

Informes de Ferias

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en París

MIF 2007

París
16/5 al 26/5 2007

ICEX

MIF 2007

Este informe ha sido realizado por Leticia Quintanilla Denise, bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en París

ÍNDICE

1. PERFIL DE LA FERIA	4
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Sectores y productos representados	7
1.3. Actividades de promoción de la feria por parte de la ofecomes	7
2. DESCRIPCIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA FERIA	9
2.1. Organización y expositores	9
2.2. Datos estadísticos de participación	10
3. TENDENCIAS Y NOVEDADES PRESENTADAS	12
4. VALORACION	13
4.1. Del evento en su conjunto	13
4.2. De la participación española y principales países competidores	13
4.3. Recomendaciones	14
5. ANEXOS	15

1. PERFIL DE LA FERIA

1.1. FICHA TÉCNICA

MARCHÉ INTERNATIONAL DU FILM (MIF)

Ámbito:	Internacional
Fecha:	Del 16 al 26 de mayo de 2007
Edición:	48
Frecuencia:	Anual
Lugar de celebración:	<i>Palais des Festivals</i> Esplanade Georges Pompidou 06400 Cannes – Francia +33 4 93 39 01 01
Horario de la feria:	9:00 – 19:00
Precio de la entrada:	Registro en línea: - 268 euros / persona (hasta el 2 de marzo de 2007) - 299 euros / persona (hasta el 12 de abril de 2007) Registro in situ: 360 euros
Medios de transporte:	<ul style="list-style-type: none">• Autobús 210 (terminales 1 y 2) desde aeropuerto de Niza a Cannes• Trenes desde Niza a Cannes• Autobuses de línea• Lanzaderas desde el <i>Palais</i> hasta los hoteles Para más información: https://www.marchedufilm.com

Director / Organizador:

Marché du Film

3 rue Amélie	Palais des Festivals
75007 Paris	Niveau 1, Allée 11
Tel : +33 1 53 59 61 30	Tel : +33 4 92 99 80 01
Fax : +33 1 53 59 61 50	Fax : +33 4 92 99 80 02

Marché du Film: marketinfo@festival-cannes.fr

Producers network: network2007@festival-cannes.fr

<https://www.marchedufilm.com>

Colaboradores:

- Colaboradores oficiales: LUMIÈRE, MEDIA, Film Finders
- Socios Producers Network: Australian Film Commission, Chile, Flanders Image, TFJC, National Film and Video Foundation (NFVF), Script East, Société de développement des entreprises culturelles (SODEC), Vlaams Audiovisual Fonds (VAF), Telefilm Canada, Uk Film Council Lottery Funded.
- Colaboradores asociados: Cinemart – International Film Festival Róterdam, CineLink – Sarajevo Film Festival, European Audiovisual Entrepreneurs (EAVE), Festival International de Cine en Guadalajara, HAF, IFP, J-Pitch UNI-JAPAN, Festival Cinéma Paris 2007, Pavillon les Cinémas du Sud, Pusan Promotion Plan (PPP).
- Patrocinadores: CROSSROADS, EURIMAGES, Puerto Rico Film Commission, Strategic Partners, Wallimage.
- Proveedores oficiales: Cellhire mobile solutions, Spotvision, Immosol Vacances, Eurodocument, GL Events, Screen Research, Exhibit, Direct Version, Screen International, UBL SYNTHESIS.

Superficie:

14.000m²

Precios:

Tarifas 2007:

HALL RIVIERA

Superficie mínima 9m² : 5.350 euros (impuestos no incluidos)

Cada m² suplementario: 371 euros (impuestos no incluidos)

Ejemplos: 18m²: 8.689 euros

30m²: 13.141 euros

42m²: 17.593 euros

51m²: 20.932 euros

HALL LERINS

Superficie mínima 9m² : 6.153 euros (impuestos no incluidos)

Cada m² suplementario: 426 euros (impuestos no incluidos)

Ejemplos : 18m²: 9.987 euros

30m²: 15.099 euros

42m²: 20.211 euros

51m²: 23.421 euros

PALAIS

Superficie mínima 9m² : 4.250 euros (impuestos no incluidos)

Cada m² suplementario: 247 euros (impuestos no incluidos)

Ejemplos: 18 m²: 6.473 euros

30 m²: 9.437 euros

42 m²: 12.401 euros

51 m²: 14.624 euros

Servicios incluidos:

- Acreditación para MIF con derecho a acceder a Riviera, *Palais*, *Village International* y los *screenings*.
- Material de información de MIF: guía de bolsillo, noticias de MIF, programa diario de *screenings*.
- Guía MIF 2007.
- Aparición en la guía MIF (sólo si se realiza el registro antes del 12 de abril de 2007).
- Acceso gratuito a www.cinando.com durante un año.
- Focus 2007.
- Catálogo Producers Network 2007.
- Programa oficial del Festival de Cine 2007.
- Acreditación para la 60 edición del Festival de Cine de Cannes con derecho a acceder a los *screenings* del Festival.

