



## Presentación

# Informe del Proyecto REBOOT — Competitividad del cine europeo: análisis comparativo de plataformas VOD en Europa (España)

Realizado en la Universidad Complutense de Madrid (UCM), dirigido por el IP del WP2 del proyecto HORIZON2020 REBOOT<sup>1</sup>, Dr. Fernando Ramos (ferramos@ucm.es) en coautoría con la Dra. Loreto Corredoira (loretoc@ucm.es). Ambos autores investigan sobre VOD y cine europeo desde 2020 cuando obtuvieron la Cátedra Jean Monnet Modern Times.

Presentación realizada en el MAFIZ. Festival de Málaga, 18/3/2025

## 1. Resumen ejecutivo

Este documento es una versión reducida del análisis realizado dentro del proyecto REBOOT (**Reviving, Boosting, Optimising and Transforming European Film Competitiveness**), financiado por el programa Horizon Europe de la Comisión Europea; analiza el panorama de las plataformas de Video on Demand (VOD) en Europa, centrándose en el caso en España.

El informe examina el impacto de los actores globales (Netflix, Amazon Prime Video, HBO/Max) y cómo dos de los operadores nacionales (Filmin, Atresplayer en España) se adaptan y compiten en un mercado en constante evolución.

Un punto clave es la implementación de la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual (AVMSD 2018) y su transposición a la legislación nacional, especialmente en lo que respecta a la promoción de obras europeas. En el caso español fue la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual (LGCA) la que incorporó dicha Directiva.

---

<sup>1</sup> <https://thereboot-project.eu/>





## 2. Introducción, objetivos y metodología del Proyecto

**Objetivo General:** Fortalecer la competitividad del cine europeo en el entorno digital.

**Objetivos Específicos (de esta presentación):** Analizar el impacto de las plataformas VOD en la producción, distribución y consumo de cine europeo.

- Evaluar las políticas y regulaciones que afectan al sector audiovisual en Europa.
- Identificar estrategias para impulsar la producción y distribución de obras europeas en el mercado digital.

**Metodología:** El proyecto REBOOT emplea una metodología mixta que combina análisis *cuantitativos* (datos de mercado —en algunos casos limitados—, análisis de fuentes primarias de los catálogos de las plataformas y por supuesto, las bases de datos como JustWatch.com, IMDB (Internet Movie Database) también los datos y análisis del Observatorio Audiovisual Europeo) y *cualitativos* (entrevistas con actores clave de la industria). Se ha analizado asimismo otros casos de estudio específicos de plataformas VOD en diferentes países europeos.

También se han desarrollado entrevistas de profundidad en el sector. Salvo en el caso de MAX hablamos al menos con dos directivos de cada VOD.

2

## 3. Contexto del Mercado VOD en Europa

**Desarrollo global y respuestas europeas:**

El mercado VOD ha experimentado un crecimiento significativo impulsado por avances tecnológicos y por la entrada de empresas globales como Netflix. La expansión de Netflix se destaca como un factor disruptivo clave.

Se han cumplido las estimaciones: *"Total consumer revenues grew from EUR 40.7 million in 2011 to EUR 844 million in 2014 (Grece, Observatorio Audiovisual Europeo, 2015)"*. Originalmente, las "majors" de Hollywood eran reacias a entrar en Europa debido a la fragmentación del mercado y la piratería, pero con motivo del COVID'19 algunas adelantaron o cambiaron sus estrategias (notablemente en el caso de Disney+).

## 4. Legislación de la UE

En este período de tiempo se ha implementado ya completamente en los 27 países miembros las medidas legislativas para el sector audiovisual previstas en la Directiva 2018 AVMSD. El informe analiza a fondo la transposición de la [AVMSD como parte de la Estrategia Digital europea](#) a las legislaciones de Polonia y España (se puede facilitar ese estudio si se desea).



REBOOT ([www.thereboot-project.eu](http://www.thereboot-project.eu)) has received funding from European Union's Horizon Europe Research and Innovation programme under Grant Agreement No. 101094769.





En el caso de España esto se llevó a cabo mediante la LGCA ya citada. Respecto a la autoridad de supervisión se mantiene a la CNMC, tal y como ya venía haciéndolo en el caso de la televisión (lineal y no lineal).

### Impacto de la AVMSD en el cine y obra audiovisual europea:

La Directiva —en lo que a los efectos de este informe sobre cine y audiovisual europeo importa— pretende:

- ✓ Extender el ámbito de la regulación de la Directiva anterior no sólo para los servicios audiovisuales de televisión sino a los servicios VOD/OTT, estableciendo además también obligaciones para *Agregadores de Contenidos* y los *Usuarios de Especial Relevancia* (UER), todos ellos de igual modo bajo supervisión de la CNMC.
- ✓ Estos últimos tiene una regulación diferente a los servicios audiovisuales lineales o a la carta, pero por primera vez se les exige la protección de menores y porque se les exige inscribirse en el [Registro estatal de prestadores del servicio de comunicación audiovisual del Ministerio para la Transformación Digital](#).
- ✓ La LGCA española introduce nuevos preceptos para *“los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal y televisivo a petición, ya sea en abierto o de pago, de ámbito estatal o superior al de una Comunidad Autónoma”*.
  - Tanto las televisiones como los VOD deben reservar el 30% de cuota de catálogo a *“obras europeas”* (que incluye *entretenimiento y actualidad*).
  - Y tendrán que invertir (prefinanciar) *“obras audiovisuales europeas”* (cine, series, documentales o animación) en función del volumen de facturación.
  - Las televisiones lineales tendrán que programar igualmente un 51% de obras europeas en sus parrillas diarias.
  - La diferencia entre ambas es que a las televisiones lineales **si se les exige** que *“el diez por ciento del tiempo de emisión total se reservará a obras europeas de productores independientes”* y la mitad de ellas producidas en los últimos años.
  - Respecto al VOD y a la televisión a la carta o a petición se prevé que las CCAA con lengua oficial podrán imponer obligaciones adicionales en su ámbito autonómico (art. 116.5). Cuestión que intentó el anterior Gobierno catalán y Filmin vió con preocupación.
- ✓ Igualmente se añadió como nueva obligación *para los VOD* y agregadores de contenidos el *contribuir a la financiación de RTVE (art. 6 LGCA)* en proporción a los ingresos brutos de explotación (del 1,5% al 3%) (Art. 6, 8-12) pudiendo deducir un 15% la cuantías por coproducciones con RTVE. Y la novedad es que también que tendrán que invertir en RTVE los operadores que no estando en suelo español, se dirijan a su territorio.

