



ESTUDIO  
DE MERCADO

---

2022



# El mercado de la producción cinematográfica y los festivales de cine en Canadá

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Toronto

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



ESTUDIO  
DE MERCADO

16 de noviembre de 2022  
Toronto

Este estudio ha sido realizado por  
Melody García Medina

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Toronto

<http://Canada.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-22-014-8



# Índice

1. Resumen ejecutivo	4
2. Definición del sector	6
3. Producción cinematográfica en Canadá	7
3.1. Producción	7
3.2. Telefilm Canada	10
3.3. Coproducción	11
3.4. Acuerdo de coproducción audiovisual entre el Gobierno de Canadá y el Gobierno de España	14
3.5. Certificación de contenido canadiense	15
4. Distribución cinematográfica en Canadá	17
4.1. Distribución de películas	17
4.2. Distribución de programas de televisión	18
4.3. Industria de la distribución cinematográfica en Canadá	18
4.4. Exhibición de contenidos y audiencias	20
4.5. Política regulatoria de contenido canadiense	23
5. Festivales de cine en Canadá	25
5.1. Toronto International Film Festival	25
5.2. Hot Docs	26
5.3. Ottawa International Animation Festival	27
5.4. Vancouver International Film Festival	27
6. Percepción del contenido audiovisual español	29
7. <i>Spain Audiovisual Hub of Europe</i>	31
8. Recomendaciones	36



# 1. Resumen ejecutivo

El sector audiovisual ha experimentado una transformación global en los últimos años. La revolución digital, la aparición de nuevos modelos de negocio y la accesibilidad de las nuevas tecnologías han supuesto un punto de inflexión por el que, tanto la producción como la difusión de contenidos, se han superpuesto a los límites establecidos en los mercados de todo el mundo. La aparición de diferentes plataformas de contenido audiovisual bajo demanda ha otorgado al cliente el poder de decidir qué, cuándo y cómo consumir de entre la variedad de contenidos disponibles en estas.

Por otro lado, los festivales de cine son como pequeños mercados de exposición y promoción de contenido, en los que, gracias a la participación de productores, distribuidores y otros agentes del sector, no sólo se facilita el acceso al mercado, sino que también se generan oportunidades de negocio, y se fomentan, a su vez, relaciones entre los diferentes agentes presentes en la industria.

La industria del cine y la televisión en Canadá es uno de los sectores económicos más importantes del país, una actividad económica caracterizada por su naturaleza creativa y dinámica, con una capacidad generadora de riqueza y empleo en diversidad de oficios y en cada una de las provincias del país.

Durante la última década en Canadá, la industria ha duplicado su tamaño, con la aparición y consolidación de estudios de presencia global que han generado el 90 % del crecimiento total. De la misma manera, el aumento en el número de los servicios de retransmisión en línea ha sido un elemento clave en la atracción de inversiones destinadas a la producción, con el incremento en la demanda de contenidos en los mercados de todo el mundo, y un valor total de la producción estimado en 290 millones de dólares canadienses en 2020. A pesar de que la industria sólo operó a plena capacidad durante la segunda mitad del año 2021, el volumen total de la producción en Canadá alcanzó los 268 millones de CAD, un 7,58 % inferior al volumen registrado en el último ejercicio, y una creación de más de 216.660 puestos de trabajo en todo el país.

Canadá y Estados Unidos conforman uno de los mercados cinematográficos más importantes del mundo. En 2021, la recaudación en taquilla en Canadá alcanzó los 343 millones de dólares canadienses, un valor que, pese a suponer un incremento del 47,8 % respecto al valor registrado en el 2020, representa un tercio del resultado obtenido en 2019 (1.009,2 millones de CAD).

A pesar de los bajos volúmenes de producción registrados en periodos recientes, en 2021 se produjeron en Canadá 75 filmes, frente a una media de 128 producciones anuales en el periodo comprendido entre 2016 y 2020, cifras que indican que, aun encontrándose a la sombra de la industria estadounidense, y a pesar de los estragos ocasionados por la pandemia de la COVID-19, Canadá cuenta con una industria del cine fuerte y resiliente. Por su parte, la provisión de fondos



destinados a la producción de filmes canadienses alcanzó los 287 millones de dólares canadienses, con un incremento del 6,3 % con respecto a los dos ejercicios anteriores, y un valor de 270 millones de CAD.

Ontario es la provincia con la mayor dotación presupuestaria destinada a producciones de cine y televisión. Durante el año 2019/2020, el volumen de producción registró un valor de 3.550 millones de dólares canadienses, mientras que las provincias de Columbia Británica y Quebec registraron 2.800 MCAD y 2.300 MCAD, respectivamente. El contraste también se aprecia en las lenguas originales de estos filmes. En el año 2020, casi tres de cada cuatro producciones nacionales se realizaron en inglés, mientras que el resto fueron producidas en francés.

Los productores de cine independiente juegan un papel crucial a la hora de asegurar la diversidad en los contenidos, así como en la creación y mantenimiento de una industria creativa, en un sector de competencia global. La coproducción internacional ha sido, históricamente, en Canadá, un elemento clave en el desarrollo de la industria del cine y la televisión. Se trata de un mecanismo a través del cual se les permite a productores canadienses, y su contraparte extranjera, la combinación de recursos creativos, técnicos y financieros con el objetivo común de crear producciones de alta calidad y de alcance internacional. En la actualidad, Canadá mantiene acuerdos de coproducción con 58 países, entre los que se encuentra España. Este acuerdo supone una oportunidad para las empresas y productores españoles que deseen o busquen desarrollar un proyecto de coproducción en Canadá. Telefilm Canada administra, en representación del Gobierno canadiense, los tratados y memorandos de coproducción. Asimismo, se encarga de evaluar los proyectos, los cuales, de ser elegibles, serán propuestos en calidad de coproducciones oficiales ante el Department of Canadian Heritage, institución responsable de la negociación de los acuerdos.

El presente estudio cuenta con dos objetivos principales. Por un lado, introducir el “Spain Audiovisual Hub of Europe”, plan integral de desarrollo e impulso a la industria audiovisual de España como enclave de referencia en Europa, y por otro, la presentación de diferentes festivales de cine en Canadá, que bien podrían ser de utilidad a aquellos operadores interesados en el mercado canadiense, a colación de un exhaustivo análisis del sector audiovisual en Canadá, con especial énfasis en la producción y coproducción, la distribución y la exhibición de contenidos.



## 2. Definición del sector

El sector audiovisual comprende los servicios de producción y distribución de películas cinematográficas y cintas de video, servicios de proyección, radio y televisión, así como servicios de transmisión de video, radio y grabación de sonido.

El código 591 del CNAE clasifica las actividades de este sector, definido como “Actividades cinematográficas, de video y de programas de televisión”. Actividades de producción, posproducción, distribución y exhibición de programas de televisión, son algunas de las actividades que integran el sector.

En Canadá, las actividades económicas se clasifican a través del Sistema de Clasificación de la Industria de América del Norte (NAICS), que a su vez se rige por las agencias estadísticas de Canadá, Estados Unidos y México. El sector audiovisual, en este caso, como parte de la industria cultural, se clasifica con el código 512 (industrias de grabación de sonido y cine).

Atendiendo a dicha clasificación, se pueden encontrar los siguientes subsectores:

- **51211. Películas y producción de video.** Empresas y otras entidades dedicadas principalmente a la producción o a la producción y distribución de películas, videos, programas de televisión o contenido comercial.
- **51212. Distribución de películas y video.** Empresas y otras entidades dedicadas principalmente a la adquisición de derechos de distribución de producciones de películas y videos a salas de cine, cadenas de televisión, y otras agencias.
- **51213. Exhibición de películas y video.** Establecimientos dedicados principalmente a proporcionar servicios de exhibición y proyección de películas.
- **51219. Posproducción y otras industrias cinematográficas y de video.** Comprende empresas y otras entidades dedicadas principalmente a proporcionar servicios de posproducción, tales como servicios de edición, transferencia de películas, doblaje, subtítulo, creación de créditos, producción de efectos especiales, animación, así como desarrollo y procesamiento de películas.

Por otro lado, y sin clasificación pertinente, cabría considerar, con motivo del presente estudio, las actividades de coproducción y los servicios de atracción y localización de rodajes.



## 3. Producción cinematográfica en Canadá

### 3.1. Producción

El sector de la producción cinematográfica en Canadá se estructura en tres segmentos principales. Por un lado, la producción de largometrajes realizados en su mayoría por productoras independientes y certificadas como contenido canadiense por la CAVCO (Canadian Audio-Visual Certification Office).

Por otro lado, se encuentra la Foreign Location and Service Production (FLS), que comprende todos aquellos largometrajes y programas de televisión filmados en Canadá por productores extranjeros o canadienses. Normalmente, los derechos de los proyectos FLS corresponden a productores no canadienses, y es que sólo entre un 5 % y un 10 % de los mismos corresponden a productoras canadienses.

Por último, el Broadcaster In-house Production incluye programas de televisión realizados por emisoras de televisión canadienses en sus propios estudios en lugar de por alguna productora externa independiente o afiliada a la emisora. Los ejemplos más representativos de este tipo de producciones incluyen noticias, deportes y actualidad en general.

La industria de la producción audiovisual canadiense también considera la Convergent Digital Media Production, que comprende todo contenido producido en formato digital, como puede ser contenido web interactivo, contenido en plataformas bajo demanda, *podcasts*, entre otros.