Servicios ofrecidos:

- Publicidad (en línea, postes y pantallas digitales gigantes a la entrada)
- Alquiler de stand
- Equipos de vídeo, ofimática
- Acceso a Internet y uso de móviles
- Otros: alojamiento, desayunos, cócteles, etc.

Carácter:

Profesional

Tipo de visitantes: Productores, compradores-exportadores, agencias artísticas, difusores TV, distribuidores TV y vídeo.

Fecha de la próxima edición: Del 14 al 23 de mayo de 2008

Otras ferias relacionadas:

- *Sunny Side of the Doc* (documentales)
- *Marché du Film Court* (cortometrajes)
- *Salon du Cinéma* (el mundo del cine)
- MIPCOM / MIPTV (contenidos para la televisión)

1.2. SECTORES Y PRODUCTOS REPRESENTADOS

El Mercado Internacional Cinematográfico MIF (*Marché International du Film*) es el certamen de cine más importante del mundo, que se celebra dentro del marco del Festival de Cine Internacional de Cannes (Francia), que este año cumplía su 60 edición.

Durante la feria los profesionales del sector (productores, compradores-exportadores, agencias artísticas, difusores TV, distribuidores TV y vídeo) realizaron entrevistas, ampliaron su negocio, efectuaron transacciones de derechos y crearon nuevos contactos o consolidaron las relaciones ya existentes con sus clientes.

Con una participación cada vez más elevada, MIF sirve para promocionar activamente la industria cinematográfica mundial, sobre todo el cine independiente. Ofrece una gama de servicios y herramientas de información para favorecer los intercambios y contribuir a que los participantes sigan desarrollando su actividad el resto del año.

1.3. ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN DE LA FERIA POR PARTE DE LA OFECOMES

El Instituto de Comercio Exterior (ICEX) lideró la organización y co-financió el pabellón español *Cinema from Spain* junto con las siguientes organizaciones y Comunidades Autónomas:

- ICAA - Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales
- FAPAE - Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles
- PROMOMADRID – Desarrollo Internacional de Madrid, S.A.
- CATALAN FILMS & TV
- Instituto Catalán de las Industrias Culturales (ICIC)

ICEX se encargó de la organización de las siguientes actividades de promoción:

- Cóctel para vendedores internacionales: Por primera vez, el ICEX organizó junto con la ICAA un cóctel en Noga Beach Legende a las 18:30 del sábado, 19 de mayo, en el que las empresas de ventas españolas fueron anfitrionas de los principales clientes del cine español bajo el lema *Cinema from Spain*.
- Catálogo y material promocional: Catálogo de empresas MIF, camisetas, bolsas de papel y bolígrafos.
- Puesto único de información con la presencia de una persona contratada para la atención inicial al visitante profesional en el pabellón español, que además se hacía cargo de la entrega del catálogo *Cinema from Spain* y el material promocional (bolígrafos y bolsas), y de proporcionar la lista de *screenings* españoles.
- Suplemento especial sobre España en la revista Variety, con una parte redaccional sobre la industria española y publicidad de las películas españolas que se presentan en el mercado.
- Inserción en la revista Screen de una página genérica y 8 anuncios diarios de media página durante la feria.

A la edición número 48 del *Marché International du Film* asistieron, por parte de ICEX Madrid, Paz Álvarez Puig (Jefa Dpto. Industrias Culturales), Miguel Gil Tertre (Jefe Sector Audiovisual) y Javier Martínez Íñiguez (Becario Industrias Culturales) para realizar el seguimiento de la feria (reuniones, rueda de prensa, presencia en acciones de promoción, etc.).

Por parte de la Ofcome de París acudió la becaria ICEX de Industrias Culturales, Leticia Quintanilla Denise, con el fin de visitar la feria, asistir a los profesionales interesados en el mercado fílmico español y presentarles a las empresas españolas allí presentes.

Asistieron igualmente representantes de las entidades colaboradoras.

2. DESCRIPCIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA FERIA

2.1. ORGANIZACIÓN Y EXPOSITORES

Desde el miércoles 16 de mayo al sábado 26 de mayo, un total de 4.082 empresas de producción, distribución y venta se dieron cita en MIF 2007 (285 más que en 2006), repartidas en 3 salones (*Palais des Festivals, Riviera Hall, Lerins Hall*) de un área de 14.000m².

