

MIDEM

The World's Music Market

**Cannes, del 21 al 25 de enero de
2007**

The logo for ICEX, consisting of the letters 'ICEX' in white, bold, sans-serif font, centered within a red square.

ICEX

MIDEM

The World's Music Market

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	5
1.3. Actividades de promoción de la feria por parte de la ofcomes	6
2. DESCRIPCIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA FERIA	6
2.1. Organización y expositores	7
2.2. Datos estadísticos de participación	7
3. TENDENCIAS Y NOVEDADES PRESENTADAS	10
4. VALORACION	12
4.1. Del evento en su conjunto	12
4.2. De la participación española y principales países competidores	12
4.3. Recomendaciones	12
5. ANEXOS	13

1. PERFIL DE LA FERIA

1.1. FICHA TÉCNICA

MIDEM, *The World's Music Market*



Ámbito:

Internacional

Fecha:

21-25 de enero de 2007

Edición:

41

Frecuencia:

Anual

Lugar de celebración:

Palais des Festivals
Esplanade Georges Pompidou
06400 Cannes – Francia
(+33) 4 93 39 01 01

Horario de la feria:

Expositores:

- 21-24 de enero: 9:00 – 19:00
- 25 de enero: 9:00 – 13:00

Participantes:

- 21-24 de enero: 10:00 – 19:00
- 25 de enero: 10:00 – 16:00

Precios de entrada:

	MIDEM	MIDEM & MidemNet
Antes del 18/01/2007:	950 euros	1500 euros
Entrada el mismo día:	1050 euros	1600 euros

Medios de transporte:

- Autobús 210 (terminales 1 y 2) desde aeropuerto de Niza a Cannes
- Autobuses de línea
- Lanzaderas desde el *Palais des Festivals* hasta los hoteles

Director / Organizador:	Reed Midem BP 572 – 11, rue du Colonel Pierre Avia 75726 Paris Cedex 15 Tél. +33 1 41 90 45 80 / Fax : +33 1 41 90 45 70 www.midem.com
Colaboradores:	<i>Conferencias y eventos:</i> Zync Music, Music 4 Games, Frukt, The Hollywood Reporter, International Music Managers's Forum Partners (Vip Booking, Partners, Musik Markt), Music Publishers Association of Japan (MPAJ), Rehearsals, A&R Worldwide, Musexpo, Impala, Win, American Association of Independent Music (A2im), DUP, UFI, UPFI, VUT & WIN, International Association of Entertainment Lawyers (IAEL), ICMP, IJFO, IMZ, Crescendo. <i>Medios de comunicación :</i> DMW, Informa, Musique Info, Music Week, Music Ally, Billboard, Stream, France Inter, Musik.Woche, Market Clusters. <i>Colaboradores asociados:</i> Socni Bids, Les Inrockuptibles,
Superficie:	9.540m ²
Carácter:	Profesional
Tipo de visitantes:	Profesionales del panorama musical internacional, digital y de telefonía móvil, de todos los estilos y perfiles (discográficas, publicistas, directores artísticos, entre otros).
Fecha de la próxima edición:	Del 27 al 31 de enero de 2008
Otras ferias relacionadas:	Musicota - Festival de música clásica: París, del 16 al 18 de marzo de 2007.

1.2. SECTORES Y PRODUCTOS REPRESENTADOS

MIDEM es la mayor feria mundial de la industria musical, que reúne cada año a cerca de 10.000 profesionales del panorama musical internacional, digital y de telefonía móvil, de todos los estilos y perfiles, a saber: compañías de discos, publicistas, distribuidores, importadores y exportadores, compañías tecnológicas, de comunicación inalámbrica, de producción de DVD y de producción de programas para la televisión, de creación de bandas sonoras originales y anuncios publicitarios, agentes, productores, promotores, programadores de festivales, fabricantes de CD y DVD, minoristas, representantes legales, organizaciones de derechos de propiedad intelectual, organismos industriales, inversores y accionistas. También están presentes periodistas de radio, televisión, medios en papel y online procedentes de 30 países.

MIDEM se celebró en Cannes del 21 al 25 de enero de 2007, y estuvo precedida los días 20 y 21 de enero por MidemNet Forum, una conferencia internacional sobre nuevas oportunidades de negocio, socios futuros y tendencias y modelos económicos de la industria digital y de telefonía móvil.

Los visitantes acudieron a MIDEM con la intención de entablar y mantener contactos duraderos, imaginar y construir el futuro del sector musical, descubrir nuevas oportunidades de negocio, tendencias y actos, exponer y promocionar al mundo los productos y el catálogo de la empresa, y mantener reuniones con clientes y socios actuales además de conocer a otros nuevos. Todo esto fue posible gracias a la organización de una treintena de seminarios y conferencias, además de conciertos en directo de grandes grupos internacionales y de nuevos talentos.

