

# Seminário Fundo Setorial do Audiovisual | 2014

29 de Maio de 2014

Curitiba

# Marcos Relevantes de 2013

## Produção Nacional nas Salas de Cinema

- **Maior público total desde a Retomada: 27,8 milhões de espectadores.**
- **Market share** do filme nacional sobre o público total: **de 18,6%.**
- **10 obras brasileiras com público superior a 1 milhão e 24 obras com mais de 100 mil espectadores.**
- **Total de 149,5 milhões de ingressos vendidos e renda de mais de R\$ 1,7 bilhão, com crescimento contínuo nos últimos 5 anos.**



# Marcos Relevantes de 2013

## Produção Nacional nas Salas de Cinema

- **Maior número de lançamentos** da história do cinema brasileiro: **129** estreias.
  - **OITO FILMES DA REGIÃO SUL LANÇADOS EM 2013**
- **Case: “Minha Mãe é uma Peça”**
  - **4,6 milhões** de espectadores (maior público do cinema brasileiro em 2013)
  - **2,5 milhões** investidos pelo **FSA**
  - **4,1 milhões** de **retorno** para o Fundo



# Marcos Relevantes de 2013

## Distribuidoras Nacionais

- Títulos nacionais representaram cerca de **50% do público** obtido pelas **empresas Distribuidoras brasileiras: reversão positiva de tendência.**
- As **Distribuidoras nacionais** foram responsáveis por **86% do público** dos títulos brasileiros exibidos em 2013.
- Somada às codistribuições com empresas internacionais, a **participação das Distribuidoras brasileiras** chega a **94% do público** dos filmes nacionais.



# Marcos Relevantes de 2013

## Infraestrutura de Empresas

- **Infraestrutura em expansão:**

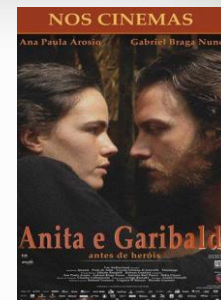
- ✓ **Parque de Produtoras de audiovisual registradas na Ancine:**

com **mais de 5.000 Produtoras** de conteúdo.

- **585 PRODUTORAS NA REGIÃO SUL \***
- **27% DAS PRODUTORAS EM CURITIBA**

- ✓ **Parque exibidor: 2.678** salas de cinema, com destaque para Regiões Nordeste e Centro-Oeste, que registraram crescimento de 14,3% e 13,1% em 2013.

- **A REGIÃO SUL ENCERROU O ANO DE 2013 COM 454 SALAS, UM CRESCIMENTO DE QUASE 30% NA COMPARAÇÃO COM 2009.**



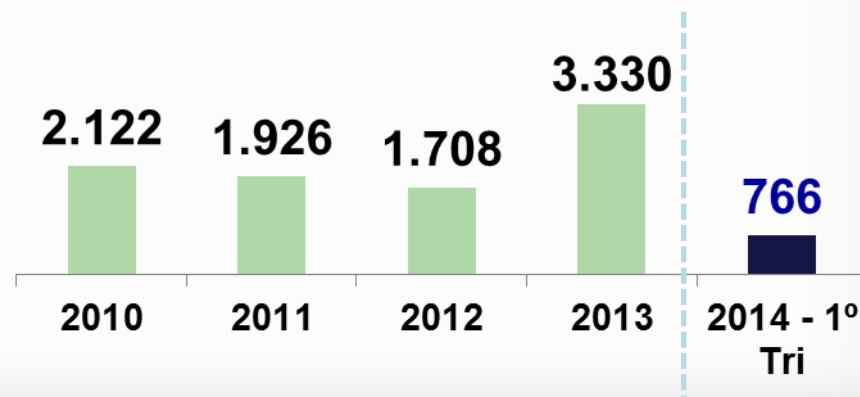
(\*) Inclui produtoras cinematográficas, estúdios e produtoras de filmes para publicidade. Fonte: ANCINE/SRE

# Marcos Relevantes de 2013

## Crescimento da TV Paga

- O mercado de **TV Paga** cresceu **11,3%** em **2013**, atingindo **18,02 milhões de usuários**.\*
- A **Lei 12.485/11** transformou a **demanda potencial** em **demanda real**:
  - ✓ Mais de **80 canais** têm exibido, no horário nobre, filmes e seriados brasileiros.
  - ✓ **Quadruplicou** a presença da produção brasileira na TV Paga.
  - ✓ Para a Lei, precisa-se produzir **2.000 horas anuais** de produção independente.