3





- ✓ Proteger a los consumidores, especialmente a los menores (a través de medidas tan importantes como implementar sistemas de verificación de edad y mecanismos de clasificación por edades por parte de las plataformas para compartir vídeos), mediante códigos de autorregulación (bastantes de estos todavía pendientes).

## 5. Análisis del Mercado VOD en España

**Evolución Histórica:** Antes de Netflix, el mercado español se caracterizaba por una diversidad de actores (operadores de telecomunicaciones, proveedores de contenido, *broadcasters*, productores de cine).

En cuando a actores españoles, en 2007, Filmotech surgió como una iniciativa de EGEDA para combatir la piratería, aunque cerró años después. La oferta de cine de los últimos 17 años ha venido vehiculada principalmente a través de **Filmin** y **Canal +** (luego llamado **Yomvi** y actualmente Movistar +). Desde 2007 a la actualidad se han sucedido distintas iniciativas que se detallan en el informe (incluyendo Wuaki.tv, hoy Rakuten).

### Actores clave:

#### Extranjeros

- **Netflix:** Su llegada en 2015 consolidó el modelo de suscripción (SVOD) y transformó el panorama, liderando en general el mercado español hasta 2024 en que empata con Prime Video.
- **MAX:** Es la evolución del canal de televisión por cable norteamericano HBO. Inicialmente, llegó a España en 2016 a través de un acuerdo con la operadora Vodafone. Ofrece una **amplia variedad de géneros**, destacando **drama, comedia y documentales**. En 2021 fue adquirida por WarnerMedia y se renombró como HBO Max; en 2023 tras la fusión con Discovery + pasó a denominarse MAX.
- **Prime Video:** Aterriza en España en 2017. Como VOD, produce su propio contenido y actúa como agregador de contenido. Su fortaleza es que se ofrece dentro del paquete de comercio electrónico Prime de Amazon por un coste anual inferior a otras suscripciones anuales.
- **Apple TV+:** **llegó a España en 2019** esta plataforma de la empresa tecnológica Apple Inc. Inicialmente solo estaba disponible en dispositivos con tecnología Apple, hasta que más tarde se hizo compatible con otros sistemas operativos.
- **Disney +:** lanzó su servicio en España en 2020 con un catálogo que incluía producciones de Fox, Pixar, Marvel, Star Wars y National Geographic.

4



REBOOT ([www.thereboot-project.eu](http://www.thereboot-project.eu)) has received funding from European Union's Horizon Europe Research and Innovation programme under Grant Agreement No. 101094769.





## Nacionales

- **Filmin:** Fundada en 2008, tiene su origen en la **industria del cine independiente español**. Destaca como una plataforma con una fuerte identidad europea y un catálogo especializado en cine de autor. Se ha posicionado como una plataforma que **apoya el cine independiente nacional**. Ha contado con gran soporte del programa MEDIA y está integrado en la red europea de VOD, EUROVOD, de la que es cofundadora.
- **Atresplayer:** Es la plataforma del grupo Atresmedia (Antena 3) creada en 2013 para dar acceso a series y programas del grupo (Antena 3, la Sexta, Neox and Nova), después de haber experimentado desde 2011 con el sistema VOD (“Lounge Mode”). Ofrece **contenido gratuito con publicidad** y una **opción premium sin anuncios**. En 2019 reformula con el nombre **Atresplayer Premium**, fortaleciendo el modelo de suscripción y ofreciendo contenidos exclusivos de producción propia. Atresplayer se basa en la "hiper-distribución" de contenidos a través de diferentes plataformas pues está disponible a través de Prime Video, pero también en Apple TV+. Antena 3 es así una de las pocas cadenas de televisión europeas que se ha asociado en el empaquetamiento de su catálogo con otras plataformas importantes.
- **Movistar Plus+:** La marca YOMVI de Sogecable fue una de las pioneras (2011), si bien en 2016 todos los servicios se englobaron en Movistar +. Movistar Plus + nace con esa marca en 2015, tras el cierre de Canal + y la toma de control por la operadora Movistar. Destaca como operador de telecomunicaciones y servicios audiovisuales que incluye canales temáticos y acceso a otras plataformas VOD (Netflix, Disney+) y, más recientemente también Apple TV+, SkyShowtime o MAX, con precios de “bundling” o paquetes de suscripciones a precios atractivos.