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

El Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) corrió a cargo de la organización y la financiación del pabellón *Sounds of Spain* (08.20/10.19) junto con el Ministerio de Cultura a través del Instituto Nacional de las Artes Escénicas y de la Música (INAEM), la SGAE a través Fundación Autor, el Institut Català de les Indústries Culturals de la Generalitat de Catalunya (ICIC) y PromoMadrid, empresa de promoción exterior de la Comunidad de Madrid. En estrecha colaboración participaron los Productores de Música de España (Promusicae), la Unión Fonográfica Independiente (UFI), la Asociación Fonográfica de la Comunidad de Madrid (AFOCAM) y la Associació de Productors i Editors i Discogràfisc i Videogràfics de Catalunya (APECAT). Este año además se incorporaron el gobierno de Canarias a través del programa Canarias Crea y el Instituto Galego das Artes Escénicas e Musicais (IGAEM) de la Xunta de Galicia.



El pabellón único contó con una superficie de 245m², donde acudieron a la cita unos 160 ejecutivos de sellos discográficos, editoriales, distribuidoras, compañías audiovisuales y promotoras musicales. De este total, 70 empresas se entrevistaron o mantuvieron reuniones en la zona común reservada a tal efecto. También se dieron cita diversas empresas de contenidos: La Central Digital de la Sociedad Digital de Autores y Editores (SDAE), Telefonica.net y Antena 3, entre otras.

Para promocionar las firmas españolas se insertó publicidad en las guías de MIDEM. Asimismo, se colocaron paneles publicitarios en el recinto ferial.

A MIDEM 2007 asistió, por parte de la Ofcome de París, la becaria ICEX de Industrias Culturales, Leticia Quintanilla Denise, con el fin de visitar la feria, asistir a los profesionales interesados en el mercado musical español y presentarles a las empresas españolas allí presentes, además de realizar un seguimiento de la misma junto con Paz Álvarez Puig (Jefa Dpto. Industrias Culturales) y Ana I. Esteban Tórtola (Jefe Sector Música) por parte de ICEX Madrid. Leticia aprovechó la ocasión para entrevistarse con instituciones francesas y algunas de las discográficas más importantes del momento con el fin de recopilar información que servirá para orientar a las empresas españolas de la industria musical durante el proceso de exportación. Asimismo, asistieron representantes de todas las entidades colaboradoras.

Aparte de las comunidades españolas agrupadas bajo el paraguas *Sounds of Spain*, estuvieron representados, con stand propio, el gobierno vasco a través de la Consejería de Cultura y las Islas Baleares a través del Instituto de Estudios Baleares.

2. DESCRIPCIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA FERIA

2.1. ORGANIZACIÓN Y EXPOSITORES

En su edición número 41, MIDEM consiguió atraer a 9.481 participantes en sus 3 salones (Palais des Festivals, Riviera Hall y Penthouse Riviera). Durante los cinco días de feria se presentaron varios espacios relacionados con la industria musical:

- Cientos de stands y salas para encontrar nuevos contactos y ampliar las actividades profesionales.
- Zonas y servicios especializados para que los asistentes puedan reunirse en torno a diferentes tipos de música: clásica, jazz, electrónica y urbana.
- Conferencias y seminarios que le ofrecen una visión desde dentro de los aspectos de mayor interés del sector.
- Actuaciones en directo de grandes estrellas internacionales y nuevos talentos.

4.605 empresas (de las que 2.376 fueron expositores) se encargaron de presentar todo tipo de material relacionado con la industria musical internacional, digital y de telefonía móvil de todos los estilos a profesionales de perfiles variados (discográficas, publicistas y directores artísticos, entre otros).

Ilustración 1: Plano general de MIDEM 2007



La participación española en el pabellón *Sounds of Spain* en 2007 fue superior a 2006. Cataluña acudió a la cita con 43 empresas, Galicia con 10, Madrid con 42, Canarias con 4 y el resto de las comunidades autónomas con 17.

MIDEM 2007 significó la primera participación en un mercado extranjero de Canarias Crea y el Instituto Gallego de las Artes Escénicas y Musicales (IGAEM). Si bien el número de empresas participantes fue bastante bajo por parte insular, se espera un mayor poder de convocatoria en futuras ediciones para ayudarles a difundir sus productos y apoyarles en sus planes de exportación.

2.2. DATOS ESTADÍSTICOS DE PARTICIPACIÓN

Un año más, MIDEM confirmó su posición como punto de encuentro internacional de la industria musical mundial. En esta edición logró reunir a 91 representantes internacionales, 9.481 participantes y cerca de 2.400 expositores en una superficie de 9.469m² (más de 400m² más que en 2006).