- ✓ **Aumento** da emissão de **CPB**  
**Certificados de Produto Brasileiro**  
para filmes, seriados e  
programas de TV:

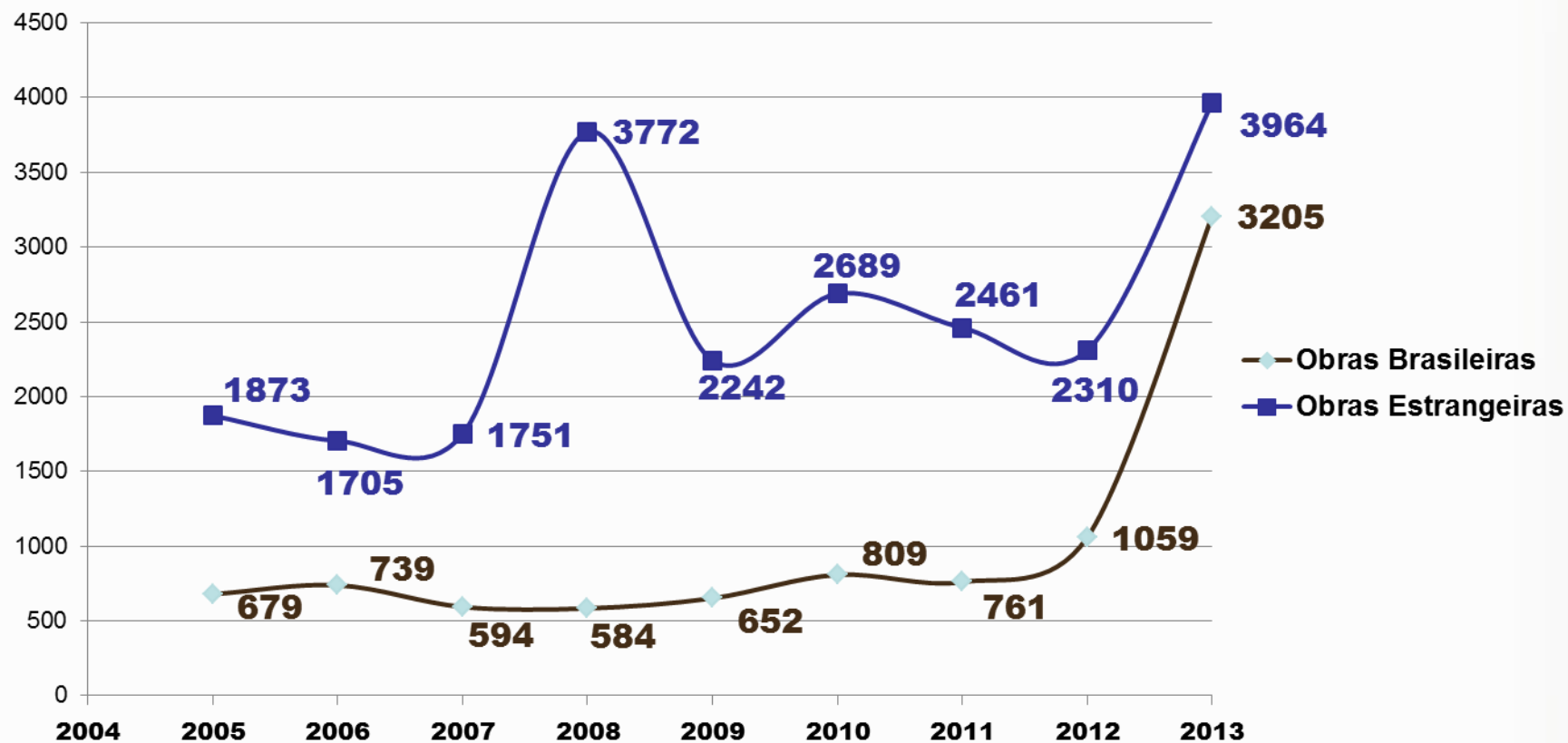


(\*) Fonte: Anatel/IBGE

# Marcos Relevantes de 2013

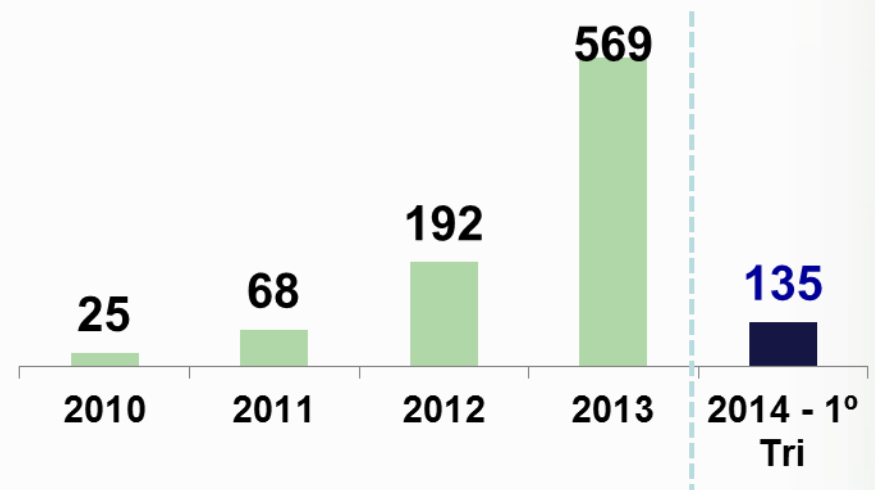
## Crescimento da TV Paga

- Evolução do licenciamento de obras brasileiras para TV Paga.



# A Importância do Vídeo por Demanda - VoD

- **Vídeo por Demanda** passou a ser **alternativa de consumo** e representa grande potencial:
  - ✓ Em 2012, houve **aumento de 54% da audiência** no Brasil\*.
  - ✓ **Crescimento substancial em 2013**, chegando a **2,5 milhões de usuários** de *streaming* de vídeo *on line*\*\*.
  - ✓ **Aumento do número de CRTs emitidos** para obras brasileiras:



(\*) Fonte: IBOPE: <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Cresce-a-audiencia-dos-sites-de-videos-sob-demanda.aspx>

(\*\*) Fonte: Pyramid Research – Revista TelaViva, publicado em 18/03/2014

CRTs emitidos de obras brasileiras para “Outros Mercados”. Fonte: SRE/ANCINE



# 2014: Perspectivas e Resultados

- ✓ É previsto que o **número de lançamento se repita ou aumente**, considerando o **estoque atual** de mais de **100 filmes finalizados**.
  
- ✓ **O Primeiro Trimestre de 2014:**
  - **Market share** de público das obras brasileiras encerrou o período em **20,4%**;
  
  - Acumulado de **7,3 milhões de ingressos**, maior montante de um **primeiro trimestre** desde o início da série histórica em 2009;
  
  - **4 lançamentos brasileiros superaram a faixa das 300 salas**. No primeiro trimestre de 2013, somente uma obra brasileira foi lançada em mais de 300 salas.

# 2014: Perspectivas e Resultados

## ✓ O Primeiro Trimestre de 2014:

- **5 obras brasileiras** com mais de **100 mil espectadores** foram responsáveis por **97,1% do público do cinema nacional**.
- **3 títulos ultrapassaram a marca de 1 milhão de espectadores** e representaram **74,1%** do público total dos filmes brasileiros.
- O parque exibidor encerrou o trimestre com **732 complexos de exibição** e **2.738 salas** ao final de março deste ano.
  - **ABERTURA DE COMPLEXO COM 8 SALAS EM CURITIBA.**