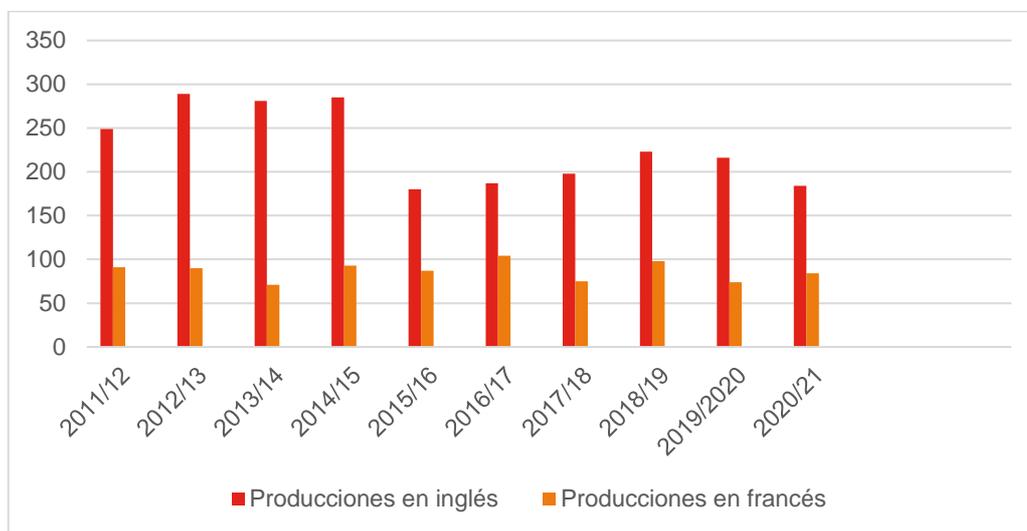
En los últimos años, el aumento de la demanda de contenido audiovisual en los mercados de todo el mundo ha impulsado la inversión en la producción de contenido canadiense. Las preventas constituyen la principal fuente de financiación; estas comprenden los derechos de distribución y difusión de contenido a compradores internacionales y canadienses. Los distribuidores canadienses son un canal fundamental a la hora de lograr ventas anticipadas de alcance internacional a las productoras, a las cuales facilitan los medios para la venta de su contenido en los mercados de exportación.

La producción de contenido canadiense estableció un récord histórico en el periodo comprendido en la temporada 2018-19 con un valor total de 281,16 millones de dólares canadienses. No obstante, en la temporada 2020 experimentó un descenso del 4,8 %: la pandemia hizo que el volumen de producción de contenido canadiense cayese hasta los 272,64 millones de CAD en 2020-2021, el valor más bajo desde 2013.



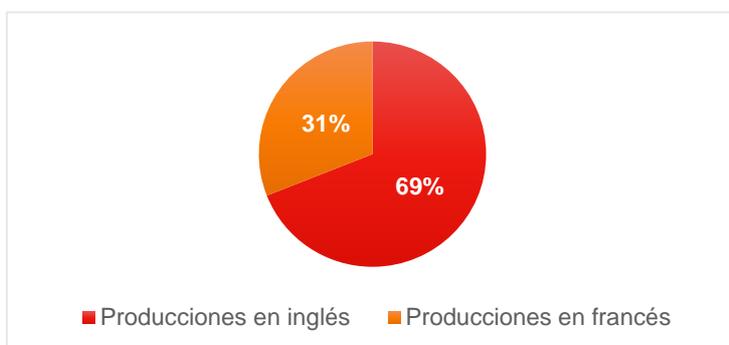
El descenso en la producción de contenido canadiense en el 2021 se notó especialmente en los contenidos de habla inglesa, con un decrecimiento del 18,4 % en la producción total. Sin embargo, no resulta el caso de la producción de filmes en lengua francesa, que a pesar de las dificultades que ha atravesado el sector recientemente, ha aumentado su volumen en un 13,7 %, esto es, de 74 millones a 84 millones de CAD. Este incremento se debería en parte al plan de recuperación del sector audiovisual promovido por el gobierno de la provincia de Quebec, junto a otras medidas de carácter económico adoptadas para mitigar los efectos de la pandemia en el sector.

**GRÁFICO 1. VOLUMEN DE PRODUCCIÓN DE LARGOMETRAJES EN CANADÁ, POR IDIOMAS**  
*En MCAD*



Fuente: CAVCO.

**GRÁFICO 2. DISTRIBUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN CINEMATOGRÁFICA EN CANADÁ, SEGÚN IDIOMA**



Fuente: CAVCO.

**GRÁFICO 3. TASA DE CRECIMIENTO ANUAL DEL VOLUMEN DE PRODUCCIÓN DE LARGOMETRAJES EN CANADÁ**

Idioma	2020/21	2011/12 – 2020/21
Inglés	14,6 %	3,3 %
Francés	13,7 %	0,9 %
<b>Media (ambos)</b>	<b>7,4 %</b>	<b>2,6 %</b>

Fuente: CAVCO.

A pesar de los bajos volúmenes de producción en años recientes, el número total anual de largometrajes producidos en Canadá se ha mantenido prácticamente constante, al menos hasta el periodo comprendido entre el año 2020 y 2021. De media, se produjeron 128 películas al año entre 2016 y 2020 y sólo 75 en 2021.

**GRÁFICO 4. VALOR DE LA PRODUCCIÓN DE LARGOMETRAJES EN CANADÁ, POR GÉNEROS**

*En millones de CAD y número de películas*

Volumen (millones de CAD)	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21
<b>Ficción</b>	253	205	275	257	193
<b>Otros géneros</b>	39	69	46	32	75
<b>Total</b>	<b>291</b>	<b>273</b>	<b>321</b>	<b>290</b>	<b>268</b>
<b>Número de películas</b>					
<b>Ficción</b>	90	80	109	100	65
<b>Otros géneros</b>	33	42	30	26	10
<b>Total</b>	<b>123</b>	<b>122</b>	<b>139</b>	<b>126</b>	<b>75</b>

Fuente: CAVCO.

Por regiones, el volumen de producción total (en millones de CAD) en la temporada 2018/19 había alcanzado los 321 millones de dólares canadienses, la cifra más alta desde el 2014/15 (378 M de CAD). En el 2019/20, sin embargo, y como consecuencia de los efectos de la pandemia, el volumen de producción disminuyó en un 9,65 % con respecto al ejercicio anterior, con un valor de 290 millones de CAD.



En el último ejercicio, 2020/21, el volumen de producción ha sido de 268 millones de CAD, 7,58 % inferior al volumen registrado en 2019/20. No obstante, el valor de las producciones realizadas en la provincia de Ontario (156 MCAD) fue superior a cualquier otro registrado desde 2013 (173 MCAD). Sin embargo, no ocurrió lo mismo para las producciones realizadas en la provincia de Quebec, que registraron su peor dato hasta la fecha, con un total de 88 millones de dólares, con una media de 136 MCAD al año en los últimos cuatro periodos (2016-2020).

### GRÁFICO 5. VOLUMEN DE LA PRODUCCIÓN DE LARGOMETRAJES EN CANADÁ POR REGIONES

En millones de CAD

	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21
<b>Ontario</b>	82	113	141	151	156
<b>Quebec</b>	153	135	141	112	88
<b>British Columbia</b>	37	10	20	6	20
<b>Prairie Provincies*</b>	18	9	15	17	3
<b>Atlantic Canada**</b>	2	6	4	3	<1
<b>Total</b>	<b>291</b>	<b>273</b>	<b>321</b>	<b>290</b>	<b>268</b>

\*Alberta, Manitoba, Yukon, Nunavut, Saskatchewan y territorios del norte.

\*\*Nueva Escocia, Terranova y Labrador, Nuevo Brunswick e Isla del Príncipe Eduardo.

Fuente: CAVCO.

## 3.2. Telefilm Canada

Telefilm Canada es una entidad pública (*Crown Corporation*) del Gobierno federal canadiense. Establecida en 1967, su principal papel es la inversión y financiación de la producción de largometrajes canadienses, así como la promoción e impulso de la industria audiovisual canadiense a través de la financiación y desarrollo de iniciativas que promuevan el desempeño y el éxito de la industria nacional a nivel comercial, industrial y cultural. Además, Telefilm Canada contribuye activamente a la promoción de la industria audiovisual canadiense en los mercados de exportación, gracias a su participación en festivales, mercados y otros eventos del sector a escala nacional e internacional. En el periodo comprendido entre los años 2020 y 2021, Telefilm Canada concedió un total de 106,1 millones de dólares canadienses en forma de financiación al sector audiovisual canadiense, centrados en tres líneas de actuación principales: ayudas al desarrollo de la industria



audiovisual (55,7 millones de CAD), ayudas destinadas a actividades de promoción (20,4 millones de CAD) y, por último, un paquete de recursos para paliar los efectos derivados de la pandemia y su impacto en el sector (30 millones de CAD).

Telefilm Canada y otras instituciones públicas provinciales son las principales organizaciones que financian la producción cinematográfica canadiense. En el periodo 2020-2021, los fondos públicos proporcionaron en torno al 52 % de la financiación total recibida para la producción de estos filmes. Por otro lado, la financiación extranjera ha aumentado significativamente. En el 2020/2021, la inversión extranjera aumentó de 71 millones a 100 millones de CAD, esto es, del 25 % al 37 % de la financiación total.

### 3.3. Coproducción

Una coproducción audiovisual consiste en la producción de un filme, serie o programa, en el caso de tratarse de contenido televisivo, a partir de la participación y colaboración entre dos o más productores de diferentes países, que combinan la creatividad, recursos técnicos y financieros, principalmente.

En Canadá, las coproducciones audiovisuales se encuentran reguladas por una serie de tratados de coproducción internacional que garantizan la condición de producción nacional, y por ende la aplicación de incentivos y deducciones federales y provinciales, así como la posibilidad de aplicar recursos adicionales, como fondos provenientes del [Canada Media Fund](#) y el Canada Feature Film Fund. Además, estas coproducciones, al calificarse como contenido canadiense, obtienen cuotas de difusión en medios locales, inclusive en *prime time*.

