



INFORME
DE FERIAS

2018



MIPCOM
Cannes
15-18 de octubre de 2018



Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en París

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



INFORME
DE FERIAS

27 de octubre de 2018
París

Este estudio ha sido realizado por
Germán Gómez Marqués

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

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

NIPO: 060-18-044-9



Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Sectores y productos representados	5
1.3. Actividades de promoción	5
2. Descripción y evolución de la feria	7
2.1. Organización y expositores	7
2.2. Datos estadísticos de participación	8
2.3. Presencia española	8
3. Tendencias y novedades presentadas	10
4. Valoración	12
4.1. Del evento en su conjunto	12
4.2. De la participación	12
4.3. Recomendaciones	12
5. Anexos	14
5.1. Listado de empresas españolas participantes	14
5.2. Direcciones de interés	15
5.3. Plano específico del Rivera 7	15





1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica

MIPCOM – THE WORLD'S ENTERTAINMENT CONTENT MARKET

mipcom®

Fechas de celebración del evento	Del 15 al 18 de octubre de 2018
Fechas de la próxima edición	Del 14 al 17 de octubre de 2019
Frecuencia, periodicidad	Anual
Lugar de celebración	Palais des Festivals 1 Boulevard de la Croisette 06400 Cannes – Francia
	Palacio de Festivales y Congresos de Cannes: +33 (0)4 92 99 84 00 MIPCOM: +33 (0)1 79 71 99 99
Horario de la feria	15 – 17 de octubre de 8:30* a 19:00 18 de octubre de 8:30* a 18:00 * Acceso desde las 8:00 para expositores
Precios de entrada y del espacio	Hasta 14 de octubre – 1.390 € Desde 15 de octubre/taquilla – 1.655 €
Sectores y productos representados	Ficción, animación, publicidad, formatos, entretenimiento, etc.



Otros datos de interés

Otras ferias relacionadas: MIPCOM Junior, MIPTV, Le marché du Film de Cannes, MIPDOC

1.2. Sectores y productos representados

Con aproximadamente 24.000 m² de exposición, MIPCOM constituye el punto de encuentro internacional para los profesionales de la producción audiovisual –creación, producción, financiación y distribución de contenidos– en todo tipo de plataformas. Cada año se reúnen en Cannes los actores más importantes del sector para establecer contactos que puedan convertirse en importantes contratos con otros medios del sector.

En el evento están representados todos los géneros audiovisuales orientados al mercado de televisión: ficción, documentales, animación, publicidad, formatos de entretenimiento, etc.

La elevada concurrencia global propicia el contacto directo con agentes de mercados geográficamente más alejados, pero interesantes desde el punto de vista comercial.

Además, durante los cuatro días, los asistentes y participantes tienen acceso a numerosas conferencias conducidas por profesionales de prestigio sobre la actualidad del sector.

En esta edición, destacan los *screenings* de “El Embarcadero” de Beta Film y “Escape at Danemora” de CBS.

1.3. Actividades de promoción

ICEX España exportación e Inversiones, organizó la participación española con Pabellón Oficial (FPO) de **AUDIOVISUAL FROM SPAIN**.

Antes de la celebración de la feria, la marca AUDIOVISUAL FROM SPAIN y los productos a presentar en MIPCOM fueron promocionados de diversas formas.

- **Inserciones publicitarias** en papel/digital (Prensario, TBI, Señal Internacional, C21, Todo TV, WorldScreen, etc.).
- **Materiales de promoción offline:** folleto de expositores.
- **Materiales de promoción online:** *newsletter* enviada a todos los compradores registrados en MIPCOM, *line-up* publicado en la web www.audiovisualfromspain.com con los productos principales de las empresas españolas para MIPCOM y vídeo proyectado en el pabellón durante el desarrollo de la feria.

- **Spot preview** disponible para visionado en la web de Audiovisual from Spain: <https://vimeo.com/291685250>
- **Presencia de las empresas españolas y sus productos** destacados en medios impresos y digitales: *MIPCOM Preview, Daily News, Worldscreen/TV Latina, Prensario Internacional, C21, Variety, Todo TV, Señal Internacional*, con entrevistas y artículos especiales en algunos de ellos.