# O Fundo Setorial do Audiovisual

## Retomada da Capacidade do Investimento Público

- Aliado aos outros mecanismos, o FSA **marca a retomada da capacidade de investimento do Estado no setor:**
  - ✓ Desde a sua primeira convocatória, o **FSA** já contemplou **339 projetos de produção e distribuição;**
  - ✓ Em **2013**, os filmes lançados com investimentos do FSA foram responsáveis por **60% da bilheteria nacional;**
  - ✓ **Programa Cinema Perto de Você:** FSA investiu mais de **R\$ 175 Milhões** para mais de **240 salas em todo o país.**

# Fundo Setorial do Audiovisual

## Regionalização

- As ações de indução à **Regionalização** da produção audiovisual iniciaram-se em **2009**:
  - ✓ **Melhoria na distribuição de recursos**: ampliação dos investimentos em Unidades da Federação fora do eixo Rio-São Paulo.

**COM Indutor Regional**

**2009-2012: R\$ 31.109.995,**



**SEM Indutor Regional**

**Em 2008: R\$ 348.102,**

Fora do Eixo Rio-São Paulo: Centro-Oeste, Nordeste, Norte, Sul, MG e ES

# O Fundo Setorial do Audiovisual Região Sul

- Desde 2009, o FSA investiu mais de **R\$ 16 milhões** na **Região Sul**:

- ✓ **24** projetos selecionados: **7** projetos do Paraná e **16** projetos do Rio Grande do Sul e **1** projeto de Santa Catarina no total de **R\$ 16 milhões**;

- ✓ Destaque: **12** projetos de animação que totalizam mais de **R\$ 8 milhões**;



**MÃOS DE CAVALO**



# O Fundo Setorial do Audiovisual

## Novas Chamadas Públicas 2013/2014

- Investimento de R\$ **400 milhões** (PRODAV, PRODECINE e PRÓ- INFRA).
- Montante disponibilizado equivale à **soma dos valores oferecidos nas quatro convocatórias anteriores do Fundo;**
- O investimento do FSA representa **três vezes mais os valores captados** somente por meio das leis de incentivo fiscal no ano de 2013 – R\$ 127 milhões.

# O Fundo Setorial do Audiovisual

## Inovações no FSA– Modelo de Negócios

- ✓ **Etapa de Desenvolvimento** passa a ser **financiável**.
- ✓ **Taxa de Gerenciamento** pode fazer parte do orçamento de referência para cálculo de participação do FSA.
- ✓ **Filme de relevância artística** não precisa de distribuidor para contratação.
- ✓ **Participação em produtos e obras derivadas** fixa em 5%.
- ✓ **Linha de Complementação** (Prodecine 04): entra **direto** para análise do **Comitê de Investimento**, se já tiver investimentos do FSA.

## LINHA DE COMERCIALIZAÇÃO

- ✓ **Inscrição** passa a ser para **Produtoras**, com **interveniência** da Distribuidora;
- ✓ **Redução** da **contrapartida** de **50%** para **10%** do investimento do FSA.
- ✓ **Análise direta pelo Comitê de Investimentos** (sem necessidade de pontuação).



# O Fundo Setorial do Audiovisual

## Linhas de Ação 2013/2014

### CINEMA

Linhas de Ação	Especificação	Valores
<b>PRODECINE 01</b> INSCRIÇÕES ENCERRADAS	Aporte na <b>Produção</b> de obras com destinação para cinema	R\$ 30 Milhões
<b>PRODECINE 02</b> FLUXO CONTÍNUO	Aporte na <b>Produção via Distribuidoras</b>	R\$ 55 Milhões
<b>PRODECINE 03</b> FLUXO CONTÍNUO	<b>Comercialização</b> de Obras	R\$ 5 Milhões
<b>PRODECINE 04</b> FLUXO CONTÍNUO	<b>Complementação</b> à Produção	R\$15 Milhões
<b>PRODECINE 05</b> INSCRIÇÕES ENCERRADAS	<b>Produção de Linguagem Inovadora e Relevância Artística</b>	R\$ 20 Milhões

novO

PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO

# O Fundo Setorial do Audiovisual

## Linhas de Ação 2013/2014

### TV

Linhas de Ação	Especificação da Linha	Valores
<b>PRODAV 01</b> <b>Produção para TV</b> FLUXO CONTÍNUO	Produção independente, destinada ao <b>mercado de TV</b> , no formato de <b>obra seriada</b> de ficção, documentário e animação e de telefilmes <b>documentários</b>	R\$ 50 milhões
<b>PRODAV 02</b> <b>Programação de conteúdo para TV</b> FLUXO CONTÍNUO	<b>NOVO</b> Projetos pré-selecionados para as <b>grades de programação dos canais</b> de televisão aberta e paga.	R\$ 30 milhões

