

# STREAMING ¿QUÉ VEMOS EN EUROPA?

*Mientras las plataformas de streaming se resisten a facilitar datos de audiencia, empresas de investigación europeas arrojan luz sobre las tendencias y los contenidos más vistos del sector*

por Luis de Zubiaurre

Las televisiones convencionales y las plataformas de streaming están librando una batalla desigual y asimétrica, en la que la información es una de las armas de mayor calibre. Mientras que la industria tiene a su disposición —a través de empresas medidoras oficiales—, hasta el último detalle de las audiencias de los operadores televisivos, el mundo del streaming se ha protegido tras un velo impenetrable. Conscientes del valor estratégico de los datos de consumo, Netflix, Amazon, Disney y compañía han ocultado desde sus inicios todo lo relativo a los usos de sus plataformas. La parca información con la que intentan saciar las ansias de conocimiento del sector parece responder más a una campaña de marketing que a una sincera voluntad de mos-

*The Last of Us (HBO Max) y El cuerpo en llamas (Netflix), entre las más vistas en España*



trar la realidad del sector.

A finales de 2023 Netflix protagonizó su hasta la fecha mayor espectáculo de *strip-tease* desde que empezara a desvelar sus primeros datos de audiencia en 2021 mediante la publicación de los Top 10 de series y películas. Así, el pasado 12 de diciembre difundió una lista con sus producciones más vistas en el primer semestre de 2023, un interminable listado Excel con 18.214 títulos de su catálogo, equivalente al 99% del visionado a nivel mundial. Pero el espectacular volumen de información no va mucho más allá de otro ejercicio de demostración de una supuesta voluntad de transparencia, demandada insistentemente por operadores, productores y distribuidores y que también se hizo patente en las recientes huelgas de guionistas y actores.

La paulatina incorporación de planes con publicidad en las plataformas SVOD, y la extensión de las ofertas AVOD, está cambiando poco a poco este escenario. La necesidad de información por parte de los agentes del sector publicitario para valorar su inversión obliga a los *streamers* a una mayor apertura. En paralelo, los medidores de audiencias de algunos países —con el Reino Unido (BARB) y EE UU (Nielsen) a la cabeza— están empezando a ofrecer algunos datos del entorno de las plataformas de vídeo bajo demanda.

A esta lucha contra la ocultación del mundo del *streaming* emprendida por las empresas de audimetría se han uni- ➔

## TOP 20 SERIES DE LOS CINCO GRANDES PAÍSES EUROPEOS

TÍTULOS PRESENTES EN EL TOP 20 DE LOS CINCO PAÍSES

TOP 20 SERIES. ESPAÑA (ENERO-OCTUBRE 2023; ORDENADAS POR REACH%)

Título	Temporada	Plataforma	Reach %	Streams (000s)
1 The Last of Us	01	HBO Max	71,9%	49.888
2 Machos Alfa	01	Netflix	70,8%	83.099
3 El cuerpo en llamas	01	Netflix	66,1%	51.471
4 The Mandalorian	03	Disney+	56,9%	29.853
5 La chica de nieve	01	Netflix	55,5%	43.198
6 Queen Charlotte: A Bridgerton Story	01	Netflix	52,1%	30.201
7 Kaleidoscope	01	Netflix	47,1%	32.751
8 Un cuento perfecto	01	Netflix	47,0%	24.254
9 Secret Invasion	01	Disney+	46,2%	14.373
10 Ahsoka	01	Disney+	43,8%	15.854
11 One Piece	01	Netflix	43,8%	26.626
12 The Night Agent	01	Netflix	42,3%	45.044
13 Wednesday	01	Netflix	41,7%	33.428
14 Liebes Kind	01	Netflix	39,2%	19.105
15 Black Mirror	06	Netflix	39,0%	18.360
16 Lupin	03	Netflix	38,9%	20.840
17 Hasta el cielo	01	Netflix	38,6%	24.494
18 Valeria	03	Netflix	37,1%	30.131
19 The Witcher	03	Netflix	36,8%	23.528
20 El silencio/ Muted	01	Netflix	34,9%	21.415