Canadá fue uno de los primeros países del mundo en reconocer las ventajas de la coproducción audiovisual. La aplicación de estos tratados de coproducción ha impulsado el desarrollo y consolidación del país como referente en la industria, con el refuerzo del sector y la promoción y diseminación de la cultura canadiense. Dada la competencia y el potencial de atracción de otros países en el contexto de la coproducción internacional, en marzo de 2013 el Gobierno canadiense anunció la implementación del *Canada's Policy on Audiovisual Treaty Coproduction*, por el que la decisión de negociar un tratado de coproducción se tomaría en función del alineamiento de la propuesta de coproducción con las prioridades y políticas propias del país. El coproductor internacional deberá, por tanto:

- Compartir los valores económicos e industriales de Canadá.
- Representar un mercado estratégico para la industria audiovisual canadiense.
- Ofrecer una audiencia potencial en términos de difusión y exhibición.
- Garantizar un determinado beneficio e impacto económico en Canadá.



En cualquier caso, toda coproducción internacional deberá estimular la atracción de inversiones a Canadá, crear oportunidades de acceso a los agentes de la industria audiovisual canadiense en otros mercados de explotación y generar empleo local. Con la aplicación de estas políticas, se espera el posicionamiento de Canadá como *partner* estratégico en la coproducción internacional, con la atracción de inversiones destinadas al desarrollo de infraestructuras y talento en la industria audiovisual canadiense.

El Gobierno de Canadá mantiene en la actualidad 58 tratados de coproducción. Estos acuerdos de colaboración brindan a productores canadienses y extranjeros la oportunidad de combinar recursos creativos, técnicos y financieros en la producción de contenido audiovisual, además de garantizar el reconocimiento, o *status*, de “producción nacional” para cada uno de los países participantes. En esta línea, aquellas coproducciones que han obtenido el *status* de “producción nacional” se consideran a su vez producciones canadienses, con el fin de optar a deducciones o bonificaciones por incentivos nacionales y poder, por otro lado, garantizar una determinada cuota en términos de difusión. Este *status* no limitaría en cualquier caso la posibilidad de que el país coproductor pudiese acceder a los incentivos propios de su país de origen.

Pese a que la dotación presupuestaria destinada a estos tratados de coproducción se mantuvo intacta en 2020/21, el volumen de producción de estos mantiene una tendencia a la baja en los últimos años, con un decrecimiento del 23 % en 2020/21 y un valor de 234 millones de CAD. El volumen anual de estas coproducciones se ve alterado año tras año debido, principalmente, al escaso número de grandes producciones. Si tenemos en cuenta la última década, la temporada 2013/14 fue excepcional para Canadá en términos de participación en proyectos de coproducción (337 millones de CAD), un 50 % superior al volumen de producción de cualquier periodo siguiente hasta el año 2021. En 2020/21, la participación canadiense en proyectos de coproducción alcanzó un mínimo histórico, por valor de sólo 112 millones de dólares canadienses, tanto en producciones de habla inglesa como francesa.

### GRÁFICO 6. VOLUMEN DE LOS FONDOS DESTINADOS A LA COPRODUCCIÓN DE LARGOMETRAJES EN CANADÁ

*En millones de CAD y número de proyectos, en inglés*

**Coproducciones en inglés**    **2013/14**    **2014/15**    **2015/16**    **2016/17**    **2017/18**    **2018/19**    **2019/20**    **2020/21**

<b>Fondos canadienses</b>	182	77	35	92	45	109	68	53
<b>Inversión extranjera</b>	136	55	39	80	35	78	42	36
<b>Total presupuesto</b>	318	133	73	172	79	186	110	89
<b>Número de proyectos</b>	20	15	8	18	15	27	20	10

Fuente: Telefilm Canada.



**GRÁFICO 7. VOLUMEN DE LOS FONDOS DESTINADOS A LA COPRODUCCIÓN DE LARGOMETRAJES EN CANADÁ**

*En millones de CAD y número de proyectos, en francés*

<b>Coproducciones en francés</b>	<b>2013/14</b>	<b>2014/15</b>	<b>2015/16</b>	<b>2016/17</b>	<b>2017/18</b>	<b>2018/19</b>	<b>2019/20</b>	<b>2020/21</b>
<b>Fondos canadienses</b>	6	16	31	4	6	7	8	7
<b>Inversión extranjera</b>	12	13	45	24	32	23	37	16
<b>Total presupuesto</b>	19	29	76	29	37	30	45	23
<b>Número de proyectos</b>	4	7	13	2	5	6	5	3

Fuente: Telefilm Canada

**GRÁFICO 8. VALOR DEL PRESUPUESTO DE LAS COPRODUCCIONES CANADIENSES (LARGOMETRAJES) Y NÚMERO DE PROYECTOS, POR PAÍSES**

*En millones de CAD*

	<b>Número de proyectos</b>	<b>Presupuesto total</b>	<b>Participación canadiense</b>	<b>Participación canadiense (%)</b>
<b>Francia</b>	52	615	268	44 %
<b>Reino Unido</b>	23	158	93	59 %
<b>Alemania</b>	20	475	297	62 %
<b>Irlanda</b>	16	123	78	63 %
<b>Bélgica</b>	14	94	51	55 %
<b>Sudáfrica</b>	9	32	19	60 %
<b>España</b>	7	72	37	51 %
<b>Israel</b>	6	6	3	48 %
<b>Suiza</b>	6	16	6	40 %



<b>Australia</b>	4	17	6	35 %
<b>Cuba</b>	4	13	9	72 %
<b>Dinamarca</b>	4	33	16	48 %
<b>Italia</b>	4	21	16	73 %
<b>Otros (bipartita)</b>	33	116	58	50 %
<b>Multipartita</b>	15	124	46	37 %
<b>Total</b>	<b>217</b>	<b>1.916</b>	<b>1.002</b>	<b>52 %</b>

Fuente: Telefilm Canada.

### 3.4. Acuerdo de coproducción audiovisual entre el Gobierno de Canadá y el Gobierno de España

En la actualidad, Canadá cuenta con tratados de coproducción con 58 países, siendo España uno de ellos. Los tratados de coproducción, tal y como su nombre indica, permiten la colaboración directa entre productores canadienses, en este caso, y productores de otros países en la ejecución de un proyecto de producción. La puesta en común de los distintos recursos necesarios, ya sean de carácter técnico, creativo o financiero, permite la optimización del proceso de elaboración de cualquier producción, con reducción de riesgos y mejora de la capacidad de los productores. Estos tratados tienen por objeto la simplificación de los procedimientos administrativos requeridos, además de facilitar el flujo de bienes y equipo entre países.

Cuando una producción se lleva a cabo conforme a un tratado de coproducción, esta se considera una “coproducción oficial”. En Canadá, la certificación de dichas producciones se encuentra a cargo del Departamento de Certificación de Telefilm Canada.

El acuerdo de coproducción audiovisual entre Canadá y España se firmó en la ciudad de Madrid el 14 de enero de 1985, fruto del interés que mantienen ambas partes por desarrollar el tejido de la industria audiovisual de sus respectivos países, con el fomento del intercambio creativo y la consolidación económica del sector en ambos países. El 10 de octubre de 2006 se firmó en la ciudad de Ottawa un *addendum*, por el que se modificaron algunos de los artículos originales previstos en el acuerdo (I-IV), y se eliminó además el artículo VIII.



Según este acuerdo, los filmes producidos bajo la normativa aplicable serán, por derecho, objeto de los beneficios provistos por las administraciones competentes de cada una de las partes firmantes, de manera proporcional a la inversión realizada por cada una de estas.

En consideración de las aptitudes y cualificaciones de los productores, estos deberán estar reconocidos profesionalmente, además de contar con los medios técnicos y monetarios necesarios para llevar a cabo el proyecto. Los directores pertinentes deberán ser nacionales españoles o canadienses. En su defecto, podrán ser considerados también aquellos residentes permanentes en ambos países. Las mismas condiciones se aplican al equipo técnico y al elenco profesional. Asimismo, tendrán especial consideración aquellos actores o actrices principales cuya nacionalidad o residencia no sea la propia de las partes contratantes.

Además, el rodaje deberá llevarse a cabo en España o Canadá. De ser necesario, y siempre que así se autorice, se podrán llevar a cabo tareas de rodaje en un tercer país.

En cuanto a la participación en términos de capital y financiación, debe tenerse en cuenta que la contribución de cada uno de los productores podrá variar desde un 20 % a un 80 % por proyecto. Asimismo, la participación del productor español con respecto a la de la contraparte canadiense no podrá ser superior a un 30 % de la contribución total. En este sentido, se le podrá requerir al productor minoritario una contribución creativa y técnica superior, siempre y cuando esta sea proporcional a su inversión. Por norma general, la contribución de cada país incluirá, como mínimo, un elemento creativo, un actor protagonista, un actor secundario y un técnico cualificado. No obstante, se podrán realizar ciertas modificaciones, siempre y cuando la producción así lo requiera y además lo autoricen así ambos países.

Por último, cabe tener en cuenta que se deberán realizar dos versiones de la película, una en español y otra en inglés o francés, con la posibilidad de incluir diálogos en otros idiomas de así requerirlo el guion. La versión en inglés o francés se llevará a cabo en Canadá, mientras que la versión española habrá de realizarse en España.

### 3.5. Certificación de contenido canadiense

Los programas certificados como contenido canadiense comprenden aquellas producciones que han empleado, en su mayoría, profesionales y talento local. Las organizaciones que participan en el proceso de certificación son la Canadian Radio-Television and Telecommunications Office (CRTC), la Canadian Audiovisual Certification Office (CAVCO) y Telefilm Canada.

