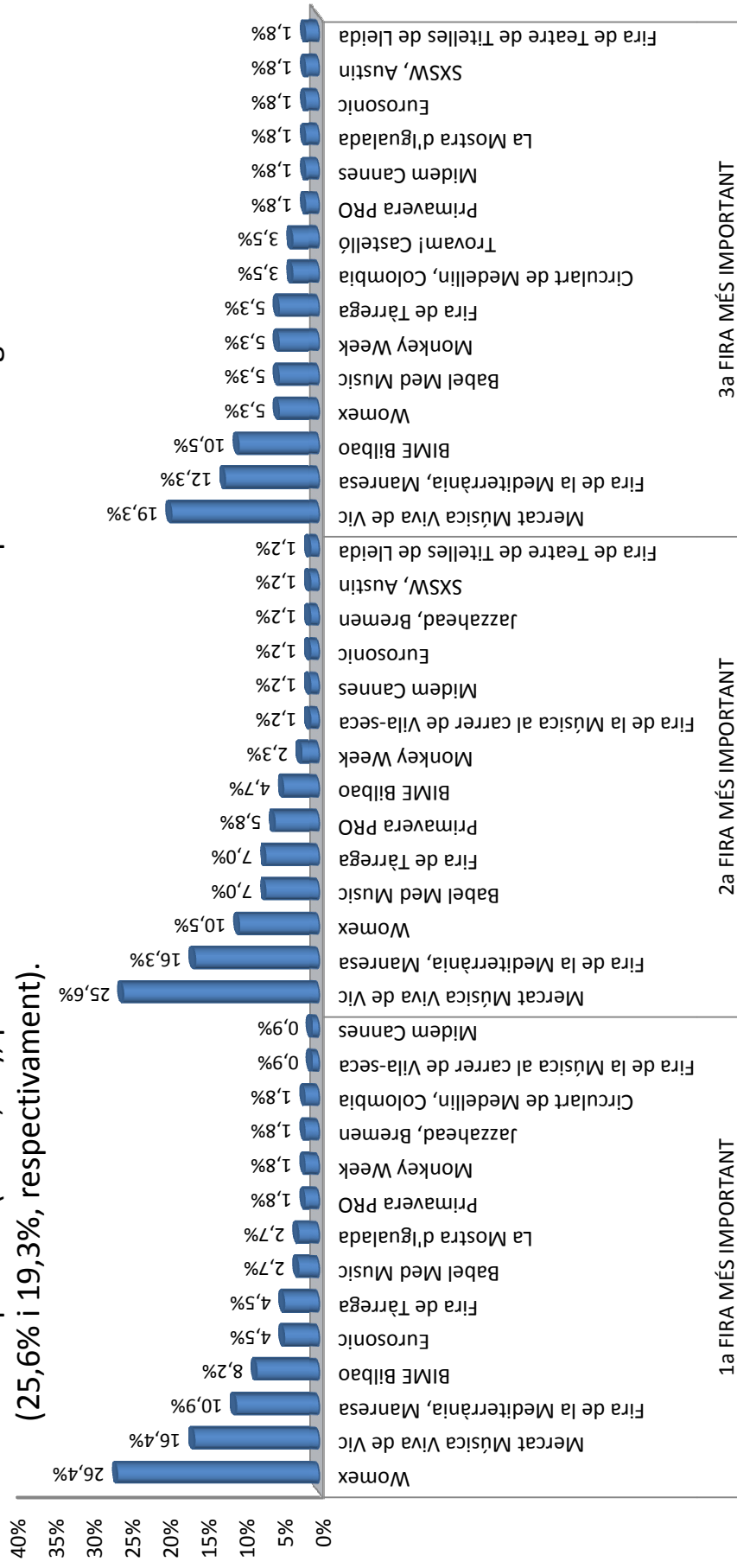
Entre les entitats que participen en d'altres esdeveniments musicals, **les fires i/o mercats musicals que més ressó tenen són, el mateix Mercat de Música Viva de Vic (46,4%), el Womex (37,3%) i la Fira de la Mediterrània de Manresa (30,0%).**

n= 110

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 el **mercat considerat com el més important** per a l'activitat que desenvolupen les entitats consultades, mencionant-se com a primera fira més important (un 26,4%). Destacar que el **MMVV** es considera com el segon mercat més important (un 19,3%), però també com el mercat més important en segona i tercera menció (25,6% i 19,3%, respectivament).