La feria contó asimismo con varias áreas especializadas:

- *Village International*: espacio destinado a las diversas instituciones cinematográficas nacionales, para resaltar la cultura y el cine propios de cada país.
- *Atelier du Festival*: espacio destinado a informar a inversores y distribuidores acerca de 15 proyectos cinematográficos destacados.
- *Short Film Corner*: espacio de presentación de nuevos talentos seleccionados a nivel internacional.

Plano general de MIF 2007



MIF puso a la disposición del público 30 salas repartidas entre el *Palais* y los teatros y cines de Cannes para el visionado de un total de 1.400 proyecciones.

Por séptimo año consecutivo, el ICEX se encargó de gestionar y coordinar la participación institucional de la representación del cine español en MIF. Buena parte de la presencia nacional se concentró en el pabellón de España, ubicado en el espacio Riviera, stand E3, bajo el lema conjunto *Cinema from Spain*. Este año se contó con una mejor ubicación, en el centro del pabellón y frente a dos salas de proyección.

Se registraron más de 120 empresas españolas en MIF 2007, de las que unas 40 participaron dentro del pabellón español además de las 5 que ocuparon su propio stand. Las restantes asistieron a Cannes por su cuenta.

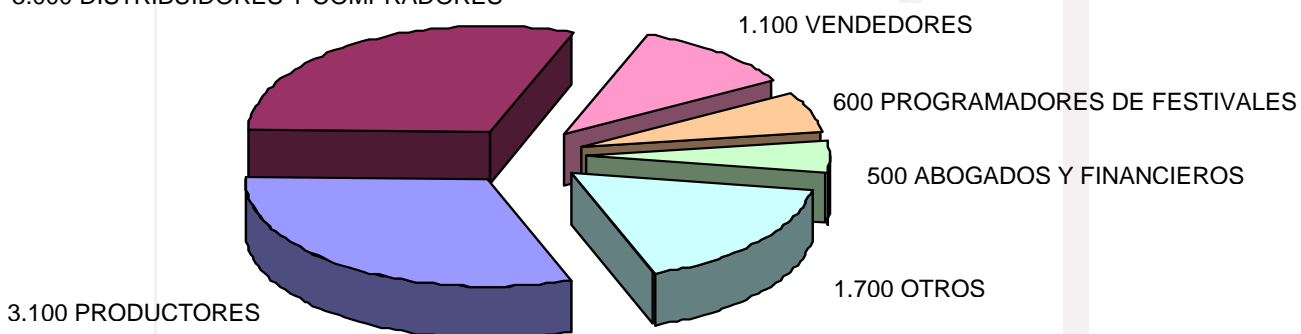
La superficie de exposición ocupada por la representación española abarcó 215m², de los cuales 156,20m² fueron ocupados por la zona común e institucional. Los 68,80m² restantes lo ocuparon empresas individuales, que pagaron su propio espacio y decoración, aunque éstos fueran gestionados por el ICEX.

2.2. DATOS ESTADÍSTICOS DE PARTICIPACIÓN

El *Marché International du Film* es la cara comercial del Festival de Cine de Cannes que, desde su creación se ha convertido en el mercado cinematográfico más grande del mundo.

En 2006 MIF contó con la asistencia de 10.000 visitantes venidos de 91 países distribuidos de la siguiente forma:

3.000 DISTRIBUIDORES Y COMPRADORES



En la edición de 2007, MIF contó con una mayor asistencia que el año anterior (+4%), un total de 10.491 profesionales de 92 países, algunos de los cuales participaron por primera vez, sobre todo los procedentes de África y Asia.

MARCHÉ INTERNATIONAL DU FILM 2007

Durante su edición de 2006 la feria presentó 4.569 películas de las que 2.000 estaban todavía en fase de desarrollo, y proyectó alrededor de 900 películas, la mayoría estrenos mundiales. El 83% de los compradores se fueron de Cannes tras haber realizado alguna compra. Por su parte, el Festival de Cine presentó un total de 55 largometrajes procedentes de 30 países.

En 2007, MIF ofreció un total de 5.157 películas procedentes de Europa (45%), EE UU (30%), Asia (12%) y Latinoamérica (6%), de los que 2.250 eran proyectos en fase de desarrollo o producción. Se proyectaron 889 películas, de las que 551 se mostraron por primera vez.

