



Informes de Ferias

EFM European Film Market Berlín

11-19 de Febrero 2016

Este informe ha sido realizado por
Iratí Barbarin, bajo la supervisión de la
Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Berlín

ÍNDICE

1. PERFIL DE LA FERIA	3
2. DESCRIPCIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA FERIA	3
3. TENDENCIAS Y NOVEDADES PRESENTADAS	8
4. VALORACIÓN	9
5. ANEXOS	11

1. PERFIL DE LA FERIA

EFM European Film Market Berlín 2016



Dentro del festival internacional de cine Berlinale de Berlín, el European Film Market (EFM) es el elemento económico de la industria del cine.

Fechas de celebración del evento: 11-19 de febrero 2016.

Fechas de la próxima edición: febrero 2017

Frecuencia: Anual

Lugar de celebración: Martin-Gropius-Bau, Niederkirchnerstraße, 7. Berlín.



Junto al edificio principal en el que se celebra el mercado, hay una segunda localización del mercado que es el Hotel Marriott, situado en Potsdamer Platz, a muy pocos metros del enclave principal.

Horario de la feria: 09:00-20:00

EFM EUROPEAN FILM MARKET BERLÍN

Precios de entrada: Los precios varían dependiendo del tipo de pase de que se trate, y de la manera y antelación con la que se adquiera.

Adquisición Online

	Tarifa anticipada hasta el 30 de Noviembre	Tarifa regular hasta el 6 de enero	Tarifa última hora desde el 6 de enero
Market Badge	250 €	300 €	+50€
Acreditación para el festival	125 €	125 €	+50€
Acreditación para el festival & Market Badge	375 €	425 €	+50€

Adquisición directamente en el Martin-Gropius-Bau

Market Badge	350 €
Entrada para todos los días	150 €
Entradas del 11-16 de febrero	60 €
Entradas para el 17 de febrero	60€ (después de las 4pm 30€)
Entradas para el 18 de febrero	30 €

Precios del espacio:

Stand Individual 420 € m²

Stand Agrupado 390 € m²

Sectores y productos representados: El mercado va dirigido a productores, distribuidores, directores de salas de cine, inversores, compradores y vendedores, así como a representantes del sector televisivo.

Junto al comercio con películas ya terminadas hay que destacar la venta por anticipado de los derechos de proyectos de películas que todavía no están producidas.

También están representados países y regiones como destino para rodajes de películas.

Otros datos relevantes: Paralelamente al EFM se celebra el Mercado de Co-Producción.

2. DESCRIPCIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA FERIA

Más de 8.833 productores, compradores, agentes de ventas, distribuidores, expositores e inversores se dieron cita en el EFM de Berlín 2016, superando un año más las cifras del 2015 que fueron de 8.400.

Acudieron 1.468 compradores, 100 menos que el año pasado. El número de expositores ascendió a 498, frente a los 480 del año pasado.

La prensa ha estado representada por más de 3.800 representantes de 80 países, que han cubierto tanto el mercado como el festival.

Participación española

Bajo la marca paraguas “*Cinema From Spain*”, el pabellón oficial español estaba organizado por ICEX España Exportación e Inversiones, el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA), la Oficina Económica y Comercial de España en Berlín e Invest in Spain.



El pabellón español, disfrutó un año más, de la excepcional localización de anteriores ediciones, en el atrio central del Martin-Gropius-Bau.

EFM EUROPEAN FILM MARKET BERLÍN

Participaron 12 expositores españoles, de los cuales 8 eran empresas: 3 de ellas con stand propio, **Latido Films**, **DeAPlaneta** y **Film Factory Entertainment**; 1 con mesa de uso exclusivo, **Imagina International Sales**; y otras 2 con mesa de uso semiexclusivo, **Cinema Republic** y **Canary Islands Connection**.

Asistieron también **AGADIC** (la **Agencia Gallega de Industrias Culturales de la Xunta de Galicia**) como agrupador de los productores de su región, **Basque Audiovisual**, agrupando a los productores del País Vasco y la asociación **PROA** como agrupador de los productores catalanes bajo la marca **Catalan Films & TV**.

Por primera vez, se habilitó una zona para la atracción de rodajes a España bajo la marca "**Shooting in Spain**", donde se ubicaron **Spain Film Commission** (que agrupaba a todas las oficinas de atracción de rodajes de España) y **Canary Islands Film Commissions** (Tenerife, Gran Canaria, La Palma y Lanzarote).

En esta edición cabe destacar las nuevas incorporaciones de **Basque Audiovisual**, **Film Commission de La Palma**, de **Lanzarote** y **Spain Film Commission**.

Estuvieron en el pabellón **Julián Izquierdo Famarriego**, Director de la división de moda, hábitat e industrias culturales del **ICEX**; **Javier Martínez Iñiguez** Jefe del sector audiovisual del **ICEX** y responsable del Stand y **Miriam Fernández Fernández** de **Invest in Spain**.

El Stand también contó con el apoyo y la colaboración de la **Oficina Económica y Comercial de Berlín**, y fue visitado por el Embajador de España en Alemania el día 12 de febrero.

Este año, la fiesta del festival organizada por **Bunte** y **BMW**, tuvo lugar en la Embajada Española el viernes, 12 de febrero y acogió alrededor de 800 personas.