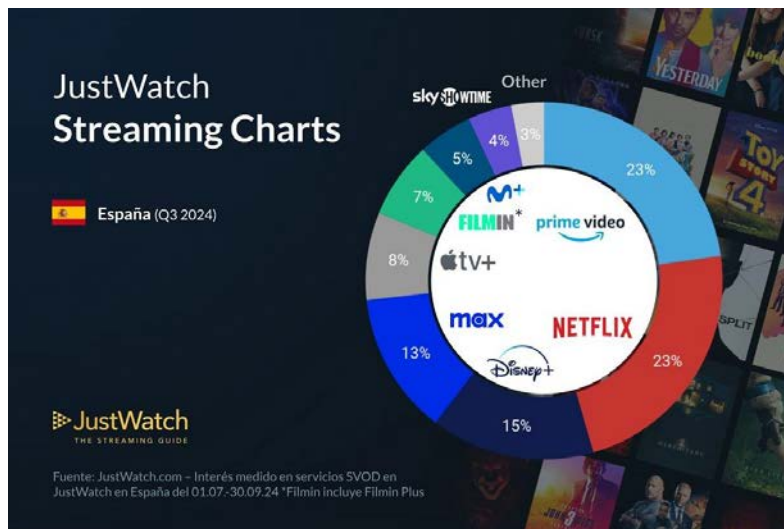
Datos de cuota de mercado disponibles (abajo: fuente JustWatch: tercer trimestre 2024), que han ido modificándose levemente los últimos 4 años: La situación da el liderazgo a cinco VOD norteamericanos, quedando Filmin y Movistar + en 6º y 7º lugar. En los “otros” están otras VOD españolas como Atresplayer. FlixOlé, MiTele o aContra+.

5



REBOOT ([www.thereboot-project.eu](http://www.thereboot-project.eu)) has received funding from European Union's Horizon Europe Research and Innovation programme under Grant Agreement No. 101094769.





## Cumplimiento de cuotas europeas de las tres VOD analizadas

*Nota de los autores:* Los datos se han obtenido de la CNMC, así como de entrevistas con directivos de las empresas. Los informes anuales de cumplimiento de obligación tanto de cuota europea como de prefinanciación de obras europeas suelen salir con un retraso de 2 ó 3 años. Además, a menudo se producen quejas y reclamaciones por parte de operadores, y ha habido que cotejar el expediente completo<sup>2</sup>.

- ✓ **MAX.** Confirmamos que cumple con los requisitos de la Directiva europea y Ley General de Comunicación Audiovisual (LGCA) al superar el 30% de contenido europeo en su catálogo: en películas, más del 35% son obras audiovisuales europeas, y en series, cerca del 30%.
- ✓ **Filmin:** Como plataforma destacada por una fuerte identidad europea cuenta con un catálogo del **61% de obras de origen europeo** y un 33% de obras en lenguas españolas. Filmin ha visto con preocupación la posible reforma legal que obligaría a más producción de cine en catalán que se planteó en 2023 en el gobierno autonómico anterior, elevando protesta a través de la Asociación Española [de VOD \(AEVOD\)](#).
- ✓ **Atresplayer:** La plataforma de VOD del grupo Atresmedia cumple la cuota. Es importante anotar dos cuestiones: una, que la "obra europea" en la Directiva contempla la inclusión de deportes y concursos. En ese sentido la cuota ha sido del "50-60 % de nuestro catálogo de obras europeas son obras audiovisuales (principalmente series) y el 40 % son obras europeas que no son audiovisuales» (es decir, entretenimiento y programas de actualidad), (entrevista con Miguel Langle, Atresmedia). Y, dos, que, de acuerdo con el *Convenio del Consejo de Europa sobre la Televisión Transfronteriza (1989)* adaptado al Brexit en 2021 la definición de "obra

<sup>2</sup> Por ejemplo, véase este de AMAZON Digital de 2022. <https://www.cnmc.es/sites/default/files/5754129.pdf>





audiovisual europea" incluye producciones del Reino Unido y Turquía. Ambos tipos de producciones son importantes en Atresmedia (las británicas en el VOD y las turcas en televisión abierta).

## Datos de cumplimiento de la inversión en obra europea

Las plataformas VOD que tienen más obligaciones son las que facturen más de 50 millones de euros, tengan o no su sede en el país siempre que se dirijan a España «*deben destinar anualmente el cinco por ciento de dichos ingresos a la financiación de obras audiovisuales europeas, a la compra de derechos de explotación de obras audiovisuales europeas ya terminadas y/o a la contribución al Fondo de Protección Cinematográfica o a la contribución al Fondo para la promoción de la cinematografía y las obras audiovisuales en lenguas cooficiales distintas del español*». De este 5%, al menos el 70% debe ir a producciones de productores independientes. De esta subcuota, dedicarán un mínimo del 15% a obras en lenguas oficiales autonómicas, considerando su peso poblacional y asegurando al menos un 10% para cada una. Y, como novedad también en el Derecho audiovisual español, un mínimo del 30% a obras creadas o dirigidas exclusivamente por mujeres.

Las VOD cuyos ingresos estén entre 10 y 50 millones de euros, tengan o no su sede aquí, siempre que se dirijan a España, deben cumplir igualmente el requisito del 5% de la misma manera que se ha dicho. También en producciones independientes. No se les exigen las lenguas cooficiales.

Como ya se ha dicho, la CNMC controla y monitoriza estas aportaciones y publica un informe anual, aportando la transparencia requerida. La CNMC lo ha hecho público (2024c), aunque omitiendo el título de las obras concretas por considerarse datos confidenciales.

- Según datos de noviembre de 2024, **Netflix** ha invertido 68 millones de euros en diferentes obras en virtud de esta obligación.
- En el caso de **Atresmedia** —con datos de 2022—, el mismo organismo calculó 94,9 millones de euros.
- Por último, en el caso de **Filmin**, la empresa presentó 20 millones de euros de ingresos y 1,5 millones invertidos en producciones europeas para el ejercicio fiscal 2022.

Reproducimos por su interés esta tabla del informe CNMC del ejercicio de 2021 (FOE/D TSA/034/22 INFORME FOE 2021, pg. 15).