Fuente: Digital i/SoDA

TOP 20 SERIES. ALEMANIA (ENERO-OCTUBRE 2023; ORDENADAS POR REACH%)

Título	Temporada	Plataforma	Reach %	Streams (000s)
1 The Night Agent	01	Netflix	49,7%	67.964
2 The Mandalorian	03	Disney+	46,7%	22.054
3 One Piece	01	Netflix	40,0%	32.831
4 Ahsoka	01	Disney+	38,2%	13.935
5 LOL: Last One Laughing Germany	04	Amazon	38,0%	30.317
6 Secret Invasion	01	Disney+	37,4%	9.548
7 Wednesday	01	Netflix	36,6%	39.958
8 Liebes Kind	01	Netflix	35,5%	22.334
9 Too Hot to Handle Germany	01	Netflix	33,0%	32.086
10 Queen Charlotte: A Bridgerton Story	01	Netflix	32,3%	26.237
11 Kaleidoscope	01	Netflix	32,2%	26.804
12 Fubar	01	Netflix	31,7%	24.031
13 You	04	Netflix	31,0%	37.368
14 The Witcher	03	Netflix	30,9%	28.888
15 Ginny & Georgia	02	Netflix	29,9%	42.000
16 Lupin	03	Netflix	29,8%	20.463
17 Black Mirror	06	Netflix	26,6%	14.878
18 The Rookie	01	Netflix	25,7%	64.491
19 Lockwood & Co	01	Netflix	25,3%	18.644
20 Totenfrau	01	Netflix	25,1%	15.243

Fuente: Digital i/SoDA

*La chica de nieve y Machos Alfa*, ambas de Netflix, en el TOP 5 Series España



do diversas consultoras que llevan años investigando para cubrir las necesidades de información básicas del sector. El objetivo es descubrir las audiencias y las tendencias que están marcando la creación de contenidos.

Una de estas empresas es la consultora británica Digital i, que asesora al sector audiovisual desde 2003 y que en 2018 desarrolló su sistema de análisis de audiencias de *streaming* SoDA (*Subscription on Demand Analytics*). «Con SoDA el usuario llega a entender cómo se comporta el espectador y el valor que aporta cada uno de los contenidos. Al disponer de toda la información de los consumos, sabemos cuáles son esos programas, series y películas que hacen que el espectador vuelva una y otra vez, qué títulos lo han impulsado a suscribirse, y cuáles lo mantienen abonado a la plataforma», explica a Tivù Matt Ross, director general de Digital i. La empresa arrancó hace seis años con el estudio del mer-

cado británico del *streaming* y en la actualidad SoDA cubre catorce mercados de Europa y América.

En medio de una competencia creciente, en los cinco grandes mercados de Europa (Alemania, España, Francia, Italia y el Reino Unido) las plataformas dominantes siguen siendo las grandes estadounidenses. Según los datos facilitados por Digital i, correspondientes al periodo enero-octubre de 2023, en España solo un 16% de los hogares con acceso a Internet no cuenta con Netflix, Disney+, Amazon Prime Video o HBO Max. Siguen el Reino Unido (17%) e Italia (20%). La menor penetración se produce en Alemania y Francia, donde el 29% y el 32% de los hogares no tienen acceso a los grandes *streamers*. En el Reino Unido más de un tercio de los hogares (36%) dispone de los tres servicios (Netflix, Disney+ y Amazon Prime Video), frente al 21% de Alemania, 20% de Italia y 17% de Francia. En

España, el único de los cinco grandes países europeos donde opera HBO Max —plataforma que se lanzará previsiblemente en los otros cuatro mercados en 2024 o 2025—, el 20% de los hogares cuenta con tres de estos servicios y un 19% con los cuatro.

«Netflix se encuentra a años luz de sus competidores, aun-

*The Mandalorian*, de Disney+, en el TOP 20 Series de los cinco países



que vemos que su consumo ha bajado algo en los últimos tiempos debido al control de las cuentas compartidas y también a que sus últimos títulos no han sido tan potentes», explica Matt Ross. Netflix domina con comodidad en los cinco grandes mercados europeos: el consumo del servicio en los hogares usuarios se sitúa por encima de los 100 minutos diarios y, en el caso de España, Italia y Francia, supera incluso los 120 minutos. Más del doble que Disney+, que ronda los 50 minutos en los cinco países. Amazon Prime Video no llega a los 40 minutos diarios en ninguno. HBO Max en España cuenta con 45 minutos diarios de media, según datos de Digital i.