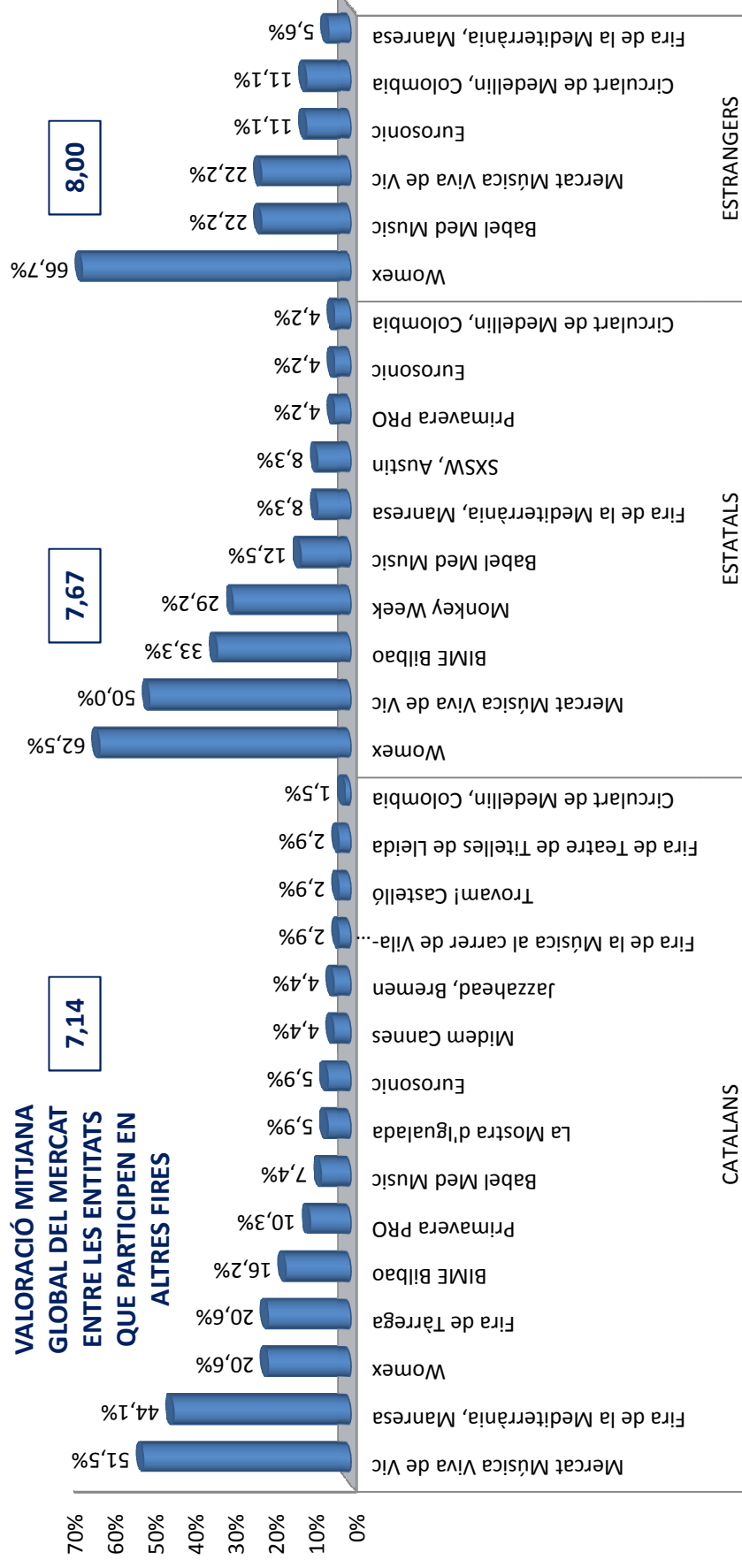


Font: Elaboració pròpia. Els % no sumen 100 donat que s'admetia resposta múltiple. No s'han inclòs aquelles fires i/o mercats que tan sols han estat anomenades per una sola entitat.