REBOOT ([www.thereboot-project.eu](http://www.thereboot-project.eu)) has received funding from European Union's Horizon Europe Research and Innovation programme under Grant Agreement No. 101094769.



Tabla 6: INVERSIÓN POR TIPO DE OBRA (en €)<sup>7</sup>

PRESTADOR	CINE ESPAÑOL	CINE EUROPEO (No español)	PELICULAS TV ESPAÑOLAS	PELICULAS TV EUROPEAS (No español)	SERIES ESPAÑOLAS	SERIES EUROPEAS No españolas	TOTAL INVERSIÓN 2021
TELEFONICA	11.917.150,00	2.247.875,00	0,00	0,00	51.316.556,77	390.000,00	65.871.581,77
ATRESMEDIA	24.338.732,66	0,00	521.420,00	0,00	39.388.928,89	0,00	64.249.081,55
MEDIASET	13.670.384,00	250.000,00	0,00	0,00	15.592.000,00	1.614.000,00	31.128.384,00
MULTICANAL	0,00	0,00	0,00	280.000,00	173.312,00	21.072.657,17	21.525.969,17
CRTVE	15.178.388,32	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	15.178.388,32
RLJ ENTERTAINMENT	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	10.344.828,85	10.344.828,85
NBCU	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	9.025.413,93	9.025.413,93
DISNEY	600.000,00	0,00	0,00	0,00	1.600.000,00	5.417.081,68	7.617.081,68
VIACOM	2.471.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2.568.000,00	5.039.000,00
ORANGE	1.760.000,00	0,00	0,00	0,00	1.061.000,00	0,00	2.821.000,00
SONY	1.475.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.475.000,00
FILMIN	465.000,00	122.000,00	0,00	38.792,10	499.375,00	336.000,00	1.461.167,10
NET TV	345.000,00	0,00	0,00	0,00	800.000,00	222.000,00	1.367.000,00
VODAFONE	1.354.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.354.000,00
RAKUTEN	0,00	0,00	0,00	649.000,00	0,00	15.000,00	664.000,00
VEO TV	519.153,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	519.153,00
COSMOPOLITAN	435.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	435.000,00
EUSKALTEL	125.572,37	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	125.572,37
<b>TOTAL</b>	<b>74.654.380,35 €</b>	<b>2.619.875,00 €</b>	<b>521.420,00 €</b>	<b>967.792,10 €</b>	<b>110.431.172,66 €</b>	<b>51.004.981,64 €</b>	<b>240.199.621,74 €</b>
<b>TOTAL (en %)</b>	<b>31,08%</b>	<b>1,09%</b>	<b>0,22%</b>	<b>0,40%</b>	<b>45,97%</b>	<b>21,23%</b>	<b>100,00%</b>

## 6. Recomendaciones de Política

- En el contexto de una investigación más amplia sobre el impacto de las políticas cinematográficas de la UE en diversos ámbitos culturales e industriales del cine, este informe ha constatado la relevancia del mercado del vídeo a la carta **para las diferentes áreas del industria del cine europeo (producción, distribución y exhibición)**.
- El informe destaca la necesidad de seguir manteniendo políticas públicas que fomenten la producción y distribución de obras europeas, protejan la diversidad cultural y garanticen una competencia justa en el mercado VOD, pues sus efectos han sido positivos. En general, en lo que respecta a la Directiva 2018/1808 de la UE, el informe considera positivo su resultado en lo que respecta al crecimiento de la producción europea. **Las plataformas deben seguir promoviendo los contenidos europeos, no solo para cumplir con la Directiva, sino también para competir eficazmente en Europa, donde el mercado sigue dominado por los actores globales.**
- Internamente, en España, se recomienda fortalecer la CNMC (en personal y recursos) en su división de Audiovisual por el crecimiento de obligaciones de supervisión derivadas de la AVMSD. **El refuerzo de la colaboración entre las plataformas y las autoridades es esencial para mejorar el intercambio de datos, los mecanismos de supervisión y las auditorías periódicas.** La información recopilada por las autoridades nacionales debería ponerse a



disposición de todas las partes interesadas y de los operadores históricos con carácter anual para fomentar la transparencia y la rendición de cuentas.

- **Recomendamos que la próxima Directiva sea más específica en cuanto a cumplimiento y transparencia.** Para lograrlo se debería exigir a las plataformas de VOD que proporcionen datos detallados y de acceso público sobre sus ofertas de contenidos, en particular las producciones europeas y no nacionales, en un formato que sea fácilmente accesible y fácil de usar, garantizando evaluaciones precisas del cumplimiento de la AVMSD y de las normativas nacionales.
- El cumplimiento **de estas obligaciones debe ser obligatorio, en beneficio tanto del interés público como de los intereses del mercado.** Además, deberían establecerse marcos normalizados de presentación de datos para ayudar a los organismos reguladores a evaluar los contenidos de las plataformas.
- Las obligaciones de **financiación también deberían contribuir a fomentar la industria cinematográfica en ambos países.** Más allá de su impacto inmediato en la financiación, creemos que estas formas de intervención jurídica y fiscal tienen un efecto positivo significativo en la competitividad de las industrias cinematográficas nacionales y europeas, y recomendamos que se siga apoyando este tipo de medidas. A la luz de la rápida transformación que ha seguido a la COVID-19, los productores españoles y polacos han expresado su **preocupación por la posición de los productores de cine independiente en un panorama mediático impulsado por las plataformas.**
- Estas disposiciones legales **pueden ser fundamentales para fomentar la competitividad de una manera que refleje la diversidad de la industria cinematográfica (y audiovisual) europea.** Esto permite aprovechar su ventaja paradójica: en este ecosistema con diversas voces y actores, incluyendo micro, pequeñas y medianas empresas, participan y colaboran estratégicamente para impulsar proyectos que se distribuyen de múltiples maneras en distintos países del mercado interior. Esto crea un modelo mejor equipado para garantizar la diversidad cultural y los valores democráticos típicamente asociados con el proyecto europeo.
- Por último, la futura política europea debería **animar a las plataformas a diversificar sus ofertas de contenidos europeos** para cumplir objetivos más amplios en cuanto al origen de los contenidos.