Por su parte, la CRTC certifica producciones nacionales, además de películas, tanto canadienses como extranjeras, en versión doblada, así como coproducciones internacionales que no han sido incluidas en los acuerdos de coproducción oficiales administrados por Telefilm Canada. Aquellos productores que busquen la certificación de contenido como contenido canadiense pero que no



deseen la aplicación de incentivos o créditos fiscales provinciales, deberán formalizar su aplicación en la CRTC.

La CAVCO, por otro lado, se encarga de la certificación de producciones audiovisuales y televisivas realizadas en Canadá, así como de coproducciones internacionales sujetas a la aplicación del Canadian Film or Video Production Tax Credit (CPTC), un crédito fiscal reembolsable disponible a un tipo del 25 % sobre el gasto atribuible al personal empleado. Este crédito, administrado por la CAVCO y la Canada Revenue Agency, incentiva la creación y desarrollo de una industria audiovisual eficaz y autosuficiente en Canadá. Por otro lado, la CAVCO también certifica aquellas producciones sujetas al Film or Video Production Services Tax Credit (PSTC), que proporciona a aquellas producciones elegibles la aplicación de un crédito del 16 % sobre el gasto suscrito al personal empleado. Este crédito incentiva la atracción de actividades y servicios de rodaje en Canadá, con el desarrollo de la industria local y la provisión de inversiones.

Telefilm Canada, como ya se ha mencionado con anterioridad, intercede en la administración y tratamiento de los acuerdos de coproducción internacional con Canadá, por los que se les permite a una compañía de propiedad canadiense y su contraparte internacional, el desarrollo conjunto de un determinado proyecto audiovisual. En cualquier caso, y para que esta producción pueda ser certificada como coproducción internacional, los productores deberán dirigirse primero a Telefilm Canada, y por consiguiente a la CAVCO.

Los criterios para la certificación de contenido canadiense seguidos por la CRTC incluyen para su determinación los siguientes requisitos:

- El productor del programa deberá ser ciudadano canadiense, o en su defecto, residente permanente y tener además “plena responsabilidad” en la supervisión del desarrollo, el control creativo y financiero de la producción. El productor deberá, de la misma manera, recibir una remuneración que exceda la remuneración agregada de todos los puestos propios de los productores extranjeros.
- La producción deberá emplear un número mínimo de ciudadanos canadienses o residentes permanentes en puestos creativos esenciales, según lo determinado por un sistema de puntos. En este caso, se consideran puestos creativos clave el director o guionista de producciones de acción real, o el guionista o supervisor de guion gráfico de producciones animadas, y al menos uno de los dos actores principales debe ser canadiense. Para el caso de producciones de animación, el desarrollo creativo habrá de realizarse en Canadá.
- Al menos el 75 % de todos los costes incurridos por los servicios de producción, así como el 75 % del total de costes incurridos en la posproducción, deben corresponder a servicios prestados en Canadá.
- El programa o producción debe figurar dentro de una categoría de programa definida por la CRTC.

## 4. Distribución cinematográfica en Canadá

La distribución de contenido audiovisual en Canadá presenta cierta complejidad respecto a su estructura y funcionamiento. El cine anglocanadiense, por lo general, se enfrenta a una serie de dificultades, pues se encuentra influenciado por las grandes producciones estadounidenses, que han condicionado la visibilidad y el éxito internacional de las mismas. Las producciones francocanadienses, por el contrario, suelen tener más éxito, pues cuentan con un público más receptivo a las películas producidas en Canadá.

Los canales de distribución tradicionales se centran en la programación de contenido audiovisual, cine y televisión, entre otros formatos de producción no necesariamente destinados a la difusión en televisión o salas de cine. En el contexto actual, sin embargo, el modelo de distribución típico se ha visto perturbado con la aparición de nuevos medios de distribución y exhibición de contenido, con los que se ha pasado de un modelo de contenidos programados a un modelo a la carta.

Recientemente, los formatos a la carta disponibles en plataformas de pago por suscripción han aumentado en número y complejidad. Originalmente, la distribución de contenido cinematográfico en Canadá podría dividirse en dos tipos en función del tipo de producción: películas y programas en formato televisivo, los cuales se describen en detalle a continuación.

### 4.1. Distribución de películas

Inicialmente, los estudios de Hollywood impulsaron un modelo de distribución integrada, por la que controlaban la producción y distribución de sus propias producciones, ocupando así una posición dominante en el mercado en términos de cuota. No obstante, a finales de los años sesenta, y gracias a la liberalización de contenidos y a la aparición de videocámaras más sofisticadas, empezó a aumentar el número de producciones independientes ajenas a la hegemonía ejercida por los grandes estudios, que se vieron tentados a adquirir los derechos de estas producciones independientes a un menor coste con respecto a sus propias producciones.

De esta manera, y a medida que un mayor número de producciones independientes formaban parte del sistema de distribución, empezaron a aparecer más distribuidores, que actuaban como intermediarios entre los productores de cine independiente y los exhibidores (teatros independientes y pequeñas cadenas de cine, principalmente). Con el paso del tiempo, la base de clientes creció en número y tipo, como pueden ser mayoristas y emisoras de televisión. **Alliance Atlantis** y **Lions**



**Gate Entertainment** son los principales distribuidores canadienses en lo que a películas estadounidenses e internacionales se refiere.

## 4.2. Distribución de programas de televisión

Por lo general, las características de la distribución de contenido televisivo difieren por completo de la del cine. Históricamente, el contenido con fines televisivos (secciones de noticias, deportes, documentales), ha sido producido por las mismas emisoras, mientras que el contenido de corte dramático ha sido producido por otras ramas de producción de los propios estudios en los Estados Unidos, así como por las emisoras públicas de otros países. Luego, las emisoras adquirirían los derechos de exhibición de estas producciones.

## 4.3. Industria de la distribución cinematográfica en Canadá

La financiación pública de estos proyectos, de fuentes como Telefilm Canada, por ejemplo, está condicionada a la firma de un distribuidor canadiense, mientras que la financiación de la televisión viene determinada por el compromiso de una emisora nacional a adquirir y exhibir el programa inicialmente financiado. La emisora sería, por ende, la principal garantía de que el programa llegaría a emitirse, siendo innecesario así el papel de un distribuidor en el mercado nacional.

Los distribuidores de contenido audiovisual se ocupan de adquirir y vender los derechos del contenido a determinados mercados internacionales. Estos derechos pueden adquirirse bajo ciertas restricciones en términos de tipo de licencia, formato de exhibición, territorio de difusión, entre otros. En el caso de la distribución de contenido televisivo, los derechos de programación no requieren necesariamente la intervención de un distribuidor. En este caso, empresas de distribución de radiodifusión canadienses, como Rogers, Bell o Crave, se encuentran afiliadas con canales que poseen los derechos de su propia programación. Estos mismos canales o emisoras son, por tanto, los propios titulares de los derechos, y por ende sus propios distribuidores.

La industria de la distribución audiovisual en Canadá comprende empresas controladas tanto por las autoridades nacionales como por agentes internacionales, que se ocupan de distribuir contenido de cine y televisión a teatros, cines, emisoras y otras plataformas de video. La distribución de largometrajes es una de las tres ramas principales de la industria cinematográfica, pues establece el nexo entre la producción terminada y su exhibición y consumo final.

Tradicionalmente, las propias empresas de distribución son la fuente principal de financiación de nuevas producciones. Pasan inadvertidas por el público general, y su impacto afecta principalmente a los agentes profesionales del sector. En el caso particular de Canadá, las compañías estadounidenses controlan el mercado de la distribución audiovisual canadiense, pues han sido ellas mismas quienes han dominado el acceso del contenido desde la década de 1920, y es que fue a principios de esta década cuando los grandes distribuidores de contenido estadounidenses

adquirieron varias compañías de producción y cadenas de teatro en Canadá, permitiéndoles el control integral de la industria nacional e internacional. Entre las principales empresas de distribución canadienses destacan Entertainment One, Mongrel Media y Métropole Films Distribution. Destacan a su vez compañías de distribución como Cineflix Media y Thunderbird Entertainment, y otras de animación como WildBrain Ltd.

Los ingresos obtenidos por los distribuidores locales de contenido canadiense disminuyeron en 2019. En 2019, los ingresos por la distribución de películas y programas de televisión canadienses cayeron un 14,1 % (232 MCAD). El contenido canadiense representó así el 12,9 % de los ingresos totales de la industria (1.810 MCAD). A pesar de la disminución en la facturación, la demanda de contenido canadiense se mantuvo relativamente estable. Los ingresos por distribución de contenido extranjero, por otro lado, se mantuvieron prácticamente sin cambios, con 128 MCAD en 2019 y un aumento de su participación en los ingresos totales de 48,1 % en 2017 a 55,2 % en 2019.