**PRODUÇÃO**

# O Fundo Setorial do Audiovisual

## Linhas de Ação 2013/2014

- Editais para o Desenvolvimento de Projetos e Formatos, para todas as regiões do país, que somam **R\$ 33 milhões**.

### TV

Linhas de Ação	Especificação da Linha	Valores
<b>PRODAV 03</b> <b>Núcleos Criativos</b> INSCRIÇÕES ENCERRADAS	<b>Desenvolvimento de carteira de projetos</b> de obras e de formatos.	R\$ 18 milhões
<b>PRODAV 04</b> <b>Laboratórios de Desenvolvimento</b> INSCRIÇÕES ENCERRADAS	Desenvolvimento de obras e formatos, <b>iniciando com atividades de Laboratório.</b>	R\$ 10 milhões
<b>PRODAV 05</b> <b>Desenvolvimento de Projetos</b> INSCRIÇÕES ENCERRADAS	Desenvolvimento de <b>obras audiovisuais e de formatos.</b>	R\$ 5 milhões

Desenvolvimento

# O Fundo Setorial do Audiovisual

## Linhas de Ação 2013/2014

### Regionalização

Linhas de Ação	Especificação da Linha	Valores
<b>CHAMADA PÚBLICA</b> <span>NOVO</span> <b>Regionalização</b> INSCRIÇÕES ENCERRADAS	Suplementação de Recursos para <b>Chamadas dos Estados, do Distrito Federal e de Capitais</b>	R\$ 50 milhões

# O Fundo Setorial do Audiovisual

## Linhas de Ação a Serem Abertas

- **Suporte Automático:** No valor de 40 milhões de reais que serão injetados nas empresas de todos os segmentos do setor, com base no desempenho comercial.
- **Conteúdo para Campo Público de TV:** Chamadas regionais para produção independente destinada às TVs do Campo Público (Estatais, Educativas, Culturais, Comunitárias e Universitárias).
- **Formação Profissional e Pesquisa:** Formação de profissionais em nível técnico e superior. Financiamento de pesquisas acadêmicas.

# Plano de Diretrizes e Metas do Audiovisual

## Desafios Gerais



- **O Plano de Diretrizes e Metas do Audiovisual – PDM:**
  - ✓ **Metas e indicadores de 3 segmentos de mercado prioritários** – cinema, TV por assinatura e vídeo por demanda, voltadas a:
    - => Expandir o mercado;
    - => Universalizar o acesso da população aos serviços de comunicação audiovisual;
    - => Transformar o Brasil em um forte centro produtor e programador de conteúdos;

O Brasil entre os **5 principais mercados mundiais** em produção e consumo de conteúdos audiovisuais para cinema, televisão e novas mídias.

# Plano de Diretrizes e Metas do Audiovisual

## Metas e Indicadores para o FSA

- O **FSA guarda consonância com as metas do PDM** e pode nos levar a um cenário promissor **até 2017**:
  - ✓ **1.500** projetos desenvolvidos
  - ✓ Cerca de **40 laboratórios**
  - ✓ Mais de **100 núcleos criativos**
  - ✓ **Mais de 6 mil horas de conteúdo** financiados
  - ✓ Produção de mais de **mil longas e mais de 10 mil episódios**
  - ✓ Implantação de **800 novas salas**
  - ✓ **Parque exibidor 100% digitalizado**
  - ✓ **Todas as cidades com mais de 100 mil habitantes com salas de exibição**

# Obrigada!

**Rosana Alcântara**

Diretora

rosana.alcantara@ancine.gov.br