n = 110

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

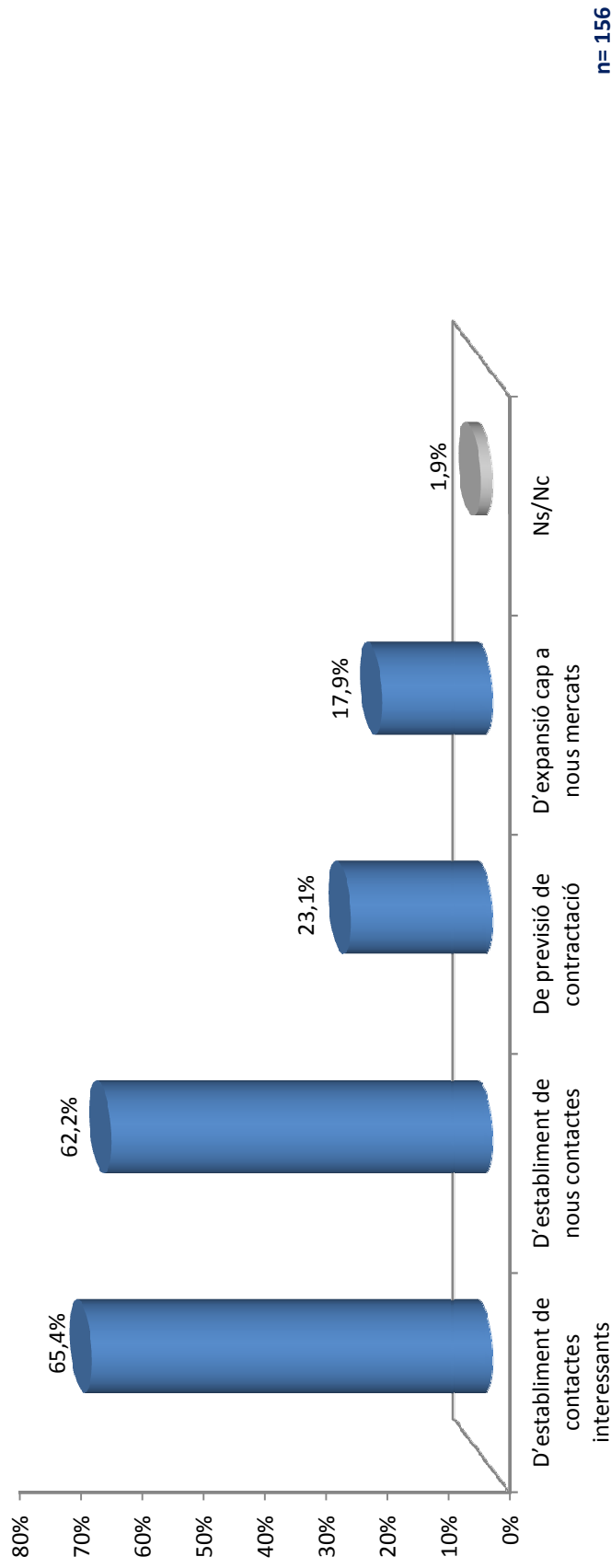
Segons la procedència de les entitats consultades, el **MMVV és el mercat més important per als catalans**, essent el **Womex el mercat de més rellevància per a les entitats espanyoles i estrangeres**.