**GRÁFICO 9. VOLUMEN DE INGRESOS DE LA DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN CANADÁ, POR SEGMENTOS**

En millones de CAD

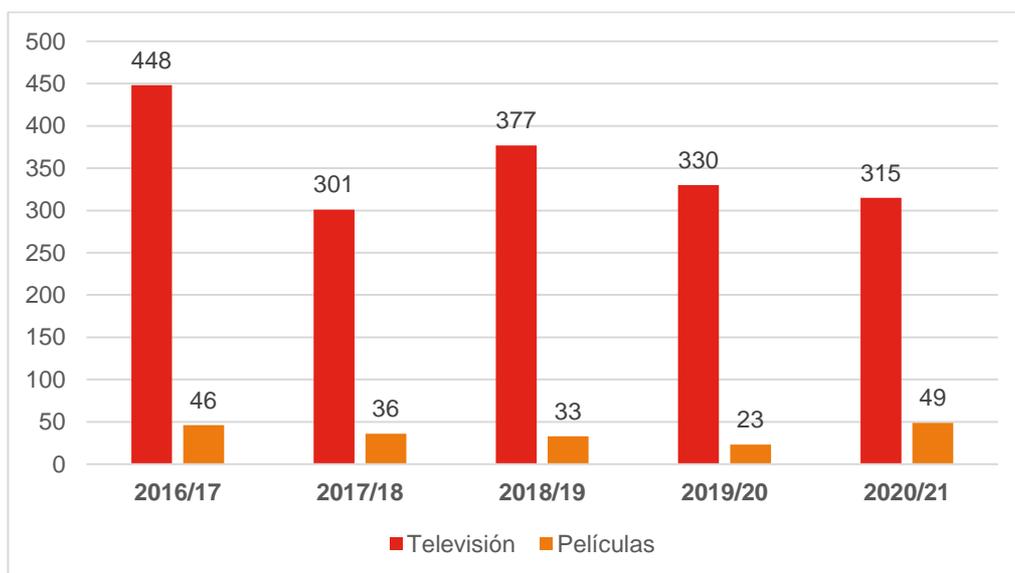


Fuente: Statistics Canada.

Los distribuidores canadienses invierten en películas y programas de televisión canadienses a través de garantías mínimas y anticipos sobre los ingresos de distribución previstos. En el periodo 2020/21, los distribuidores canadienses invirtieron aproximadamente 364 MCAD en películas y programas de televisión canadienses, esto es, un 26,3 % menos que el máximo registrado en 2016/17, pero ligeramente por encima del promedio de los últimos diez años (358 MCAD).

**GRÁFICO 10. VALOR DE LA INVERSIÓN REALIZADA POR DISTRIBUIDORES CANADIENSES EN LA DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDO AUDIOVISUAL CANADIENSE**

*En millones de CAD y en número de proyectos*



Fuente: CAVCO.

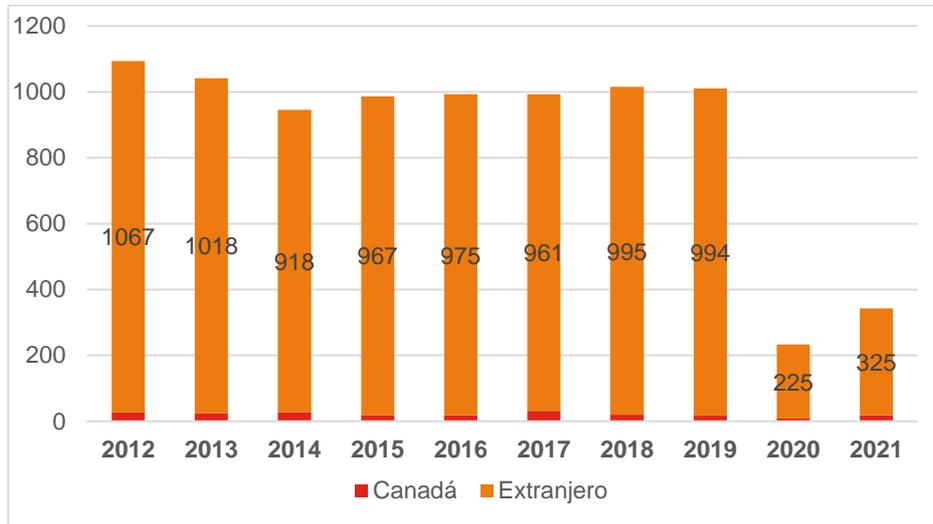
#### 4.4. Exhibición de contenidos y audiencias

A pesar de la tendencia creciente a la digitalización de contenidos y a la distribución y difusión de contenidos en canales *online*, la exhibición de producciones en salas, cines y teatros se mantiene como un canal importante en la industria audiovisual canadiense. En el año 2020, hubo 2.700 *screenings*, con una recaudación aproximada de 96 MCAD.

Entre el 2012 y 2019, y aun con la presencia y fuerte competencia de las plataformas de difusión en línea, el valor de la recaudación en taquilla en Canadá logró mantenerse en torno a los 1.000 millones de CAD. En 2020, sin embargo, la pandemia impuso el cierre de salas de cine, entre otros, lo que llevó al colapso de su recaudación. Según datos de la Movie Theatre Association of Canada (MTAC), el beneficio en taquilla cayó en un 77 % en 2020, y un cierre de un año supuso 233 MCAD. No obstante, y pese a los estragos de la pandemia, la exhibición en salas ha logrado alcanzar un incremento del 47,2 %, por un valor total de 343 millones de dólares.

**GRÁFICO 11. VALOR DE LA RECAUDACIÓN EN TAQUILLA EN CANADÁ, SEGÚN ORIGEN DE LA PRODUCCIÓN**

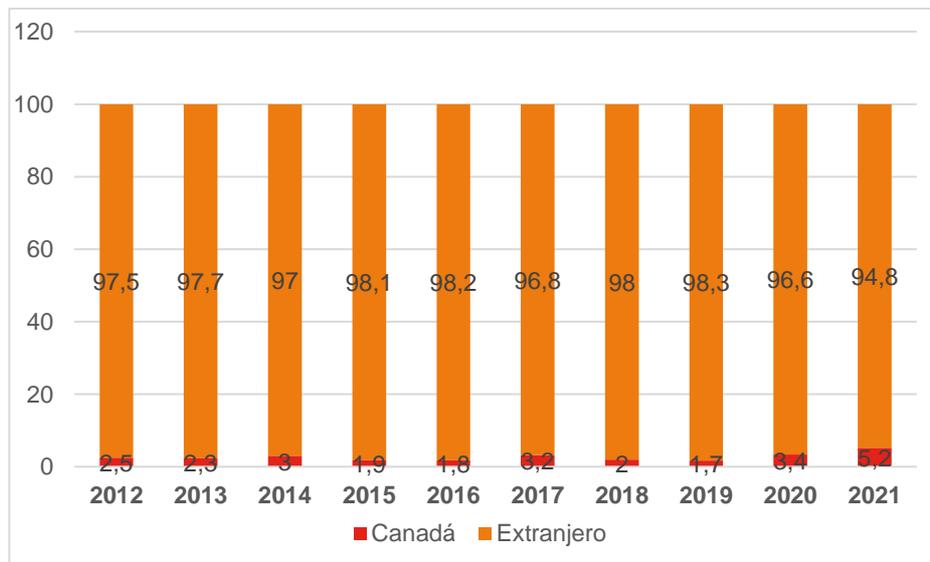
En millones de CAD



Fuente: MTAC.

**GRÁFICO 12. SEGMENTO DE LA RECAUDACIÓN EN TAQUILLA EN CANADÁ, SEGÚN ORIGEN DE LA PRODUCCIÓN**

En porcentaje del total



Fuente: MTAC.

La proyección de producciones en lengua francesa se vio reforzada en 2021, cuando su cuota creció del 17.5 % al 22 %, el porcentaje más alto en los últimos diez años. Por su parte, las producciones



de lengua inglesa también alcanzaron su mejor año en la última década, en términos de participación en taquilla, con beneficios valorados en 6.9 millones de dólares canadienses y un *share* histórico del 2,3 % en los últimos diez años.

**GRÁFICO 13. VALOR DE LA RECAUDACIÓN EN TAQUILLA Y CUOTA EN SALAS DE CINE DE LAS PRODUCCIONES EN CANADÁ, POR MERCADO SEGÚN IDIOMA**

*Mercado lengua francesa, en millones de CAD*

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Recaudación producciones canadienses</b>	12,9	12,6	12,1	13,8	10,3	23,6	15,8	14	6	10,8
<b>Recaudación producciones extranjeras</b>	130,2	126,7	108,4	115,2	108,7	103,9	101,6	105,4	28,3	38,4
<b>Total recaudación</b>	<b>143,1</b>	<b>139,3</b>	<b>120,5</b>	<b>129</b>	<b>119</b>	<b>127,5</b>	<b>117,4</b>	<b>119,4</b>	<b>34,3</b>	<b>49,2</b>
<b>Cuota producciones canadienses (%)</b>	<b>9,0</b>	<b>9,0</b>	<b>10,0</b>	<b>10,7</b>	<b>8,7</b>	<b>18,5</b>	<b>13,5</b>	<b>11,7</b>	<b>17,5</b>	<b>22,0</b>
<b>Número de películas canadienses</b>	78	97	91	84	104	95	112	111	68	79
<b>Número de películas extranjeras</b>	310	301	280	280	291	289	318	345	236	212
<b>Total películas</b>	<b>388</b>	<b>398</b>	<b>371</b>	<b>364</b>	<b>395</b>	<b>384</b>	<b>430</b>	<b>456</b>	<b>304</b>	<b>291</b>
<b>Ratio películas extranjeras/canadienses</b>	<b>4,0</b>	<b>3,1</b>	<b>3,1</b>	<b>3,3</b>	<b>2,8</b>	<b>3,0</b>	<b>2,8</b>	<b>3,1</b>	<b>3,5</b>	<b>2,7</b>



*Mercado lengua inglesa, en millones de CAD*

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Recaudación producciones canadienses</b>	13,9	11,2	16,3	4,9	7,4	8,6	4,6	3,1	1,7	6,9
<b>Recaudación producciones extranjeras</b>	937,2	891,8	809,1	852,2	866,4	857,3	893,1	888,7	196,9	287,0
<b>Total recaudación</b>	<b>951,2</b>	<b>903,0</b>	<b>825,3</b>	<b>857,1</b>	<b>873,8</b>	<b>865,9</b>	<b>897,7</b>	<b>891,8</b>	<b>198,6</b>	<b>293,9</b>
<b>Cuota producciones canadienses (%)</b>	<b>1,5</b>	<b>1,2</b>	<b>2,0</b>	<b>0,6</b>	<b>0,8</b>	<b>1,0</b>	<b>0,5</b>	<b>0,3</b>	<b>0,9</b>	<b>2,3</b>
<b>Número de películas canadienses</b>	80	111	121	102	113	113	120	132	87	85
<b>Número de películas extranjeras</b>	803	867	870	803	973	949	1058	1084	774	702
<b>Total películas</b>	<b>883</b>	<b>978</b>	<b>991</b>	<b>905</b>	<b>1086</b>	<b>1062</b>	<b>1178</b>	<b>1216</b>	<b>861</b>	<b>787</b>
<b>Ratio películas extranjeras/canadienses</b>	<b>10,0</b>	<b>7,8</b>	<b>7,2</b>	<b>7,9</b>	<b>8,6</b>	<b>8,4</b>	<b>8,8</b>	<b>8,2</b>	<b>8,9</b>	<b>8,3</b>

Fuente: MTAC.