## 8. Referencias e informes públicos destacados

- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) (2023c) *Resolución por la que se resuelve el procedimiento sobre el control de la financiación anticipada de la producción de obras europeas, por parte de Comunidad Filmin, S.L., dirigido al cumplimiento de la obligación establecida en el artículo 5.3 de la ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, relativa al ejercicio 2022.* <https://www.cnmc.es/sites/default/files/5076060.pdf>
- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) (2024a). *Informe sobre el cumplimiento en el ejercicio 2021 de la obligación de financiación anticipada de la producción europea de películas cinematográficas, películas y series para televisión, documentales y series de animación.* Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. <https://www.cnmc.es/sites/default/files/5441250.pdf>
- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) (2024b). *Resoluciones de expedientes de promoción de obra europea en el ámbito audiovisual.* [https://www.cnmc.es/listado/sucesos\\_audiovisual\\_promocion\\_obra\\_ultimas\\_resoluciones/block/250](https://www.cnmc.es/listado/sucesos_audiovisual_promocion_obra_ultimas_resoluciones/block/250)
- La CNMC audita el cumplimiento de la obligación de financiar películas y series europeas durante 2020, Nota de prensa 14 de enero 2022. CNMC: Audiovisual <https://www.cnmc.es/prensa/FOE-2020-20220114>
- European Audiovisual Observatory (2023). *Key Trends 2022/2023: Extensive report on cinema, television and VoD in Europe.* (Report). <https://rm.coe.int/yearbook-key-trends-2022-2023-en/1680aa9f02>
- European Audiovisual Observatory (2023). *World Film Market Trends.* European Audiovisual Observatory. (Report). <https://rm.coe.int/focus2023/1680af8b6f>
- European Audiovisual Observatory (2024, September). *9 out of 10 of the most widespread TV and VOD groups in Europe are US-based.* <https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/-/9-out-of-10-of-the-most-widespread-tv-and-vod-groups-in-europe-are-us-based>
- European Audiovisual Observatory (2024, November). *Lumiere Database.* <https://lumiere.obs.coe.int/search>

10



## Anexo I: Historia del VOD en España

*Extracto del Cap. 5 del Informe con fechas clave*

Since 2007 a set of companies started to set the scene for the later transformation:

In **2007, Filmotech** was born. It was a VOD portal created by EGEDA (Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales). Its creation was an initiative directly focused on combating piracy. Its catalogue specialized in Spanish films, and until 2009, it offered transactional viewing (TVOD). In the long term, its economic viability was not assured and Filmotech closed in 2019.

In **2008 Filmin** was created as an initiative coming from the independent (that is, not part of global majors) film industry (mainly the distribution company Cameo). Initially based on *day-and-date* release model, it then moved to a combined subscription and transactional system. Its catalogue was and is still mainly based on **independent and European cinema**. It stands out for its editing design based on cinephile criteria, being a platform focused on a niche audience. Since 2022, it has been producing and distributing in cinemas its own content. Filmin will be analysed separately later in this chapter.

**Wuaki TV**, an exclusive online exploitation service, was created in **2009**. It operates throughout Europe, is based on the SVPD system and its catalogue is focused on North American releases and productions. In 2012 it was acquired by the Japanese eCommerce company Rakuten, and in 2017 it changed its name to Rakuten (online retailer in Japan) and in **2017 it was renamed Rakuten.tv**.

In **2011 Yomvi** appeared, a platform belonging to Canal+, a private satellite TV channel which was part of the media conglomerate Sogecable (PRISA group since 2010). It offered an integrated or subscription-based VOD service. In 2015 it became part of Movistar Plus+.

In **2013 Nubeox was started**, later becoming **Atresplayer**. This was the proprietary platform of the private television channel Antena 3, which belonged to the Atresmedia group. Initially, it operated as an *a la carte* television platform, but since **2019** it has also offered a paid service, **Atresplayer Premium**, and has begun to strengthen the line dedicated to exclusive productions.

The reason to consider 2014-15 a key year in the transformation of the market is twofold and follows national and international developments:

The change initially was brought about through some key transformations in the local context: the **acquisition of Canal+ by the major telecommunications provider Movistar** and that of Ono by the international Vodafone. Canal+ had originally belonged to the media conglomerate Prisa, which was also behind Yomvi, the first streaming application in the private television sector. With this move, channels and content were integrated into Movistar Plus+ and Vodafone One, the new platforms of the country's leading telecommunications groups. After



the merger, Yomvi ceased to exist as an independent platform and was absorbed into the Pay-TV offer from Movistar Plus+.

**Netflix** landed in Spain in 2015. It was soon followed by HBO (in 2016) and Amazon Prime Video (in 2017) in what were the first steps of a bigger transformation of the national market pushed by international players. The arrival of the global operators reshaped the national VOD landscape, increasing the competition for local operators and consolidating the (s)VOD consumption model and its acceptance by audiences. The Spanish transformations should be thus read in a more general context. That same year Netflix completed its global expansion, being available in more than 190 countries, invested in the breadth of its catalogue, developed through licenses and originals.

**In terms of consumption models, these changes also meant the definitive establishment of the subscription as opposed to the transactional model.** But its impact on the industry went beyond that. In 2019, Netflix opened its European production headquarters in Tres Cantos (Madrid), which since then have been gradually expanded.