Desde la OFECOME de París asistió Javier Burgos Belascoain en calidad de Consejero Económico Comercial Jefe y Germán Gómez Marqués, Becario ICEX, con el fin de apoyar en la organización del stand de ICEX y recabar datos sobre el sector y el mercado, tanto en cuanto a la participación de empresas españolas como al panorama general y perspectivas de la industria audiovisual francesa.

icex

2. Descripción y evolución de la feria

2.1. Organización y expositores

El mercado se organiza en un espacio de casi 24.000 m² dividido en los siguientes espacios interconectados (además de los ubicados en la zona de la Croisette):

PALAIS -1 a 5: el espacio más amplio junto con el Riviera, donde se encuentran gran parte de las salas de proyección, el VIP club, el Press club y el Buyers' Club.

RIVIERA 7 a 9: segunda zona de concentración de las empresas expositoras. En el Riviera 7 se instaló el Pabellón Oficial de España. El Riviera 8 y 9 son dos prestigiosos espacios que acogen aproximadamente a 25 de las compañías más influyentes del sector.

CROISSETTE: conjunto de estands espaciosos e independientes situados frente a la playa, entre los que se encuentran los de Paramount Pictures, Sony Pictures Entertainment, Disney Media Distribution, Fox Networks Group o Warner Bros.

PLANO MIPCOM 2018





2.2. Datos estadísticos de participación

Según datos de la organización¹, la edición 2018 de MIPCOM cerró con las cifras habituales. En los 24.712 m² de exhibición se reunieron 13.800 delegados procedentes de 110 países diferentes y más de 4.800 empresas registradas. El número de expositores ascendió a 2.047 empresas, mientras que el número de compradores acreditados fue de 4.700 asistentes, entre los que se encontraban 1.760 ejecutivos de adquisiciones de plataformas digitales y servicios SVoD (vídeo bajo demanda por suscripción).

2.3. Presencia española

El total de empresas españolas registradas en esta edición de MIPCOM fue de 179. El stand de "AUDIOVISUAL FROM SPAIN", con el número R7.J11, estuvo organizado por ICEX España Exportación e Inversiones y reunió un total de 26 expositores (sin incluir a ICEX) entre empresas y la institución agrupada AGADIC en un espacio de 155 m².

AGADIC, Agencia Gallega de Industrias Culturales se ha encargado de representar y apoyar la presencia de las compañías gallegas.

Otras 52 empresas se inscribieron, sin espacio propio, pero se reunieron o daban como referencia para ser localizadas el stand de AUDIOVISUAL FROM SPAIN.

La zona contaba con un gran televisor que proyectaba continuamente el vídeo recopilatorio de las empresas participantes y sus productos. Al igual que en la edición anterior, se instaló en el mostrador del pabellón de ICEX un iPad para que los interesados pudieran consultar información sobre las compañías y tráilers de sus productos, sustituyendo así la distribución de catálogos.

Por otro lado, Catalan Films & TV también estuvo presente con un stand (R7.F25-R7.H14) próximo al de ICEX. Empresas como Brutal Media, Diagonal Televisio, o Televisió de Catalunya participaron de forma agrupada. En total, alrededor de 40 productores, vendedores o distribuidores con sede en Cataluña estuvieron registrados en la feria.

Por su parte, 10 empresas vascas de producción o distribución de contenidos televisivos estuvieron representadas bajo el pabellón "Basque Audiovisual", ubicado también en el Rivera 7 (R7.E67): Bainet, Baleuko, Basque Stream, Dibulitooon Studio, Euskaltel, Euskaltel Telebista, Expressive Media Projects, Pausoka Entertainment, Prime Time Media y Sugar Factory.

Algunas empresas como RTVE o Planeta Junior, acudieron a la cita de manera independiente pero en la misma zona de exposición (Riviera 7). Imagina International, la distribuidora de derechos

¹ Datos disponibles en <http://www.mipcom.com/?qa=2.141613745.2033105400.1513261068-554606665.1510043171>



audiovisuales internacionales y Globomedia pertenecientes al grupo Mediapro, acudieron también con una amplia delegación.

Otras compañías españolas estuvieron presentes bajo el pabellón de Creative Europe MEDIA (programa de la UE destinado a reforzar y desarrollar los sectores culturales y creativos en Europa), caso de Cienfuegos Films & Management, Cinema Republic, Feelsales, Indigenius, Latido Films, Volcan Producciones.