## 4.5. Política regulatoria de contenido canadiense

El contenido canadiense define todos aquellos contenidos en formato televisivo, musical, y cinematográfico, principalmente, que se acogen a la normativa de regulación de contenidos en Canadá y que, por su naturaleza, describen y representan los valores y características de la cultura canadiense. La regulación en la radiodifusión del denominado contenido canadiense corresponde a la Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission (CRTC) y, a su vez, a los requerimientos de la Broadcasting Act of Canada, por la que se establece, a la atención de todas las plataformas de radiodifusión del país, el deber de producir y/o exhibir un determinado porcentaje de contenido que haya sido, al menos parcialmente, producido o al que haya contribuido de manera significativa la industria audiovisual canadiense.

En la actualidad, los porcentajes de difusión establecidos son: en radio del 40 %, con la excepción de algunos estilos originales como la música clásica, por ejemplo, y difusión anual en televisión del 55 % o del 50 % diariamente, salvo la Canadian Broadcasting Corporation o CBC, que refiere una



cuota del 60 %, además de otras emisoras de difusión minoritaria que cuentan con porcentajes inferiores a la norma.

Tal y como se recoge en la Broadcasting Act of Canada, la CRTC deberá velar por la protección y cumplimiento de los requerimientos de contenido establecidos, por los que “cada elemento del sistema de radiodifusión en Canadá deberá contribuir de manera significativa a la difusión de programación original canadiense en su máximo uso, y en ningún caso se hará un empleo minoritario de los recursos creativos canadienses en la creación y presentación de la programación”.

icex



## 5. Festivales de cine en Canadá

La red de festivales de cine establecida en el país contribuye de manera significativa a la exposición de las producciones nacionales, con el acercamiento del talento y la creatividad local al público generalista. Los festivales de cine constituyen así una plataforma de promoción de contenido, en los que, gracias a la participación de productores, distribuidores y otros operadores de la industria, se crea un clúster estratégico temporal que facilita el acceso al mercado de las producciones canadienses.

Si consideramos la cadena de valor de la industria del cine, los festivales desempeñan un papel clave en la misma, especialmente de cara a los cineastas y otros profesionales independientes. Los distribuidores, por su parte, encuentran en los festivales de cine un punto de acceso clave a los compradores internacionales. Si bien la exposición en festivales de cine no asegura un cierto desempeño en la taquilla nacional de una producción, sí que se puede conseguir un efecto multiplicador en términos de promoción y publicidad, lo cual puede contribuir positivamente a su distribución en mercados extranjeros.

Canadá acoge una enorme multitud de festivales de cine cada año, algunos de los cuales se cuentan entre los más importantes de la industria a nivel mundial, como es el caso del Toronto International Film Festival. A continuación, se analizan los festivales de cine y animación más importantes del país, atendiendo a su relevancia en la industria.

### 5.1. Toronto International Film Festival

Fundado en 1976, el Toronto International Film Festival (tiff) es uno de los festivales de cine con mayor reconocimiento del mundo, siendo el más grande de Norteamérica y el segundo más importante del mundo después de Cannes (*Variety*, 1998). A pesar de que no cuenta con el “prestigio” de este último o quizá otros como Sundance, Berlín o Venecia, es considerado por la industria y la crítica profesional como el más activo en términos de diversidad (más de 60 países participantes) y proyección. Además, se trata de un festival abierto al público, lo que podría suponer el escenario idóneo donde comprobar la aceptación de un filme antes de su estreno comercial.

Cada año tienen lugar en tiff entre 300 y 400 *screenings* (en 2016 se presentaron 397 producciones de 83 países diferentes en 28 salas de cine de toda la ciudad), entre los que destacan estrenos mundiales y presentaciones de temática diversa que ya habrían debutado en otros festivales del circuito.



Desde su fundación, tiff se ha convertido en destino permanente para la cultura del cine, siendo el TIFF Bell Lightbox el centro neurálgico de casi toda actividad (*screenings*, presentaciones, *workshops*, entre otros). Además, también cuenta con un mercado profesional, el Industry Market, donde delegaciones internacionales presentan las oportunidades y ventajas de su industria, con la presencia adicional de agencias de ventas, distribuidores y productores internacionales. La misión de tiff es “transformar la manera en que la gente ve el mundo a través del cine”, una propuesta que ciertamente cautiva la atención de los miles de cinéfilos que cada año se dan cita en la ciudad de Toronto.

- **Fechas:** Septiembre (primer jueves después del *Labour Day*, que es el primer lunes de septiembre y durante 11 días). Se recomienda acudir en la primera mitad del festival, pues es cuando tienen lugar un mayor número de eventos, así como una mayor afluencia de público.
- **Ciudad:** Toronto.
- **Precio acreditación:** Varía en función del tipo de pase. *Industry:* 715 CAD + HST. *Conference:* 490 CAD + HST. *Premium:* 885 CAD + HST. *Film Rep:* 730 CAD + HST. *Buyer:* 985 CAD + HST.
- **Precio screenings:** Regular: desde 19 CAD. *Premium:* desde 27 CAD. Nota: los precios pueden variar en función del día del *screening*, siendo más caros, por lo general, en los primeros cinco días del festival.
- **Para más información visite:** <https://www.tiff.net/>

## 5.2. Hot Docs

Hot Docs es el festival de documentales más importante de Norteamérica. El festival lo fundó en 1993 la Documentary Organization of Canada, asociación nacional de cineastas independientes. En 1996, sin embargo, Hot Docs pasó a ser su propia entidad, con la misión de mostrar y brindar apoyo al trabajo de los documentalistas canadienses e internacionales.

Cada año, el festival presenta cerca de 200 documentales de todo el mundo, que se clasifican en diferentes categorías o programas en función de la temática o la línea creativa. Por otro lado, se encuentra el Industry Conference & Market, espacio reservado a profesionales de la industria, donde además se imparten talleres y tienen lugar eventos como el Hot Docs Forum (considerado el evento industrial más importante de Norteamérica), el Deal Maker o el Distribution Rendezvous.

Cada año, el festival reconoce los mejores documentales canadienses e internacionales en las selecciones oficiales de largometraje, mediometraje y cortometraje, junto con diferentes premios de la industria y premios del público. En la edición del 2019, se entregaron 235.000 CAD en efectivo y premios.



Hot Docs está reconocido por los Academy Awards como festival calificador en las categorías de “Documentary Feature” y “Documentary Short Subject”. El premiado del “Hot Doc’s Best International Feature Documentary Award” califica para la categoría “Documentary Feature” de los Óscars, así como el ganador del “Hot Docs’ Best Canadian and International Short Documentary Awards”, que califica para el “Documentary Short Subject” de los Óscars también.

- **Fechas:** Abril - Mayo
- **Ciudad:** Toronto
- **Para más información visite:** <https://hotdocs.ca/>

### 5.3. Ottawa International Animation Festival

El Ottawa International Animation Festival (OIAF) es un festival de cine de animación que se celebra anualmente en la ciudad de Ottawa. Fundado en 1976, su organización corre a cargo del Canadian Film Institute. Originalmente, se celebraba cada dos años, hasta que en 2005 pasó a celebrarse con periodicidad anual. Hoy día está reconocido como el festival de animación más grande de Norteamérica, con una afluencia promedio de 25.000 asistentes en cada edición.

En 2002, el festival introdujo su componente industrial a la programación original, The Animation Conference (TAC). Destinado a profesionales del sector, su objetivo principal es facilitar un espacio para el encuentro y reunión de los mismos, donde además se imparten charlas y *workshops* de temática variada guiados por expertos y profesionales de la industria.

El OIAF permite la participación y competición de producciones independientes y comerciales, una estrategia que aporta dinamismo y novedad a la variedad de estilos y formatos presentes. Se presentan así producciones animadas clásicas, gráficas y, más recientemente, en realidad virtual.

- **Fechas:** Septiembre
- **Ciudad:** Ottawa
- **Precio acreditación:** *AnimaPass* 260 CAD + HST. TAC *AnimaPass*: 625 CAD + HST. Se pueden adquirir además pases diarios desde 50 CAD + HST.
- **Para más información visite:** <https://www.animationfestival.ca/>

### 5.4. Vancouver International Film Festival

Fundado en 1982, el Vancouver International Film Festival (VIFF) es un festival de cine que se celebra anualmente en la ciudad de Vancouver, British Columbia. El festival está organizado por la Greater Vancouver International Film Festival Society, una organización benéfica sin ánimo de lucro que a su vez gestiona la programación del Vancity Theatre y del Studio Theatre en el VIFF Centre.