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

n = 110

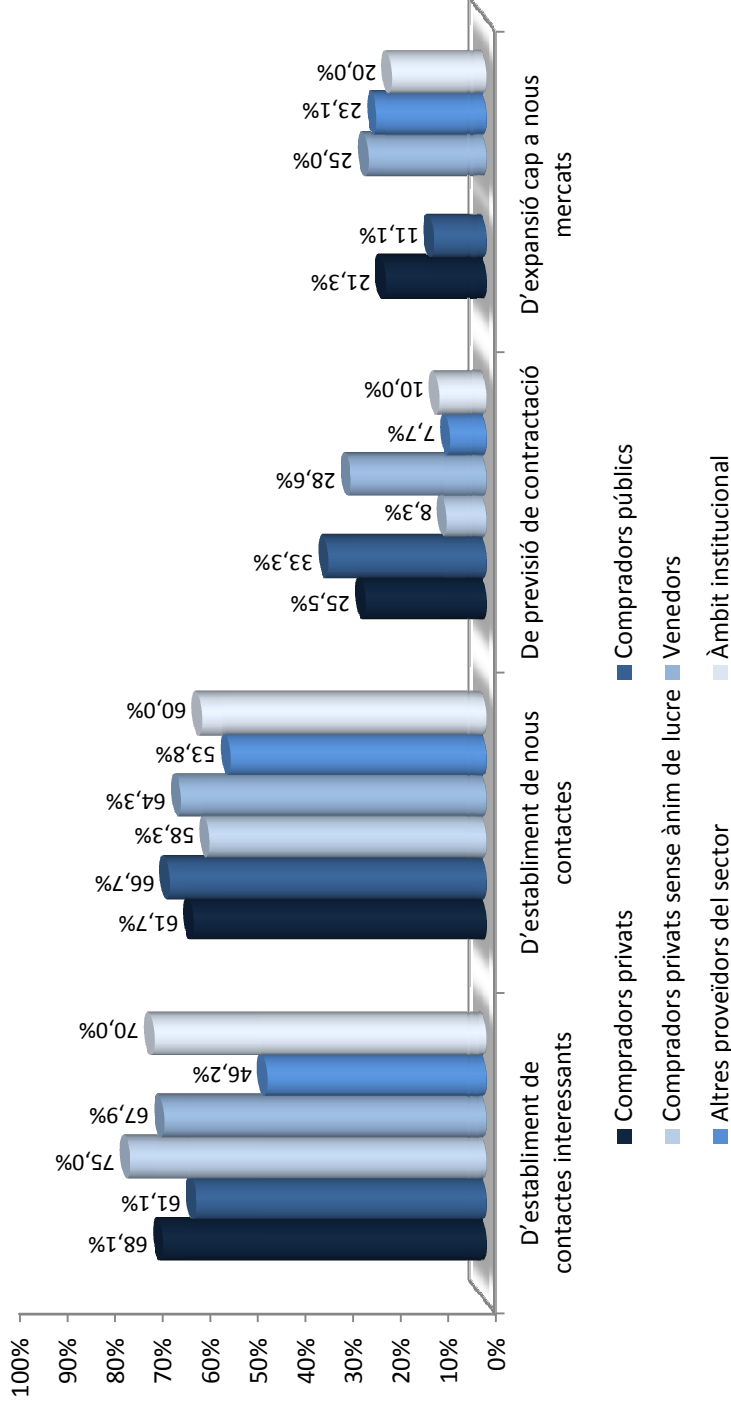
Valoració de la qualitat: Acompliment de les expectatives abans d'acudir en el MMVV-MVLab 2015 segons diferents aspectes



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

Un 65,4% afirmen haver complert les expectatives que s'havien generat abans d'acudir al MMVV-MVLab en quan a l'establiment de contactes interessants i el 62,2% en quan a establiment de nous contactes. Resultats molt similars als obtinguts en la passada edició. A més distància es troben la previsió de contractació i l'expansió cap a nous mercats, essent aquests dos aspectes el que en menor mesura assoleixen les expectatives que a priori es creen els professionals consultats.