ICEX



3. Tendencias y novedades presentadas

En MIPCOM 2018, el país invitado de honor fue China, el cual indicó claramente sus nuevas ambiciones estratégicas para exportar más programación al mercado mundial y para participar en coproducciones con socios internacionales. Múltiples acuerdos con empresas chinas tuvieron lugar en Cannes.

Las series de drama de alta gama, de fuentes internacionales como el "Trigger" de Channel One Russia, continúan atrayendo a los principales reproductores de TV y SVOD por igual. El talento estaba vigente para apoyar nuevas series de drama con creadores como Showrunner de España, Alex Pina y Esther Martínez Lobato, ahora considerados estrellas por derecho propio.

La personalidad del año, Issa Rae inspiró a los delegados de MIPCOM, compartiendo su pasión, compromiso y aliento para fomentar oportunidades para los futuros creadores de contenido.

Las poderosas compañías en línea están hablando de cooperación con los difusores tradicionales, mientras que estos últimos desarrollan sus propias estrategias SVOD.

"Hay nuevas dinámicas dentro de la industria del entretenimiento y la buena noticia es que más personas están viendo más contenido, por más tiempo, en más dispositivos, que nunca", señala Jerome Delhaye, Director de la División de Entretenimiento de Reed MIDEM. "El debate ahora es cómo las compañías competirán o trabajarán juntas para lograr que el contenido correcto llegue al espectador correcto".

El país de honor: China realiza movimientos de coproducción / exportación

Con 156 empresas en Cannes y encabezada por la Oficina de Promoción Internacional de China de la Oficina de Información del Consejo de Estado y la Administración Nacional de Radio y Televisión de China (NRTA), la delegación china de más de 400 ejecutivos, fue la más grande en asistir a MIPCOM o al evento hermano de MIPTV.

China llegó a Cannes con la ambición de desarrollar exportaciones de su programación y fomentar las discusiones de coproducción con creadores de contenido internacional. Hablando en MIPCOM, el viceministro de NRTA, Fan Weiping, señaló: "En los últimos 15 años, con el rápido desarrollo de la economía y la sociedad de China, la industria cultural de cine y televisión de China se ha vuelto cada vez más próspera y las comunicaciones y cooperación internacionales han sido notablemente



activas en China. Quisiera cooperar sinceramente con todos sus amigos para estimular un nuevo dinamismo en el desarrollo internacional de la industria audiovisual y contribuir juntos a la prosperidad de varias culturas".

Durante la semana, se desveló una serie de acuerdos con empresas chinas

Endemol Shine China firmó con la productora de cine y televisión Blue & White & Red Pictures y el especialista chino en IP Cloudwood para hacer una versión en idioma mandarín del drama criminal británico "Broadchurch" para el mercado chino. Endemol Shine también se unió a CCTV para crear una versión internacional de la popular serie china "The Nation's Greatest Treasures" y trabajará con CCTV para desarrollar conjuntamente nuevos formatos de TV sin guión para canales de televisión chinos y mercados internacionales. El proveedor chino de servicios de Internet Tencent coprodujo la serie de historia natural "Dynasties" con BBC Studios como parte de un acuerdo más amplio que hace que el dúo trabaje en conjunto para crear una base de fans china para el sitio web de la BBC Earth Tribe que acaba de publicarse en Tencent Vídeo.

Big Drama trae grandes nombres a MIPCOM

Lo que quedó claro a lo largo de MIPCOM es que el apetito por las series de alto nivel es tan fuerte como siempre y que las compañías trajeron una gran variedad de talentos a Cannes, incluido Richard Gere, que promueve otro drama de suspenso político de la BBC "MotherFatherSon", para agregar ese toque especial a su campañas de *marketing*.

El lunes 15 de octubre fue la presentación televisiva de estreno mundial de "Escape at Dannemora", el debut como director de televisión de Ben Stiller que comenzará a transmitirse en Showtime en los Estados Unidos el 18 de noviembre. CBS Studios International llevó a Stiller a MIPCOM. Stiller señaló que, hace unos años, este tipo de drama de acción probablemente se habría dirigido a los cines, pero que la televisión ahora ofrece la mejor plataforma para contar grandes historias.