Las compañías que se dieron cita en MIDEM 2007 fueron muy diversas y de diferentes nacionalidades. Asia estuvo representada por los pabellones nacionales de China e India, que participaron por primera vez en el evento. Los países de Europa del Este incrementaron su presencia en un 15%, con Eslovenia y la República Checa a la cabeza (13%). Cabe destacar igualmente la fuerte presencia estadounidense, con 153 expositores, lo que supuso un incremento del 35% respecto a 2006.

España ocupó el octavo lugar de todos los presentes en cuanto a número de participantes (136 empresas). Por delante figuraron Reino Unido, con 798; Estados Unidos, con 678; Francia, con 532; Alemania, con 368; Italia, con 209; Canadá, con 204, y Holanda, con 154. Dentro del grueso de los diez países más destacados incluir también a Japón, con 121, y Suecia, con 114.

El éxito de la agrupación española en 2006 se tradujo en un crecimiento considerable de la presencia en 2007. Se pasó de 79 empresas participantes a 116, un incremento de casi un tercio.

En su octava edición, MidemNet Forum, que trató sobre la oposición de los profesionales a los cambios operados en la industria musical en el tiempo, tuvo una asistencia récord de 1.319 delegados. En la pasada edición la participación fue de 1.206 delegados, logró reunir a 68 expertos internacionales y organizó 21 conferencias de alto nivel. A los debates asistieron numerosos ponentes de prestigio del panorama internacional como Rob Glaser, Director General de RealNetworks; Chris Anderson, redactor jefe de Wired Magazine; Will.I.am, (Black Eyed Peas), jefe de marketing de Musicane.com y Miles Flint, Presidente de Sony Ericsson Mobile Communications.

Un total de 231 periodistas de 26 países cubrieron la información relativa a MIDEM 2007.

CIFRAS CLAVE DE MIDEM 2006

Por actividad de las empresas:

Grabación: 50%	Audio y vídeo: 20%
Publicidad: 33%	Digital y Medios: 19%
Gestión de derechos: 29%	Representación de artistas: 18%
Producción: 28%	Música en directo: 17%
Distribución CD/DVD: 20%	

Por géneros musicales:

Pop: 29%
Varios estilos: 25%
Rock: 22%
Dance: 21%
Música del mundo: 20%

Electrónica: 19%
Jazz / Blues: 19%
Rap / Hip Hop / Urbana: 16%
Clásica: 14%

Repartición geográfica:

África: 2 %
América del Norte: 19 %
América del Sur y Central y el Caribe: 2%
Asia: 6%

Europa Occidental: 65%
Europa del Este: 31%
Oriente Próximo: 2%
Oceanía: 2%

En MIDEM 2006 participaron 50 pabellones nacionales y regionales, en representación de más de 1.600 empresas.

3. TENDENCIAS Y NOVEDADES PRESENTADAS

MIDEM es el lugar ideal donde se anuncian las últimas tendencias de la industria musical. En 2007 se hizo especial hincapié en las discográficas independientes, que se presentaron con el anuncio: “la primera agencia mundial de gestión de derechos de los nuevos medios de comunicación”.

Como viene siendo habitual en cada edición, MIDEM presentó un programa de conferencias dirigido a todos los delegados registrados en la feria. Este año se centraron en la creación de los nuevos modelos de negocio:

1. *Music for Images & Listening Sessions*: conferencias donde se expusieron las formas de sacar el mayor provecho de la música utilizada en películas, la publicidad televisiva y los videojuegos. Asimismo, propuso unas sesiones en las que el público asistente pudo pinchar su propia música.
2. *The Live Music Network*: espacio dedicado a la esencia de la industria musical, entendiéndose por esto las últimas tendencias, los músicos actuales, la función de las discográficas y las empresas de tecnología, y la relación éxito-lanzamiento de un artista.
3. *The Global A&R Forum*: por segundo año consecutivo, MIDEM organizó un foro sobre los cazatalentos que trabajan en compañías discográficas y de publicidad, la radio, la música en directo y, recientemente, el mundo digital.
4. *The International Indie Summit*: espacio de reunión donde organismos y compañías musicales de todas partes del mundo discutieron sobre necesidades específicas del sector independiente musical. En 2006, la Worldwide Independent Coalition (WIN) se fundó en esta cumbre.

Asimismo se organizaron debates de carácter más especializado en torno a las últimas tendencias de la publicidad y las músicas clásica, urbana y electrónica y el jazz.