Valoració de la qualitat: Acompliment de les expectatives abans d'acudir en el MMVV-MVLab 2015 segons diferents aspectes

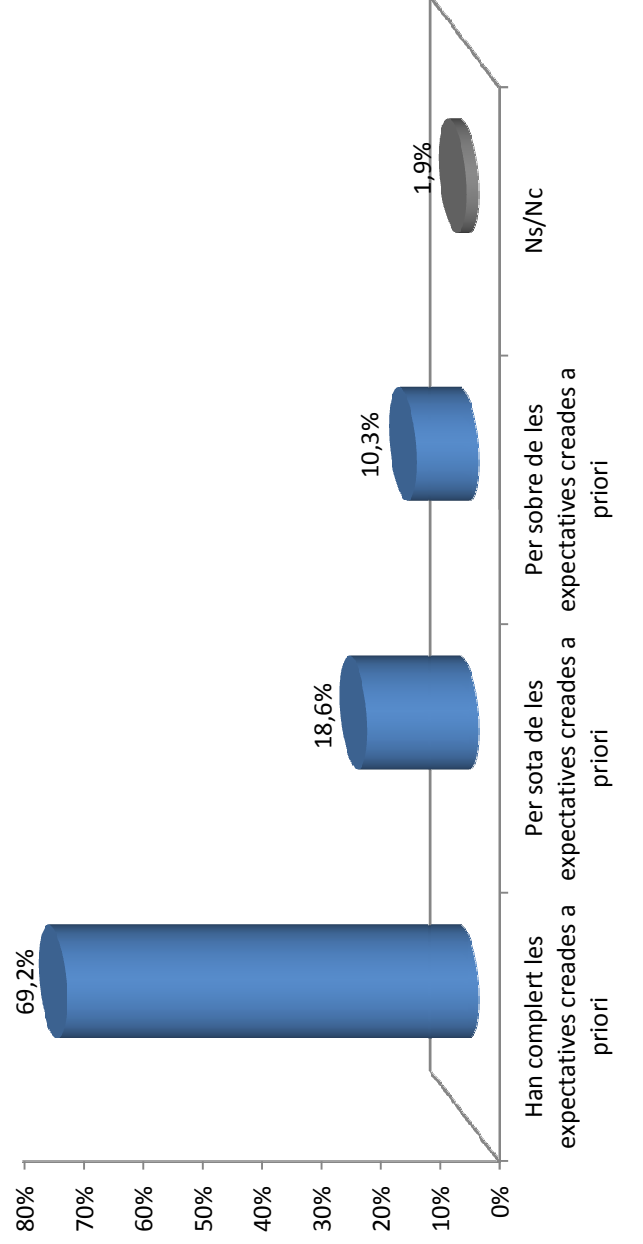


Font: Elaboració pròpia. Els % no sumen 100 donat que s'admetia resposta múltiple

n= 156

Els compradors privats sense ànim de lucre i els d'àmbit institucional consideren que l'establiment de **contactes interessants** és l'aspecte que més ha complert les expectatives generades abans d'acudir al MMVV-MVLab. Mentre que els compradors públics consideren que l'establiment de **nous contactes** és l'aspecte que més ha complert les seves expectatives prèvies a l'assistència al Mercat.

Valoració de la qualitat: Acompliment de les expectatives generals abans d'acudir en el MMVV-MVLab 2015



Font: Elaboració pròpia

Globalment trobem una alta satisfacció entre els professionals assistents ja que **un 69,2% de les entitats consultades manifesten haver assolit les expectatives creades a priori** i un **10,3% afirma haver-les superat**. Tanmateix, un 18,6% afirmen que les expectatives generades abans d'acudir al Mercat eren més elevades.

INTRODUCCIÓ

VALORACIÓ DE L'IMPACTE ECONÒMIC DEL MMVV-MVLab 2014

VALORACIÓ DE LA QUALITAT DEL MMVV-MVLab 2015

Aspectes generals

Valoració de l'impacte econòmic

Valoració general

CONCLUSIONS

Conclusions:

El MMVV-MVLab 2014 incrementa el seu impacte econòmic sobre la indústria musical, internacionalitza la música catalana i fomenta la música en directe.