El elemento diferenciador de SoDA frente a otros servicios de investigación es el origen de los datos, que no proceden de encuestas, del recuerdo del espectador, sino que son fiel reflejo del consumo realizado por los usuarios de los servicios VOD. «Disponemos del histórico de visionado de las plataformas con las que cuenta el hogar. Se trata de datos pasivos, que recogen la actividad que se produce en los perfiles individuales de todos los dispositivos, tanto fuera como dentro del hogar. La información se envía directamente desde la cuenta del usuario de la plataforma», detalla el director general de Digital i. Por el momento ofrece datos de las cuatro principales plataformas globales: Netflix, Amazon Prime Video, Disney+ y HBO Max. Para cada país →

## TOP 20 SERIES DE LOS CINCO GRANDES PAÍSES EUROPEOS

TÍTULOS PRESENTES EL EL TOP 20 DE LOS CINCO PAÍSES

TOP 20 SERIES. FRANCIA (ENERO-OCTUBRE 2023; ORDENADAS POR REACH%)

Título	Temporada	Plataforma	Reach %	Streams (000s)
1 LOL, qui rit, sort !	03	Amazon	54,8%	40.194
2 One Piece	01	Netflix	48,1%	41.316
3 Queen Charlotte: A Bridgerton Story	01	Netflix	46,7%	36.971
4 Lupin	03	Netflix	45,7%	34.755
5 The Night Agent	01	Netflix	43,9%	70.764
6 You	04	Netflix	41,4%	56.780
7 Liebes Kind	01	Netflix	39,3%	24.250
8 The Last of Us	01	Amazon	38,6%	28.799
9 The Witcher	03	Netflix	38,5%	34.216
10 Ginny & Georgia	02	Netflix	37,2%	55.567
11 Kaleidoscope	01	Netflix	36,0%	30.701
12 Thicker Than Water	01	Netflix	34,6%	30.501
13 Represent	01	Netflix	34,6%	26.029
14 Black Mirror	06	Netflix	34,2%	17.665
15 Sex Education	04	Netflix	34,1%	33.993
16 Fubar	01	Netflix	33,7%	25.984
17 Wednesday	01	Netflix	33,0%	39.907
18 The Mandalorian	03	Disney+	32,4%	22.696
19 La chica de nieve	01	Netflix	31,8%	21.221
20 Ahsoka	01	Disney+	28,5%	11.783

Fuente: Digital i/SoDA

TOP 20 SERIES. ITALIA (ENERO-OCTUBRE 2023; ORDENADAS POR REACH%)

Título	Temporada	Plataforma	Reach %	Streams (000s)
1 Questo mondo non mi renderà cattivo	01	Netflix	64,6%	28.271
2 LOL: Last One Laughing Italy	03	Amazon	59,7%	29.064
3 Queen Charlotte: A Bridgerton Story	01	Netflix	59,6%	31.543
4 Mare Fuori	01	Netflix	47,3%	47.427
5 One Piece	01	Netflix	45,6%	21.817
6 Kaleidoscope	01	Netflix	44,8%	20.794
7 Lidia Poët	01	Netflix	42,6%	20.480
8 The Night Agent	01	Netflix	42,0%	36.647
9 LOL: Last One Laughing Italy	Especial	Amazon	41,7%	4.391
10 Black Mirror	06	Netflix	41,5%	13.501
11 Secret Invasion	01	Disney+	41,1%	19.707
12 Lupin	03	Netflix	40,6%	16.537
13 The Mandalorian	03	Disney+	40,1%	33.245
14 Wednesday	01	Netflix	38,8%	24.236
15 Sex Education	04	Netflix	38,4%	22.377
16 You	04	Netflix	37,4%	27.641
17 Framed! A Sicilian Murder Mystery	02	Netflix	37,4%	17.318
18 Ginny & Georgia	02	Netflix	36,9%	27.993
19 Mare Fuori	02	Netflix	36,6%	42.476
20 Manifest	04	Netflix	36,2%	29.224