- Further international players followed the transforming example of Netflix:
- **HBO**, the platform of the private American cable television channel HBO, arrived in 2016, supplying mainly its own content. In **2021** HBO was acquired by Warner Bros and became **HBO Max**. Its case will be analysed individually in the next section.
- In **2017, Amazon Prime Video**, the platform of the American e-commerce company Amazon, also began operating in Spain. Prime Video is an additional VOD service offered to users with an Amazon Prime account. As a VOD, it produces its own content and acts as a content aggregator, although at the beginning its content was scarce, from 2021 to 2023 it has increased its original plan of productions and reached key agreements to integrate subscriptions with local platforms such as FlixOlé, acontra+ and Atresplayer.
- **2017** saw the launch of **Sky**, the platform of the British cable TV channel Sky, owned by the British media company Comcast. The platform focused on online television content and European productions. In 2020 it ceased its activity in Spain and **in 2023 it reappeared merged with Paramount, as Sky Showcase**, offering content from Universal, DreamWorks, Sky, Nickelodeon, Showtime and Paramount Pictures.
- In **2018**, the American platform **FilmStruck** arrived on the Spanish market, dependent on the Turner and Warner Bros. FilmStruck had a catalogue specialising in American independent films and arthouse cinema. It also streamed the catalogue of The Criterion Collection. Its presence in the market was, however, very limited: although its adaptation to the Spanish market included the marketing of titles by local distributors such as Wanda and A Contracorriente, it ceased its activity only six months after its appearance.
- In **2019 Apple TV+** arrived in Spain, dependent on the technology company Apple Inc. Its catalogue includes series and films produced exclusively by the company itself. It was initially available only on Apple technology devices, until it later became compatible with other operating systems.
- In **2020** (following the strong impact of the lockdown due to the COVID-19 pandemic), **Disney+** launched its activities in Spain with a catalogue that included productions from Fox, Pixar, Marvel, Star Wars and National Geographic. Its arrival in Spain reinforced the major studios

position in the national film market and marked the end of the initial phase of rapid growth that left an increasingly diversified and saturated ecosystem with a strong dependence on global players.

As a result of the growing competition, national VOD services were soon forced to **redefine their strategies**. **Initially, private telecom operators** were interested in creating unitary convergent packages, where TV and VOD content were presented as an add-on. Over time, as demand increased and competition grew, the leading companies decided to offer them as stand-alone services.

- First, **Movistar Plus+** was launched, following the takeover of Canal+ by Telefónica, the country's leading telecommunications company. Initially it was offered as an integrated service for phone users, until 2019 when the company created **Movistar+ Lite** as a standalone subscription (that is, that could be accessed separately from telephone and internet services). Movistar Plus+ has several thematic channels, an online TV service and includes access (at an additional cost) to other VOD services such as Disney+, Atresplayer Premium.
- Growing competition also involved **new alliances** that could help cope with an increasingly saturated market. In 2018, Movistar Plus+ started to offer Netflix, as part of an agreement which was only active for Spain and Latin America. Today, Atresplayer is also aggregated.
- In that same year appeared **Vodafone One**, which belonged to the telecommunications company Vodafone, after the latter took over the cable company Ono. As a VOD service, Vodafone One can only be contracted as an integrated television service. It also allows additional subscription to Netflix (since 2016) and HBO (since 2017).

13

**Free-to-air broadcasters** were also reacting to the arrival of global streaming services, increasingly betting on their own platforms, improving the catalogue with their own productions and offering pay-per-view modalities. The first relevant launch, in 2008, came with the website of the national public broadcaster **RTVE**. Its original concept was more focused on the idea of public service than on the competition with other operators. Initially, the website provided mainly on-demand access for the content originally broadcast in free-to-air format. However, as years went by and competition grew, RTVE has been committed to the expansion of new content and thematic channels.

In 2019, the two new additions to the market came from the two main national private broadcasters: **Atresplayer Premium**, which was the streaming service from the Atresmedia group, and **Mitele Plus**, from Mediaset. The new services pushed also the creation of thematic channels focused on attracting new generations of viewers, who were less dependent on a linear television schedule: Flooxer, MtMad and Playz (Clares-Gavilán et al., 2019, p. 134).

This market's transformation was accompanied by growing consumption. In 2022, still under the impact of COVID-19 pandemic, 60% of Spanish households paid OTT services (Stoll, 2023). In comparison, only around 40.5% of the country's population had access to OTT content in 2019.



## ANEXO II. Principales puntos de la transposición de la Directiva AVMSD a la ley española

### Resumen del Cap. III del informe

Entre los objetivos perseguidos por la LGCA española que incorporó la AVMSD, este informe destaca los siguientes que afectan directamente a los servicios de VOD:

#### A. Ampliación del ámbito de aplicación de la ley

Nos detenemos en este punto (*scope* de la Directiva) ya que se ha producido un cambio en los principales sujetos obligados. Mientras que la anterior Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (LGCA) se centraba en la televisión digital, «la nueva ley también examina en detalle las plataformas de pago por streaming y alcanza a los servicios de intercambio de vídeos a través de plataformas e incluso a los usuarios de especial relevancia» (Pina & Marzo, 2022). Por lo tanto, estos nuevos actores ahora están obligados a inscribirse en el Registro Estatal del Ministerio de Transformación Digital<sup>3</sup>. A partir de 2023, esto incluye no solo a los “proveedores de servicios de comunicación audiovisual”, sino también a los “proveedores de servicios de intercambio de vídeo a través de plataforma” y a los “proveedores de servicios de agregación de comunicación audiovisual”, siempre que estuvieran establecidos en España.