En la actualidad, el VIFF se encuentra entre los cinco festivales de cine más importantes de Norteamérica. En 2016, llegó a una audiencia de 133.000 asistentes y 324 *screenings*. Cada año, el festival exhibe producciones de unos 73 países en 10 salas de cine y teatros de la ciudad. Aparte de los *screenings*, en el VIFF se pueden asistir a charlas, *workshops* y otros eventos del sector.

El VIFF también cuenta con una entrega de premios entre los que destacan el “Best Canadian Film Award”, “Best Canadian Documentary Award” y el “Best Canadian Short Film Award”, junto a otra serie de premios otorgados por el mismo público.

- **Fechas:** Septiembre - Octubre
- **Ciudad:** Vancouver
- **Para más información visite:** <https://viff.org/>

ICEX



## 6. Percepción del contenido audiovisual español

Uno de los factores que más influyen en la percepción del producto español en Canadá, en este caso el cine español, es el idioma. Las producciones españolas cuentan con una ventaja significativa con respecto al resto de producciones internacionales, al ser el español el cuarto idioma más hablado en el mundo en 2022 (Statista, 2022), por detrás del inglés, chino mandarín e hindi, y con 548,3 millones de hispanohablantes, ya sea como lengua materna o extranjera. Así mismo, es importante señalar que el denominado mercado hispanoparlante entre Estados Unidos y Canadá asciende a 68 millones de personas, que cuentan con un ingreso medio-alto y una decidida inclinación por ver contenidos en español.

Canadá cuenta con una amplia población hispanohablante, sobre todo en las ciudades de Montreal y Toronto. Según datos registrados en el censo nacional de población, en 2021 el número de latinos en Canadá se situó en 580.000 personas, esto es, un 1,6 % de la población total (Statistics Canada, 2021), posicionándose así entre los grupos raciales principales del país.

Tradicionalmente, en Canadá la oferta del producto audiovisual en español procede sobre todo de países de Latinoamérica o México, donde el producto difiere del propiamente español, si consideramos el habla, las historias o los personajes. Los profesionales de la industria local reconocen el valor del mercado del cine español, y las temáticas, aunque particulares, suelen tener buena acogida entre las audiencias hispanoparlantes.

En los últimos años, la demanda de productos en español destinada a esta audiencia de origen latino ha aumentado considerablemente, con el debate de si el producto español debería diferenciarse del producto latinoamericano o si, por el contrario, existe valor en las ventajas de colaboración entre ambos territorios. A pesar de las diferencias y singularidades de cada cultura, el cine español y el latinoamericano comparten, además del idioma, un conjunto de valores que bien podrían servir como motivo de alianza y apoyo en la incursión cinematográfica del cine hispano en el mercado audiovisual canadiense.

No obstante, en términos generales, el cine propiamente español sigue siendo desconocido por el público canadiense, que apenas lo relaciona con directores como Almodóvar o García Bayona, y con actores como Penélope Cruz, Javier Bardem o Antonio Banderas.

Recientemente, cabe destacar el éxito que han tenido grandes producciones españolas a nivel internacional, gracias principalmente al soporte de plataformas de *streaming* como Netflix. Estas mismas plataformas han permitido que las producciones españolas lleguen a un mayor número de



países, con la ampliación y diversificación de la cuota de mercado propia. La división española de Netflix ha reconocido el potencial de estas producciones, con la adquisición de sus derechos de distribución de manera exclusiva.

ICEX



## 7. *Spain Audiovisual Hub of Europe*

España cuenta con un acervo cultural importante en el que la industria audiovisual supone un canal de transmisión de valores y arte, además de un sector generador de riqueza y empleo. La convergencia del sector, con la aceleración de la economía digital y la aparición de nuevas tecnologías, contribuye al desarrollo de productos novedosos dedicados, fundamentalmente, al entretenimiento y ocio de sus consumidores.

“Spain, Audiovisual Hub of Europe” se constituye como iniciativa de apoyo e impulso al sector audiovisual español. Se presentó en marzo de 2022 y forma parte de la Agenda Española Digital 2025, que incluye, aproximadamente, unas 50 medidas agrupadas en diez ejes estratégicos con los que, en un horizonte temporal de cinco años, se persigue acelerar la transformación digital de España, de forma paralela a la estrategia digital europea, con la colaboración público-privada del conjunto de los agentes económicos y sociales del país.

“Spain, Audiovisual Hub of Europe” es, por tanto, uno de los ejes principales de esta agenda, y pretende, en este sentido, posicionar España como plataforma audiovisual estratégica en Europa, generadora de riqueza y empleo, así como un incremento del 30 % de la producción audiovisual española en 2025.

A lo largo del periodo 2021-2025, “Spain, Audiovisual Hub of Europe” cuenta con una dotación de 1.603 millones de euros, provenientes de los Presupuestos Generales del Estado y los fondos de la Unión Europea, principalmente del Fondo Europeo de Recuperación y Resiliencia, el Fondo Europeo de Desarrollo Regional y el programa Europa Creativa.

El plan contempla así una serie de inversiones públicas y reformas estructurales que garanticen la suficiencia de la cadena de valor de la industria audiovisual española, caracterizada por contener una red de talento profesional de reconocida valía en términos de creatividad y calidad.

Este plan parte de una visión integradora del sector audiovisual español en todos sus formatos (cine, cortos, series, publicidad, videojuegos y animación), y se puede dividir en tres objetivos principales:

- En el marco de la industria audiovisual, convertir España en un centro de referencia y de atracción de inversiones en Europa con la regulación y reducción de trabas administrativas a partir de la atención y adaptación a las necesidades de los distintos agentes del sector.
- Mejorar la competitividad de las empresas del sector a partir de la aplicación y uso de nuevas tecnologías que permitan su modernización y destreza, con el acceso a nuevas, y más accesibles, líneas de financiación.



- Impulsar y dar soporte al talento nacional, con la reducción de la brecha de género existente, principalmente, en términos de gestión de la producción de contenidos audiovisuales en España.

Para ello, y para la consecución de estos objetivos, se proponen las siguientes medidas articuladas en cuatro estrategias principales:

- **Digitalizar, internacionalizar y atraer inversiones.** La inversión prevista será de 240 millones de euros. En esta línea, el Ministerio de Cultura y Deporte, en colaboración con ICEX España Exportación e Inversiones, ejecutará una agenda de internacionalización de la industria audiovisual española, además de un programa de atracción de rodajes e inversión. Asimismo, se creará el “Spain Audiovisual Hub Bureau”, que servirá de portal de referencia e información para todos aquellos agentes interesados, además de actuar como agencia de promoción de la industria audiovisual española. La digitalización de las plataformas de contenido audiovisual español mejorará, por tanto, no sólo la producción, sino también los canales de distribución presentes con el fin último de crear un ecosistema de colaboración centralizado y eficiente. La creación de mecanismos de explotación y exportación que faciliten el desarrollo y reconocimiento de la industria audiovisual española, así como del talento nacional, resulta imprescindible en aras de la internacionalización del sector. Para ello, se fomentará, a través de ayudas económicas y otras iniciativas, la participación en festivales y foros de coproducción en los mercados de exportación.
- **Mejorar los instrumentos financieros y mecanismos fiscales.** En el marco de esta estrategia se facilitarán herramientas y mecanismos que faciliten el acceso, no sólo a la financiación necesaria, sino también a los incentivos fiscales que beneficien las distintas actividades y procesos de la producción audiovisual en España. Para esta misma estrategia se prevé una dotación de 1.330 millones de euros hasta 2025. Estas acciones serán complementarias a los recursos de financiación previstos por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) y por el programa Europa Creativa, por el que se persigue el desarrollo y consolidación de las industrias culturales y creativas europeas en el horizonte temporal comprendido en 2021-2027. La toma de medidas relativas al acceso a la financiación será una de las prioridades de esta estrategia, y es que una de las mayores dificultades a la que deben hacer frente las productoras es el propio acceso a la financiación dada la incertidumbre y los riesgos asociados al éxito de sus producciones. Para ello, la disponibilidad de instrumentos de financiación de carácter público será sustancial a la hora de ofrecer líneas de financiación y ayuda económica. Así mismo, la cobertura de riesgos en la realización de proyectos audiovisuales internacionales se garantizará con la colaboración de distintas entidades aseguradoras, que ofrecerán apoyo y cobertura de crédito a la exportación e internacionalización de las producciones.
- **Desarrollar y potenciar el capital humano.** En la estrategia de impulso al talento presente en la industria, se ha previsto una mejora en los planes de formación con el ajuste de las



competencias a las demandas de las empresas del sector. Con una previsión de 15 millones de euros, se brindará apoyo institucional a los planes de formación, así como al acceso e inclusión de las mujeres a la industria. Asimismo, se desarrollarán planes de promoción y retención de talento previstos en el Plan Nacional de Competencias Digitales del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital del Gobierno de España, por el que se desarrollarán medidas que ayuden a paliar las dificultades que supone el retorno de aquellos profesionales españoles en el exterior o, por el contrario, de aquellos profesionales extranjeros que lleguen a España, con especial atención a aquellos provenientes de fuera de la Unión Europea.

- **Aplicar reformas regulatorias que supriman las trabas y barreras administrativas.** La formulación y resolución de reformas que agilicen la adjudicación de los procesos administrativos de manera sencilla y simplificada, con especial énfasis en las regulaciones migratorias que guarden relación con proyectos que se vayan a llevar a cabo dentro de la iniciativa con la creación de una ventanilla digital única en las mismas oficinas consulares que garanticen la concesión de los permisos necesarios. Asimismo, y en materia legislativa, se ha propuesto la reforma de la Ley General de Comunicación Audiovisual y la Ley del Cine.