Fuente: Digital i/SoDA

El agente nocturno, uno de los grandes éxitos de Netflix esta temporada



la muestra del panel se compone de aproximadamente 1.250 hogares, que equivalen a unas 3.000 cuentas y unos 4.000 perfiles e individuos. La empresa de investigación alemana Goldmedia es otro de los pioneros de la investigación del *streaming*. Su herramienta VOD-Ratings nació en 2017, y en la actualidad cubre 11 países europeos con información de un total de 196 plataformas. Como señala a Tivù Florian Kerkau, director general de Investigación de Goldmedia, «nuestro servicio tiene un enfoque holístico, y mediante él se accede al comportamiento de visionado, al número de abonados y a todo el catálogo de cada servicio para cualquier periodo desde 2019». Como fortalezas de VOD-Ratings destaca su usabilidad: «Dispone de un panel de control fácil de manejar; con un montón de estadísticas interesantes y la posibilidad de trabajar con una API para obtener informes más individualizados. Nuestro servicio

proporciona todos los datos necesarios para comprender la industria del *streaming*», resalta Kerkau.

VOD-Ratings se basa en encuestas diarias. En Alemania, por ejemplo, el panel supone 90.000 encuestas al año; son aproximadamente 250 personas al día que informan sobre su uso del *streaming*. Alemania es el proyecto piloto de Goldmedia para complementar las encuestas con la recolección de datos pasivos. «Estos aportan mayor precisión, por ejemplo, información de episodios en lugar de temporadas. Además nos permite ver cómo evoluciona el consumo de los contenidos y las plataformas en cada momento y a lo largo del día», explica Kerkau.

Ross, de la consultora británica, destaca la granularidad de los datos que aporta el historial de visionado de los espectadores: «Disponemos de información minuto a minuto. Se pueden identificar consumos individuales, a qué hora y cuánto tiempo

se vio de una película o del episodio de una serie. De esta manera comprobamos también el nivel de *engagement*». Como en el caso de Goldmedia, entre sus clientes destacan los propietarios de contenidos; tanto creadores como distribuidores. «Trabajamos con los equipos de ventas, que necesitan saber qué valor aportan sus títulos a las plataformas; cuánto y cómo se ven. Esto es de gran utilidad a la hora poder vender y renovar sus productos», continúa Ross.

Netflix también lidera el ranking de títulos en los cinco grandes mercados europeos, según SoDA. En 2023 (hasta octubre), el Top 20 lo copan títulos suyos tanto en lo referido a los *streams* (visionados), como al *reach* (alcance entre los abonados a la plataforma). Y eso es así para las series y las películas. También llama la atención la coincidencia en las preferencias de estos mercados: en el Top 20 por *reach* de los cinco países se repiten los mismos títulos; seis en el caso de las series

y ocho en el de las películas.

La serie de acción *The Night Agent* (El agente nocturno) ha

sido vista por más del 40% de los usuarios de Netflix en estos cinco países y es el contenido no infantil más visionado en el Reino Unido (97 millones de *streams*), Francia (70 millones) y Alemania (67 millones). Otros cuatro títulos de Netflix —*Queen Charlotte: A Bridgerton Story*, *Wednesday*, *Kaleidoscope* y la sexta temporada de *Black*

## SABEMOS QUÉ CONTENIDOS HACEN QUE EL USUARIO VUELVA

Mirror— y uno de Disney+ —la tercera temporada de *The Mandalorian*— completan el sexteto de las series de éxito en Europa.

Aunque el dominio de las producciones estadounidenses es palmario, en los diferentes países se hacen un hueco producciones locales como la británica *Who is Erin Carter?*, la italiana *Mare Fuori*, o la francesa *Lupin*, cuyo éxito ha traspasado las fronteras galas. En el caso de España las series nacionales, *Machos Alfa*, *El cuerpo en llamas* y *La chica de nieve* se sitúan en puestos de cabeza, de acuerdo con los datos de Digital i. *Machos Alfa* sobresale con un *reach* del 70% y 83 millones de visionados. En el caso de España, la distopía *The Last of Us*, de HBO Max, obtiene un 71% de *reach* entre sus abonados y casi 50 millones de *streams*. También hay que destacar el programa de humor *LOL: Last One Laughing*, una franquicia de Amazon Prime Video de gran aceptación en Francia, Alemania e Italia.