**B. En cuanto a la promoción y financiación de obras europeas, se establecieron dos nuevas obligaciones para el sector VOD** como medio de promoción y fomento de las obras que conforman el patrimonio audiovisual europeo: por un lado, *obligaciones de reserva de cuota o catálogo* y, por otro, *obligaciones de prefinanciación*. Además, como particularidad de España, se añaden *obligaciones de financiación de la corporación RTVE*.

En cuanto a **las obligaciones de cuota** la LGCA establece que, mientras que los canales de *televisión lineales* (véase el art. 115) deben cumplir con una cuota de tiempo de emisión y horas de obras europeas (51 % de obra audiovisual europea, de los que la mitad debe ser en la lengua del Estado o autonómicas), las televisiones *no lineales* y los *proveedores de servicios de VOD* deben destinar al menos el **30 % de su catálogo a obras europeas**, e igualmente, la mitad de este porcentaje debe reservarse para obras en la lengua oficial del Estado o en una de las lenguas oficiales de las Comunidades Autónomas.

---

<sup>3</sup>Véase

[https://avancedigital.mineco.gob.es/mediosaudiovisuales/Television/Paginas/registro\\_estatal\\_prestadores\\_servicios\\_comunicacion\\_audiovisual.aspx](https://avancedigital.mineco.gob.es/mediosaudiovisuales/Television/Paginas/registro_estatal_prestadores_servicios_comunicacion_audiovisual.aspx)



- ✓ La diferencia entre ambas es que a las televisiones lineales **si se les exige** que “*el diez por ciento del tiempo de emisión total se reservará a obras europeas de productores independientes*” y la mitad de ellas producidas en los últimos años.
- ✓ Respecto al VOD y a la televisión a la carta o a petición se prevé que las CCAA con lengua oficial podrán imponer obligaciones adicionales en su ámbito autonómico (art. 116.5).

En relación con **la obligación de prefinanciación de cine europeo**, el art. 117 establece que deberán invertir en cine tanto “*los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal o a petición establecidos en España y que prestan sus servicios en España*”, como “*los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal o a petición establecidos en otro Estado miembro de la Unión Europea que dirigen sus servicios a España*”.

Se trata este último de un punto específico de la transposición española: **los VOD que no están establecidas en España** deben cumplir con la nueva cuota de financiación de obras audiovisuales europeas (**cine, series, documentales o animación**), como también lo han venido haciendo los canales de televisión públicos y privados durante los últimos 30 años en este país.

La contribución a la financiación anticipada de obras europeas dependerá de sus ingresos computables por la prestación de servicios audiovisuales en territorio español, habiéndose fijado **tres niveles o categorías con diversas obligaciones**:

- a) Las plataformas **VOD que facturen más de 50 millones de euros**, tengan o no su sede en España, deben cumplir estos requisitos (art. 119.2 LGCA):
  - ✓ Destinar anualmente el 5 % de dichos ingresos **a la financiación de obra audiovisual europea**: «*destinarán anualmente el cinco por ciento de dichos ingresos a la financiación de obra audiovisual europea, a la compra de derechos de explotación de obra audiovisual europea ya terminada y/o a la contribución al Fondo de Protección a la Cinematografía o a la contribución al Fondo de fomento de la cinematografía y el audiovisual en lenguas cooficiales distintas al castellano*».
    - De este 5% un mínimo del **setenta por ciento** deberá destinarse a **obras audiovisuales producidas por productores independientes**, por iniciativa propia o por encargo. De esta subcuota:
      - ✓ Un mínimo del *quince por ciento* a obras audiovisuales en **lenguas oficiales** de las Comunidades Autónomas, teniendo en cuenta su peso poblacional y reservando, al menos, un diez por ciento para cada una de ellas.
      - ✓ Un mínimo del *treinta por ciento* a obras audiovisuales **dirigidas o creadas exclusivamente por mujeres**.

- b) Los **VOD que facturen de 10 a 50 millones de euros** (art. 119.3 LGCA):





- ✓ Dedicarán igualmente el 5 % de dichos ingresos, exigiéndoseles únicamente que de esa cantidad anual, reserven **el 70% a la producción independiente**: *“el total de la obligación de financiación del prestador deberá respetar un mínimo de un setenta por ciento destinado a obras audiovisuales producidas por productores independientes por iniciativa propia o por encargo, conforme a lo dispuesto en el artículo 112, en la lengua oficial del Estado o en alguna de las lenguas oficiales de las Comunidades Autónomas”*

c) Finalmente se establece que estarán exentos de esta obligación los VOD si los ingresos computables son **inferiores a 10 millones de euros** (art. 119.4 LGCA).

## Modos de contribuir al cine europeo

El informe destaca lo interesante de las formas de contribución previstas que pueden consistir en *“la **participación directa en la producción de las obras**, mediante la **adquisición de los derechos de explotación** de las mismas y/o mediante la **contribución al Fondo de Protección a la Cinematografía** cuya gestión le corresponde al Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (..), o mediante la contribución al **Fondo de fomento de la cinematografía y el audiovisual en lenguas cooficiales** distintas al castellano (art. 117.4)”,* aspecto en los que la LGCA remite a la Ley 55/2007, de Cine.

En relación con el “control” o supervisión de la inversión, esta política representa un cambio significativo, ya que implica que el organismo regulador del sector audiovisual, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), será la que supervise el cumplimiento de esta obligación de financiación anticipada por parte de empresas o *“prestadores de servicios de comunicación audiovisual de ámbito estatal y de los prestadores establecidos en otro Estado miembro de la Unión Europea que dirigen sus servicios a España, previo dictamen preceptivo del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales”*.