Confirmando que las principales series de drama vienen de todas partes del mundo, las productoras españolas Alex Pina y Esther Martinez Lobato ("La Casa de Papel") acompañaron su último proyecto, "The Pier", junto a los actores principales Álvaro Morte, Verónica Sánchez e Irene Arcos.

4. Valoración

4.1. Del evento en su conjunto

MIPCOM constituye una de las ferias clave del sector a nivel mundial. Se complementa con los otros mercados audiovisuales también celebrados en Cannes: MIPJunior, destinado al contenido dirigido al público infantil y juvenil y que se celebra durante los días previos a MIPCOM; MIPTV y Le Marché du Film (ambos celebrados en Cannes durante los meses de abril y mayo, respectivamente). De hecho, dada la calidad y cantidad de las series y formatos presentados en MIPCOM, se afirma que este supone para la televisión lo que el festival de Cannes representa para el cine. Por las dimensiones de su mercado, MIPCOM es, además, la que más visitantes y expositores congrega en la Croisette.

4.2. De la participación

España se ha consolidado en esta edición como una potencia en auge en el terreno de las series, con “Gigantes”, “El embarcadero”, “Vivir sin permiso”, “La otra mirada”, “Arde Madrid”, “Secretos de Estado” o “Pequeñas coincidencias”, por poner solo algunos ejemplos, tratando de conquistar el mercado internacional en la principal feria del sector. Uno de los platos fuertes del programa fue precisamente el estreno mundial de “El Embarcadero” en el Palacio del Festival. Es una de las dos series –además de “Arde Madrid”, presentada ayer– que Movistar llevaba como punta de lanza de su creciente arsenal. Álex Pina, cocreador de “The pier” (título internacional de la serie), participó además en un panel y recibió un premio por su trayectoria profesional. Si en Cannes no estaba también su título más famoso, “La casa de papel”, es porque Netflix no pone a la venta su catálogo.

4.3. Recomendaciones

Los actores principales del sector y los medios de comunicación más importantes del mundo están presentes en MIPCOM. Por ello, el evento se presenta como un marco incomparable para conocer de primera mano el panorama de la industria y darse a conocer en él, sin olvidar las ventajas de asistir de forma complementaria a MIPTV, NATPE MIAMI (para el mercado americano), MIP CANCUN (para el mercado latinoamericano) o, si se trata también de productos cinematográficos, Le Marché du Film.

En el caso de las empresas de animación, la asistencia al evento MIPJUNIOR, celebrado los días previos a MIPCOM, es igualmente importante para conocer y aprovechar la situación de este subsector específico, cuyas oportunidades no dejan de aumentar.



Las empresas participantes en MIPCOM suelen acudir con agendas cerradas y reuniones sucesivas de alrededor de 30 minutos de duración, por lo que conviene preparar el evento de forma concienzuda, contactando y reservando cita previamente con las empresas de interés. En este sentido, la sección **MyMip** de la página web permite consultar el listado de empresas asistentes y gestionar la agenda para así amortizar plenamente los costes de inscripción.

No obstante, siempre hay visitantes en busca de nuevos productos que acuden de manera espontánea sin cita fijada previamente y que pueden suponer una buena oportunidad comercial.

icex



5. Anexos

5.1. Listado de empresas españolas participantes

Empresas españolas en la participación agrupada en el pabellón AUDIOVISUAL FROM SPAIN de ICEX

AUDIOVISUAL FROM SPAIN - ICEX ESPAÑA EXPORTACIÓN E INVERSIONES	
ALL FLAMENCO	FILMAX INTERNATIONAL
ANIMA KITCKENT	MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN
ATRESMEDIA TV	MEDIA BANK
BRANDS & RIGHTS 360	MEDINA MEDIA 4K
CANARY ISLANDS FILMS	ONZA DISTRIBUTION
COMERCIAL TV	PHILEAS PRODUCTIONS
DIGITAL CORNUCOPIA	SOCIOGRAPH
DML INTERNATIONAL	VIDEO MERCURY FILMS
FILM FACTORY ENT.	WILD STORIES
AGADIC – GALICIAN AGENCY FOR CULTURAL INDUSTRIES	
CLUSTER AUDIOVISUAL GALEGO	PINE TREE AUDIOVISUAL CONTENT
CTV TELEVISIÓN	PORTOCABO TV
FICCIÓN PRODUCCIONES	PRODUCCIÓN TAMBOURA
MARUXIÑA FILM COMPANY	ZENIT TELEVISIÓN