En cuanto a películas, *Heart of Stone*, *Murder Mystery 2*, *Knives Out 2*, *The Mother*, *Luther: The Fallen Sun*, *Extraction 2*, *The Outlaws* y *Your Place or Mine* encabezan las preferencias en los cinco grandes mercados europeos, con cifras de *reach* de entre un 25% y un 45% y, dependiendo de los mercados, entre 3 y 10 millones de *streams*. Si en el terreno de las series el dominio de Netflix es incontestable, en el caso de las películas, es casi absoluto: ocupa 97 de los 100 puestos de las películas con más visionados

## TOP 20 SERIES DE LOS CINCO GRANDES PAÍSES EUROPEOS

TÍTULOS PRESENTES EL EL TOP 20 DE LOS CINCO PAÍSES

TOP 20 SERIES. REINO UNIDO (ENERO-OCTUBRE 2023; ORDENADAS POR REACH%)

Título	Temporada	Plataforma	Reach %	Streams (000s)
1 The Night Agent	01	Netflix	47,0%	97.300
2 The Mandalorian	03	Disney+	41,8%	36.297
3 Beckham	01	Netflix	40,0%	22.944
4 Secret Invasion	01	Disney+	38,7%	18.926
5 Black Mirror	06	Netflix	36,3%	27.765
6 You	04	Netflix	35,6%	59.123
7 Ahsoka	01	Disney+	35,3%	24.563
8 MH370: The Plane That Disappeared	01	Netflix	34,3%	16.215
9 Beef	01	Netflix	33,2%	43.887
10 Queen Charlotte: A Bridgerton Story	01	Netflix	32,7%	36.590
11 Sex Education	04	Netflix	30,1%	40.053
12 Bodies	01	Netflix	29,9%	20.209
13 Loki	02	Disney+	29,9%	8.676
14 At Home with the Furrys	01	Netflix	29,2%	37.652
15 Kaleidoscope	01	Netflix	28,9%	30.703
16 The Witcher	03	Netflix	28,0%	31.813
17 Who Is Erin Carter?	01	Netflix	27,8%	26.803
18 Obsession	01	Netflix	27,5%	17.825
19 Ginny & Georgia	02	Netflix	26,7%	52.303
20 Wednesday	01	Netflix	26,0%	48.125

Fuente: Digital i/SoDA

en el conjunto de los cinco Top 20.

En cuanto a los géneros más vistos destacan, por este orden, el drama y la comedia: se sitúan a gran distancia de los contenidos familiares y los documentales, en una proporción diez veces superior. La excepción entre los cinco grandes europeos es el Reino Unido, donde el volumen de *streams* de la comedia es mayor que el del drama, y el género documental supera a los contenidos familiares.

Tanto Ross como Kerkau coinciden en resaltar como hechos cruciales del sector del *streaming* en 2023 la generalización de los planes de suscripción con publicidad, la lucha contra la compartición de cuentas y el fin del paradigma de los contenidos exclusivos. «Las plataformas se han dado cuenta de que

la exclusividad no lo es todo y que no siempre aporta un valor sustancial. Que tu contenido tenga una mayor distribución y visibilidad global puede fomentar las ventas y el desarrollo de nuevos títulos. Licenciar tu contenido a un competidor tan potente como Netflix no solo genera ingresos, sino que puede impulsar tu marca en todas las vías de distribución. Tenemos el ejemplo de la BBC, que se benefició de la presencia de *Peaky Blinders* en Netflix, ya que trajo más audiencia al canal de televisión y a su propia plataforma BVOD», explica Ross. Kerkau también pronostica «un incremento en el precio de los planes sin publicidad, un recorte en los costes de las plataformas, centradas ante todo en la rentabilidad, y una mayor tendencia al *bundling*».

©HBO Max (2); ©Netflix (4); ©Disney+ (1)