En este estudio hemos manejado los expedientes de estas plataformas que operan en España o que se dirigen al mercado español: Netflix (NETFLIX INTERNATIONAL B.V. ), MAX (HBO Nordic AB), Prime Video (ADUK (AMAZON DIGITAL UK LIMITED)).

16



REBOOT ([www.thereboot-project.eu](http://www.thereboot-project.eu)) has received funding from European Union's Horizon Europe Research and Innovation programme under Grant Agreement No. 101094769.



## Sobre el cumplimiento de las «cuotas de emisión de obras europeas»

En España en aplicación de la **Directiva Audiovisual de 2018 (revisión de la AVMSD)**, la CNMC publicó una resolución sobre el cumplimiento del Capítulo III del Título VI de la LGCA sobre «cuotas de emisión», «prefinanciación» y criterios para «exenciones» (CNMC, 2024b). El regulador español también está a la espera del decreto sobre el desarrollo de las obras europeas en el que se determinará la autoridad (regional o nacional) a la que está sujeto el proveedor de contenidos y en el que se prevé la cuestión de la “prominencia” de la obra europea y la diversidad lingüística.

## Sobre la obligación de financiar RTVE (“tasa RTVE”)

Otra especificidad del Derecho audiovisual español se refiere a la **financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española (RTVE)**: según la Ley de Financiación de RTVE<sup>4</sup> los nuevos actores audiovisuales, es decir, *“los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal y televisivo a petición, ya sea en abierto o de pago, de ámbito estatal o superior al de una Comunidad Autónoma, que deban inscribirse en el Registro estatal de prestadores del servicio de comunicación audiovisual, de prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma y de prestadores del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual”* están obligados a contribuir con un 1,5 % las televisiones lineales de pago, los VOD, los agregadores de contenidos y las plataformas de intercambio de video, tanto si están establecidos en España como en otro país de la UE, y con un 3% los servicios de televisión lineal en abierto.

17

**Esta disposición se aplica tanto a las empresas españolas como a las de otros países de la Unión Europea, siempre que ofrezcan sus servicios en España.** En otras palabras, este cambio implica una nueva obligación para las plataformas de vídeo a la carta (VOD) y de intercambio de vídeos, como Netflix, HBO, YouTube, etc., de realizar una contribución anual al presupuesto de la cadena pública española RTVE.

La LGCA estipula que esta contribución se calculará sobre los ingresos brutos de explotación facturados en el año correspondiente, que comprenden únicamente los ingresos obtenidos como proveedores de servicios en el mercado audiovisual español. Y habrá excepciones para pequeñas empresas. Antes de la promulgación de la LGCA, estos datos solo los proporcionaban las cadenas de televisión<sup>5</sup>.

Respecto al cálculo de estas cantidades en empresas con ambos servicios, como es el caso de *Atresplayer* y *Atresmedia*, establece la Ley que *“cuando un mismo prestador del servicio de*

---

<sup>4</sup> Modificada por la Disposición final cuarta de la LGCA. Dando nueva redacción al Art. 6 de la Ley de financiación de la Corporación RTVE (Ley 8/2009, de 28 de agosto de 2009).

<sup>5</sup> Véase, por ejemplo: Dircomfidencial.<https://dircomfidencial.com/medios/los-operadores-de-tv-y-telecomunicaciones-abonaron-160-me-a-rtve-el-ano-pasado-20230705-0405/>



*comunicación audiovisual ofrezca servicios de comunicación audiovisual televisivos lineales en abierto, servicios de comunicación audiovisual televisivos lineales de acceso condicional o servicios de comunicación audiovisual a petición se aplicará el 3 por ciento sobre la parte de los ingresos brutos procedentes de los servicios de comunicación audiovisual televisivos lineales en abierto, y el 1,5 por ciento sobre los ingresos brutos procedentes de los servicios de comunicación audiovisual televisivos lineales de acceso condicional o de los servicios de comunicación audiovisual a petición” (Art. 6 Ley 8/2009).*

**C. Normativa sobre protección de los consumidores, incluidos los menores:** Al igual que otros operadores audiovisuales, los VOD (y los proveedores de contenidos generados por los usuarios de especial relevancia<sup>6[5]</sup>) están obligados a proporcionar información sobre contenidos que puedan ser perjudiciales para los menores a través de sistemas de clasificación por edades, y a filtrar el acceso a los usuarios menores de edad. Con este fin, se han modificado varios aspectos descritos en el artículo 99 del Título VI de la LGCA, que implican:

- La implementación de un sistema de clasificación por edades
- El desarrollo de sistemas de verificación de la edad y mecanismos de clasificación por edades por parte de las plataformas de intercambio de vídeos.
- La prohibición de la publicidad subliminal, el tabaco, los cigarrillos electrónicos y cualquier publicidad que atente contra la dignidad humana o utilice la imagen de la mujer de manera degradante.

Sin embargo, estos requisitos no se han aplicado hasta ahora (septiembre de 2024), a la espera de nuevas normativas administrativas y de la aprobación de códigos deontológicos autorreguladores. Para concluir, cabe señalar que la transposición española (art. 7 LGCA. Personas con discapacidad) prevé la regulación de estas cuestiones a través de un futuro acuerdo autorregulador sin ninguna obligación en particular.

---

<sup>6</sup> Es decir, aquellos que tengan más de un millón de abonados, 300 .000 de ingresos y haber producido al menos 24 al año, según lo establecido por el Real Decreto 444/2024, de 30 de abril, que regula los requisitos a efectos de ser considerado usuario de especial relevancia de servicios de intercambio de vídeos a través de una plataforma, en desarrollo del artículo 94 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, Ley General de Comunicación Audiovisual. Disponible en <https://www.boe.es/eli/es/rd/2024/04/30/444>