Según un estudio de la consultora internacional Olsberg-SPI, especializada en las industrias creativas, las inversiones realizadas a nivel global alcanzaron los 177.000 millones de USD en 2019, con la creación de millones de empleos gracias a la aparición de compañías de presencia internacional como Netflix, Amazon, Disney, HBO y Apple, entre otras. En este sentido, el alcance y la capacidad de crecimiento del sector a largo plazo suscitan el interés del Gobierno español por convertir España en un centro de producción audiovisual, considerando el impacto que su actividad pudiese tener en la economía del país.

Según un estudio de la consultora PwC, "Entertainment and Media Outlook 2020-2024", por el que se analiza las proyecciones de crecimiento del sector a nivel global y en España, en los próximos cinco años se espera un crecimiento del sector de un 2,8 % a nivel mundial. En el caso particular de España, el crecimiento esperado es del 3,3 %, con un valor aproximado de 35.567 millones de euros. Estas proyecciones son prueba suficiente de las oportunidades de negocio que se presentarían a las empresas del sector, especialmente a aquellas centradas en segmentos de contenido bajo demanda o videojuegos.

La producción de contenido audiovisual ha experimentado una evolución constante en los últimos años sustentada fundamentalmente por el consumo masivo de contenido digital. La demanda de este tipo de contenidos ha alentado la diversificación de la oferta, por la que destacan contenidos de animación, ficción y videojuegos, entre otros.

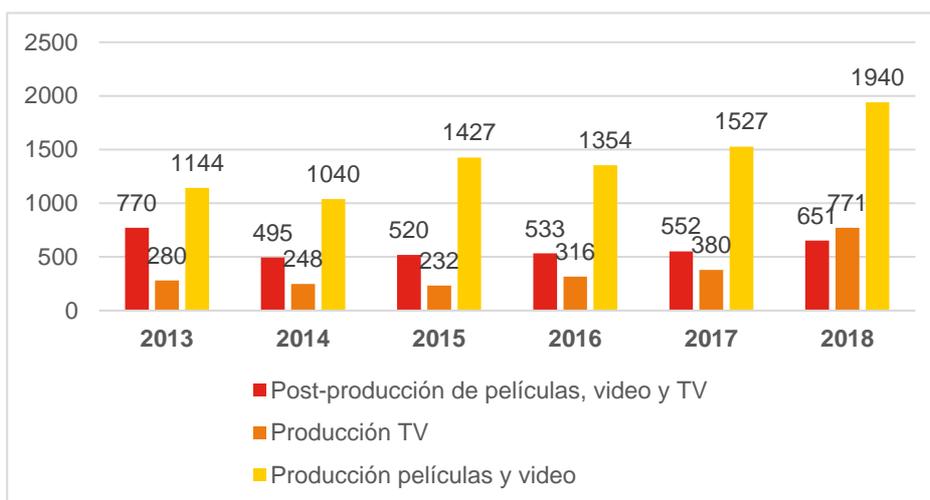
El sector audiovisual en España presenta cierta complejidad dado el gran número de actividades y factores implicados. Tradicionalmente, la producción de contenido de ficción y televisivo han



ocupado la mayor parte de la actividad. No obstante, las últimas tendencias apuntan a la necesidad de diversificar la producción hacia otros tipos de contenidos, como puede ser contenido publicitario, eSports o animación. En términos de calidad y suficiencia, los subsectores que integran la producción de contenido audiovisual en España han demostrado capacidad absoluta en consideración de las características técnicas y creativas que lo componen. Como resultado, se pueden encontrar producciones ficticias de exitoso reconocimiento capaces de cautivar audiencias de todo el mundo, como es el caso de la serie *La Casa de Papel* (Netflix).

### GRÁFICO 14. VALOR DE LAS ACTIVIDADES DE PRODUCCIÓN DE PELÍCULAS Y VÍDEO EN ESPAÑA

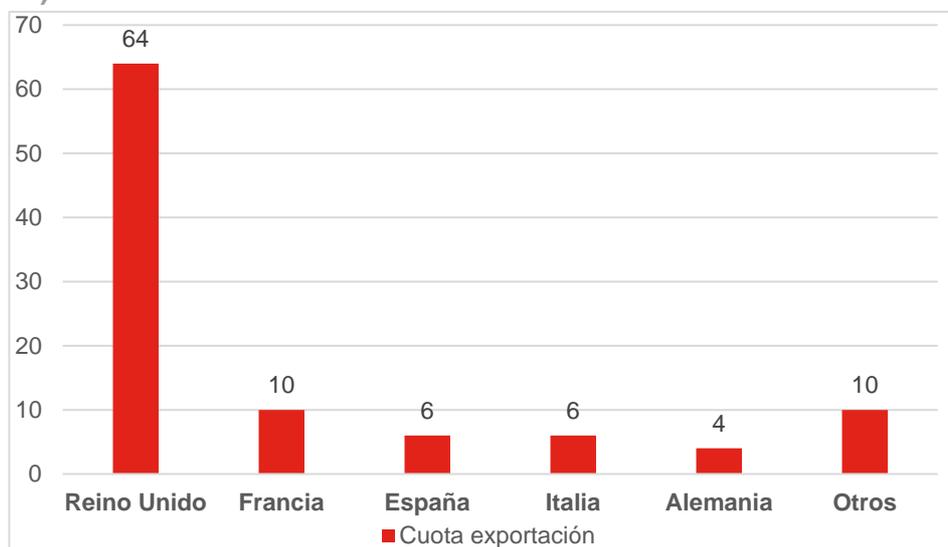
En millones de EUR



Fuente: Informe sobre la Sociedad de la Información y las Telecomunicaciones y el Sector TIC y de los Contenidos en España. Ministerio de Economía y Empresa.

El contexto actual pone de manifiesto el resultado de una larga trayectoria en la que la creatividad y el talento han contribuido al posicionamiento de España como país de referencia en la industria audiovisual europea, y es que España es el sexto país en la Unión Europea con mayor número de producciones, por detrás de Alemania, Francia, el Reino Unido, los Países Bajos e Italia, y el quinto en términos de horas de producción acumuladas, precedido por Alemania, el Reino Unido, Francia e Italia.

GRÁFICO 15. CUOTA DE EXPORTACIÓN (%) DE PELÍCULAS EUROPEAS, POR PAÍS DE ORIGEN (2018)



Fuente: European Audiovisual Observatory.

Atendiendo a la estructura de la industria, el sector de la producción audiovisual en España se caracteriza por la dualidad dada por el tipo y el tamaño de las empresas que operan en el mismo. Por un lado, se encuentran grandes corporaciones con beneficios multimillonarios capaces de generar cientos de empleos y por otro, pequeñas y medianas empresas dedicadas a la producción de contenido independiente, cuya capacidad de empleo es más reducida (aproximadamente 20 empleados) y con rendimientos anuales considerablemente menores (estimados en 15 millones de euros).

El desarrollo del sector en los próximos cinco años a nivel global vendrá determinado por la personalización y el consumo masivo de contenido, en el que el usuario decide qué tipo de contenido consumir, dónde y cuándo. La aplicación de nuevas tecnologías en este sentido no solo ha revolucionado los canales típicos de distribución, sino que además ha impulsado nuevos modelos de negocio que invitan a reevaluar la manera en la que se interactúa con los usuarios y otros agentes. La tecnología ha sido, por ende, la fuerza motora de esta revolución, en la que el usuario final encuentra nuevas formas de interacción y control sobre la oferta de manera deliberada.



## 8. Recomendaciones

El papel de los festivales de cine en la promoción y comercialización de producciones cinematográficas revela el valor de un mercado, en el que distribuidores y agentes acceden a un punto de intercambio donde poder adquirir derechos y crédito ante la atención de compradores y distribuidores de procedencia internacional. Los festivales de cine constituyen, así mismo, un medio interesante para que productores, sobre todo aquellos que se encuentran en una fase temprana de su carrera, se den a conocer en una industria ingente y competitiva, como es la industria del cine, máxime a escala internacional.

Uno de los efectos más valorados vendría a ser la publicidad que reciben las películas en los festivales de cine, que de otra manera no conseguirían el alcance y la repercusión que obtienen en estos mercados en términos de audiencia y exposición.

La industria cinematográfica en Canadá debe considerarse como una parte importante del gran mercado audiovisual de Norteamérica. El auge y rápido crecimiento del segmento hispano sugiere pensar que la producción audiovisual española debe esforzarse por conquistar dicho segmento. Los consumidores hispanoparlantes en Norteamérica buscan ávidamente contenidos que España puede aportar como producción española original, pero también mediante coproducción con Canadá, Estados Unidos y Latinoamérica. Sin embargo, en España existe ya la experiencia, el capital y el talento para ir más adelante en la distribución. Insistimos en la posibilidad de crear una plataforma española de contenidos ubicada en Norteamérica que compita por el segmento del mercado hispanoparlante subcontinental.

Se recomienda, por ende, a los empresarios y al resto de agentes de la industria audiovisual española, la asistencia a festivales del sector en Canadá. La participación tanto en el mercado como en eventos profesionales constituye una oportunidad a la introducción y promoción del contenido español.

Particularmente, se sugiere la participación en el Toronto International Film Festival, que ha contado este año con la presencia de una delegación española, organizada por esta OFECOME en colaboración con ICEX e ICAA. El pabellón español ha contado así mismo con *booth* propio, donde se ha facilitado a las instituciones y agencias participantes un espacio privado para reuniones de negocio y actividades de *networking*. Por otro lado, se han organizado tres eventos con carácter profesional en los que han participado delegados y representantes de empresas y productoras audiovisuales internacionales, principalmente. La coproducción internacional y la inversión y atracción de rodajes a España han sido las líneas de acción prioritarias dentro del plan.

# ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

**Ventana Global**

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

[informacion@icex.es](mailto:informacion@icex.es)

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

[www.icex.es](http://www.icex.es)