The image shows the logo for ICEX, which consists of the letters 'ICEX' in a bold, sans-serif font. The logo is centered within a large, light gray rectangular border that has a slight drop shadow effect, giving it a three-dimensional appearance. The background of the page is white.

3. TENDENCIAS Y NOVEDADES PRESENTADAS

El *Marché International du Film 2007* introdujo por primera vez en una feria cinematográfica algunas de las últimas novedades tecnológicas del momento: dos de los cines eran digitales y ocho de las 30 salas de visionado repartidas por la ciudad integraban pantallas de vídeo de alta definición.

Desde grandes éxitos de taquilla hasta cine de arte y ensayo, MIF presentó una mirada particular de todo tipo de producciones cinematográficas del momento.

Por otro lado, MIF y el Festival de Cannes se unieron a Arts Alliance Media para proponer una red de servicios digitales B2B de acceso a películas y proyectos en venta a compradores y vendedores desde cualquier lugar del mundo. El sistema B2b Video-on-demand (VoD), llamado Vizumi Pro, reemplaza el envío de formatos físicos por el visionado en línea.

El servicio Vizumi Pro se puso a la venta por un precio de 550 euros por título (feature, promoción/short y trailer incluidos). Como oferta promocional se ofreció a las primeras 200 empresas que solicitasen suscribirse a este servicio una película gratuita.

Asimismo Cinando e ISAN International Agency firmaron otro acuerdo por el que los nuevos proyectos insertados en cinando.com obtendrían un número ISAN—número internacional de registro de productos audiovisuales—como servicio complementario.

Dos españolas participaron en la 46a. Semana Internacional de la Crítica del Festival de Cine de Cannes: *El orfanato*, de Juan Antonio Bayona y *Yo*, de Rafa Cortés. Además se proyectó *Malos Hábitos*, de Simón Bross. No se presentó ninguna película en la Sección oficial.

4. VALORACION

4.1. DEL EVENTO EN SU CONJUNTO

Se trata de la feria más importante del mundo de contenidos cinematográficos. La participación de 92 países atestigua su marcado carácter internacional. De acuerdo con el organizador, la edición número 48 fue muy exitosa en cuanto al número de participantes y países. No se espera menos para su próxima edición.

4.2. DE LA PARTICIPACIÓN ESPAÑOLA Y PRINCIPALES PAÍSES COMPETIDORES

La participación española en MIF 2007 fue exitosa. Se llegaron a contabilizar más de 40 empresas dentro del pabellón *Cinema from Spain*: todas participaron de forma agrupada dependientes de ICEX, FAPAE o sus comunidades autónomas con excepción de cinco que lo hicieron con stand propio. Las demás empresas españolas asistieron a Cannes por su cuenta.

Sus conclusiones sobre la organización del pabellón y el apoyo institucional fueron muy positivas. El espacio estuvo mejor cuidado que en ediciones anteriores, con un mostrador de bienvenida en un lateral frontal, un espacio común para entrevistas y los mostradores institucionales en el fondo.

Por otro lado, las opiniones sobre MIF fueron divergentes. Las empresas más experimentadas coincidieron en apuntar que la edición anterior, a pesar de que hubo una menor participación (-4%), fue mucho más fructífero que en 2007, factor que atribuyen al descenso de las ventas en el sector cinematográfico a nivel mundial. Sin embargo, una empresa de reciente creación con stand propio logró vender una película todavía en fase de desarrollo a 55 países, lo que le suponía cubrir alrededor del 80% de los futuros gastos de producción.

La mayoría de los participantes españoles coincidieron en el hecho de que la feria es excesivamente larga y que los últimos días las negociaciones descienden sustancialmente. Además, aquellas empresas que suelen estar presentes en la ferias de contenidos para televisión MIPCOM y MIPTV señalaron que en comparación con MIF la agenda de trabajo es mucho más apretada en aquéllas. En todo caso, también estuvieron de acuerdo en que MIF es la forma más rápida de establecer contactos y concluir acuerdos para abrir nuevos mercados en el sector cinematográfico español.

4.3. RECOMENDACIONES

El *Marché International du Film* (MIF) es el certamen de cine más importante del mundo y, por lo tanto, no cabe duda de que se trata de una cita ineludible y de obligada asistencia. Se recomienda la participación de toda empresa del sector cinematográfico español que pretenda estar presente en los mercados exteriores aunque se recomienda tener en cuenta la valoración de las empresas españolas asistentes en ediciones anteriores.

ICEX estará presente en MIF 2008, en su edición número 49, apoyando al pabellón español.



ICEX

5. ANEXOS

No se adjunta ningún anexo.



ICEX