- ✓ L'impacte econòmic de l'edició de 2014 en la indústria musical va ser de **3.381.774,80€**, una xifra superior a la d'anys anteriors.
- ✓ Les **entitats privades** són les que generen major dinamisme econòmic en la indústria, seguides de lluny per les institucions públiques, i amb un protagonisme constant d'associacions i fundacions (compradors privats sense afany de lucre).
- ✓ Les entitats **estrangeres** han generat més del **25%** de la contractació total de música, més del doble que l'any anterior.
- ✓ El dinamisme econòmic del MMVV-MVLab s'observa en el fet que, gairebé la totalitat dels compradors enquestats afirmen que **han contractat d'altres grups musicals fora de la programació oficial**.
- ✓ **La contractació es fa principalment per a la música en directe** ja que la majoria de les actuacions s'han fet o es faran en sales de música.

Conclusions

El MMVV-MVLab 2015 contribueix a la cohesió i la innovació en la indústria de la música.

- ✓ **‘contactar i relacionar-se amb altres professionals del sector’** és el principal motiu per participar en el MMVV-MVLab per al 87,2% dels professionals. **‘Conèixer les novetats musicals’, ‘Conèixer el mercat’ i ‘Per posar-me al dia en tendències i poder innovar’**, són tres motius de pes per assistir-hi. Destacar que **‘Per internacionalitzar la meva activitat professional’**, es troba entre els motius principals i per davant del comprar o vendre música.
- ✓ **El 30% de les propostes musicals presentades eren novetats**, fet que fa del MMVV-MVLab un espai d’innovació i una plataforma de difusió de les noves creacions per part del sector.
- ✓ **El MMVV es diferencia d’altres esdeveniments similars pel capital social i el coneixement que s’hi genera i es comparteix**. Concretament: ser punt de trobada de la indústria de la música, la creació i manteniment de xarxes de col·laboració entre professionals i l’intercanvi de coneixement entre professionals.

Conclusions

El capital social generat pel MMVV-MVLab 2015 (xarxes de relacions) permet generar negoci més enllà dels dies de Mercat.

- ✓ Segons les entitats compradores, **durant els dies de durada del MMVV-MVLab 2015**, s'han signat un total de 210 contractes, amb una mitjana de 1 contracte i 1,3 passis per contracte. En total el valor econòmic d'aquestes transaccions ha estat d'**1.978.806 €** i una mitjana de 8.534 € per entitat.
- ✓ Segons les entitats venedores s'han signat un total de 218 contractes, amb una mitjana de 2,1 contractes per entitat i 3 passis per contracte de música El valor econòmic d'aquests contractes ha estat d'**1.529.869 €** en total.
- ✓ A més, gràcies al MMVV-MVLab tant els professionals compradors com els venedors generen i mantenen àmplies xarxes de contactes (més de 2.000 contactes) les quals, a més, han pres una dimensió internacional.
- ✓ Aquestes capital social farà que la contractació realitzada durant els dies de durada del MMVV-MVLab s'incrementi al llarg de l'any 2016.

Conclusions

El MMVV-MVLab és un esdeveniment de qualitat i un dels *hubs* principals del circuit comercial de la indústria de la música.

- ✓ La valoració mitjana global en aquesta edició 2015 ha estat de 7,39 (7,50 al 2014). Entre els millors valorats trobem aspectes organitzatius i molt especialment l'aplicació APP del Mercat (7,85).
- ✓ Globalment trobem una alta satisfacció entre els professionals assistents ja que un 69,2% de les entitats consultades manifesten haver assolit les expectatives creades a priori i un 10,3% afirma haver-les superat. Tanmateix, un 18,6% afirmen que les expectatives generades abans d'acudir al Mercat eren més elevades.
- ✓ El MMVV-MVLab **ha millorat la seva rellevància respecte d'altres esdeveniments similars** i és l'esdeveniment que més ressò hi, convertint-se així en un dels punts centrals del circuit comercial de la indústria musical.

Direcció: Dra. Soledad Morales Pérez

smoralespe@uoc.edu

Equip: Judit Barrullas Bonet

Carmen Pacheco Bernal

Universitat Oberta de Catalunya