Además del programa de conferencias, especialistas cualificados (abogados, expertos financieros y consultores experimentados) organizaron talleres y clases magistrales para ofrecer información de primera mano sobre temas legales que afectan directamente a la industria musical.

Por otro lado y como colofón a la feria de música, los visitantes pudieron disfrutar de toda una serie de conciertos en directo y recitales de nuevos talentos, además de la participación de figuras ya consolidadas del panorama internacional. En su edición número 41, MIDEM presentó unas recopilaciones de música francófona, británica y suiza; las actuaciones de la diva del pop británico Amy Winehouse, el gabonés Ebène Musique y el nipón Victor; noches con temáticas distintas: latina, taiwanesa y jamaicana, esta última con Shaggy a la cabeza; un concierto de Buika, la última revelación del jazz; salas con DJ; y un tributo especial al compositor de música clásica Henri Dutilleux. El día 20, antes de la inauguración oficial de la feria, tuvo lugar el ya conocido concurso NRJ, con las estrellas más destacadas de la actualidad.

Entre las novedades, destacó una sección nueva titulada *Talent Stage*, creada para que las figuras más prometedoras de la industria musical tuvieran la oportunidad de presentar sus trabajos en el concurso MIDEM Buzz Bands ante destacados cazatalentos. Asimismo, citar que India estrenaba pabellón bajo el auspicio de Indian Music Industry (IMI). Así, estuvieron presentes en MIDEM todos los mercados más importantes y fructíferos del panorama musical internacional.

MIDEM 2007 organizó tres ceremonias de entrega de premios internacionales: NRJ Music Awards (8ª edición), MIDEM Classical Awards (3ª edición) y European Border Breakers Awards (4ª edición). La última atrajo el interés y la participación de numerosos ministros europeos.

4. VALORACION

4.1. DEL EVENTO EN SU CONJUNTO

Se trata de la mayor feria mundial de la industria musical. La participación de 91 países atestigua su marcado carácter internacional. De acuerdo con Reed MIDEM, organizador del evento, la edición número 41 tuvo un éxito rotundo. No se espera menos para su próxima edición.

Según Dominique Leguern, director de la feria, el aumento en el número y la variedad de empresas expositoras en 2007 destaca la importancia de MIDEM en una industria musical cada vez más amplia. Tanto es así que para muchos profesionales de la industria musical, la cita con Cannes se ha convertido en una tradición.

Para muchas discográficas pequeñas, MIDEM es la feria que posibilita obtener una amplia gama de contactos, desde exportadores hasta distribuidores o instituciones de gestión de derechos. Tanto es así que muchos vieron sobrepasar sus expectativas iniciales.

4.2. DE LA PARTICIPACIÓN ESPAÑOLA Y PRINCIPALES PAÍSES COMPETIDORES

La participación española en MIDEM 2006 fue exitosa. Se llegaron a contabilizar 136 empresas de origen español. 116 se anunciaron dentro del pabellón *Sounds from Spain* de forma agrupada mientras que el resto lo hizo con stand propio (País Vasco e Islas Baleares).

Muchas de las empresas agrupadas se estrenaban en la feria. Sus conclusiones sobre la organización del evento y el apoyo institucional fueron muy positivas, máxime porque no podrían haber acudido a la cita de otro modo.

Algunas de las que ya habían hecho una primera toma de contacto con futuribles desde su sede en España pudieron concluir acuerdos comerciales; otras, que se entrevistaban por primera vez con empresarios extranjeros, pudieron establecer un primer contacto a la espera de ver materializarse un intercambio comercial a medio plazo (generalmente de 3 a 6 meses).

Las empresas ya experimentadas coincidieron en que MIDEM es la forma más rápida de establecer contactos y concluir acuerdos para abrir nuevos mercados en el sector musical. También apuntaron que se puede llegar a mantener un elevado número de entrevistas incluso no programadas.

A modo de conclusión, el pabellón español sirvió para dar a conocer a las empresas de las diferentes comunidades autónomas como entidad conjunta con recursos compartidos. Para ello se construyó un stand amplio y despejado. El objetivo se cumplió con creces ya que se consiguió reforzar la presencia española dentro del mercado internacional, con la visita de cuantiosos agentes y distribuidores interesados por la música de firma española.

4.3. RECOMENDACIONES

No cabe duda de que MIDEM es una feria ineludible para los profesionales del sector musical. Se recomienda encarecidamente la participación futura de todas aquellas pequeñas y medianas empresas españolas que todavía no han asistido y que estén interesadas en abrirse camino en el mercado internacional.

ICEX estará presente en MIDEM 2007, en su edición número 42, apoyando al pabellón español.

5. ANEXOS

No se adjuntan documentos anexos.