5.2. Direcciones de interés

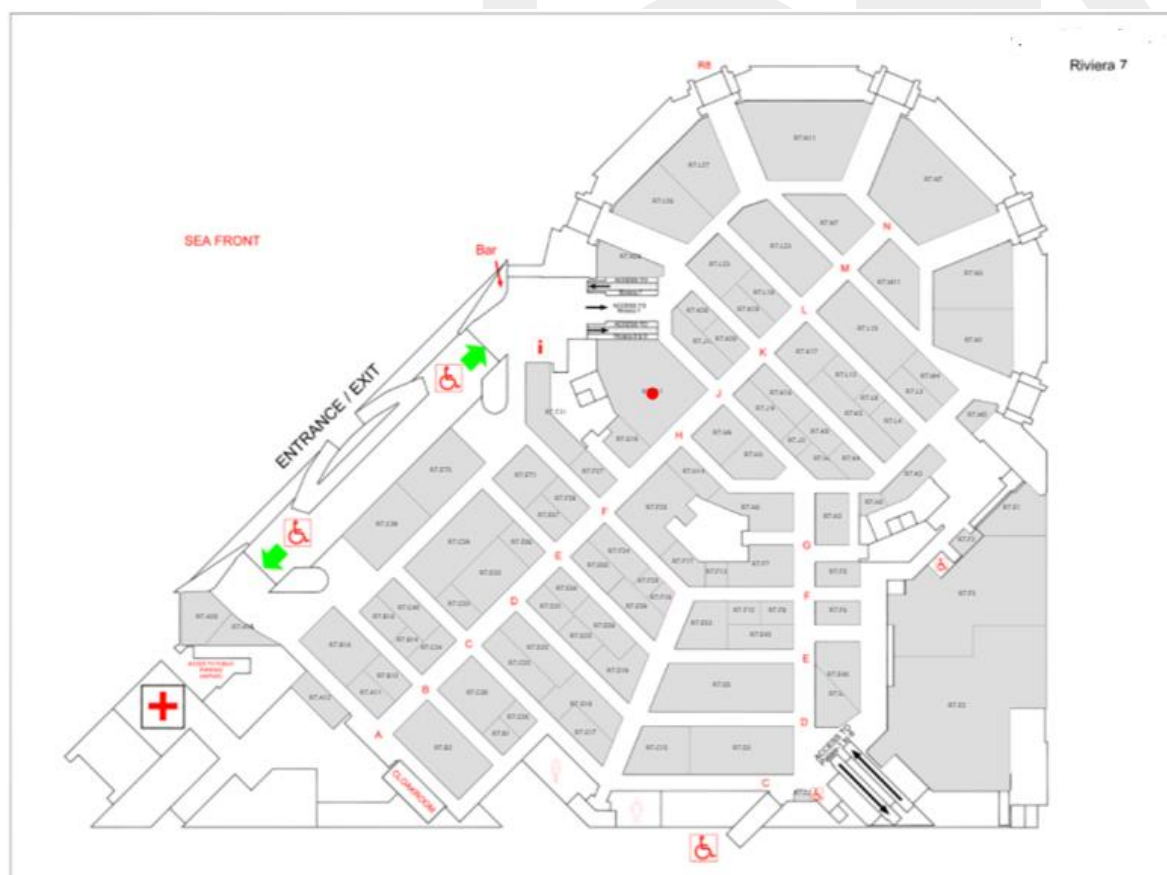
Convocatoria participación española con pabellón oficial de ICEX:

<https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/agenda/POF2018791048.html?idPais=FR>

Otras ferias relacionadas:

- **MIPTV** (próxima edición: 8-11 de abril de 2019): <http://www.miptv.com/>
- **MIPCOM JUNIOR** (próxima edición: 12 al 13 de octubre de 2019) <http://www.mipjunior.com/>
- **MARCHÉ DU FILM** (próxima edición: 14-23 de mayo de 2019): <http://www.marchedufilm.com/fr/>

5.3. Plano específico del Rivera 7



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

900 349 000 (9 a 18 h L-V)
informacion@icex.es

www.icex.es



ICEX España
Exportación
e Inversiones