Fuente: Bunte

Esta edición de la Berlinale ha contado con una escasa presencia del cine español. La participación española se ha visto limitada a una sola película, el documental *“Campo a través. Mugaritz, intuyendo un camino”* en la sección de cine culinario, paralela al certamen.

Mercado de la coproducción

Entre el 14 y el 16 de febrero tuvo lugar la celebración del *Berlinale Co-Production Market* o mercado de la coproducción, que este año cumplió su 13ª edición.

El mercado de la coproducción es la plataforma creada por Berlinale para profesionales de la industria del cine que trabajan en coproducciones internacionales y ofrece a los productores la oportunidad de presentar sus nuevos productos. Se trata de un evento de tres días donde se han dado cita 550 productores internacionales, agentes de venta, distribuidores e inversores en el campo de la coproducción. En esta edición se han organizado y celebrado más de 1.200 reuniones individuales.

El programa del mercado de la coproducción permite conocer los proyectos previamente seleccionados, así como posibilidades de financiación e intercambiar ideas sobre temas de interés.

Entre septiembre y octubre, productoras de todo el mundo que están buscando socios para proyectos de coproducción envían sus proyectos. Entre los requisitos exigidos está el disponer o tener asegurado, al menos un 30% de la financiación del proyecto y tener experiencia previa en coproducciones internacionales. El mercado de la coproducción selecciona unos 35 proyectos y a mediados de enero envía un catálogo con los seleccionados a todos los participantes.

Cada participante puede solicitar encuentros bilaterales de 30 minutos con los productores de los proyectos que le interesen. La organización se encarga de encajar, mediante un software especialmente diseñado para ello, todas estas solicitudes, y cada participante recibe su agenda de encuentros.

El programa incluye una serie de ponencias muy interesantes, como el estudio de casos de coproducciones internacionales que han culminado con éxito. Este año las elegidas fueron *“Soy Nero”* de Raffi Pitts y *“Cleverman”* de Ryan Griffen.

Al igual que en años anteriores, se han celebrado dos sesiones denominadas *“Countries in Focus”*. En ellas fondos públicos y representantes de cinco o seis países por sesión han expuestos de manera muy breve (exposiciones de 10 minutos) las medidas de fomento a las cooperaciones internacionales y el acceso a la financiación en ese país así como las localizaciones para rodajes. Los países participantes este año han sido: Holanda, Méjico, Noruega, Canadá, Flandes (Bélgica), Polonia, Alemania, Lituania, República Checa, Francia y Colombia.

Evento en el Instituto Iberoamericano

En el marco de la Berlinale se celebró una mesa redonda de debate organizada por el Instituto Cervantes, el Instituto Ibero-Americano en Berlín, la Conferencia de Autoridades Cinematográficas Iberoamericanas y el Programa Ibermedia con el título *“Creatividad y visibilidad del cine iberoamericano”*. En ella se trató la problemática de la distribución internacional del cine iberoamericano, así como las posibilidades que ofrecen las plataformas cinematográficas y se debatió sobre las nuevas formas que permitirían al cine iberoamericano tener más visibilidad. Este acto contó con la cooperación del 66 Berlin International Film Festival, European Film Market, Co-Production Market y Berlinale Talents.

3. TENDENCIAS Y NOVEDADES PRESENTADAS

Nuevas tendencias del mercado 2016

Drama Series Days

Tras el enorme éxito de esta tendencia en 2015, este año el EFM y la Berlinale han hecho una fuerte apuesta por Drama Series Days introduciendo series documentales de alta calidad.

El 15 y el 16 de febrero el EFM presentó una selección de las últimas novedades en series de Alemania, Europa y América del Norte con un programa de meetings y eventos para todos los agentes en este campo. El mercado de la coproducción presentó 7 proyectos internacionales de series en desarrollo a potenciales socios de coproducción, fondos y locutores.

EFM Startups

La última edición del EFM Startup se celebró el 15 y el 16 de febrero con la participación de 10 startups procedentes de Berlín, Noruega, Irlanda, Finlandia, Países Bajos y Bélgica. Éstos presentaron sus nuevos proyectos de producción, distribución y tecnología de marketing.

EFM ASIA

Esta iniciativa es la plataforma para estrechar los lazos entre el mercado asiático y chino y la industria cinematográfica europea y mundial. Basado en la plataforma Bridging the Dagron para productores europeos y chinos del año anterior, este año presentó un nuevo formato donde los participantes se organizaron en grupos de discusión donde intercambiaron experiencias, expandieron sus redes de contacto y concertaron citas para el desarrollo de sus proyectos.

EFM Producers Hub

Plataforma creada para satisfacer las necesidades de los productores. Aquí se organizaron encuentros entre productores y financiadores, y compradores donde los participantes podían compartir experiencias en pequeñas charlas de 10-15 minutos. También se ofreció la oportunidad a otros agentes de contar su experiencia que podría resultar de interés para los productores. La plataforma ofreció consultoría gratis por parte de los profesionales en financiación, cooperación y distribución estratégica a los participantes que estaban participando por primera vez. Este servicio se dio a través de media-stands.eu, que opera con Europa Creativa Media.

Nuevos formatos

Cabe destacar que la distribución de películas de video, que tan sólo hasta hace unos años, suponía la mayor parte del negocio del cine, ha desaparecido prácticamente y hoy en día son los formatos digitales los que dominan el mercado.

4. VALORACIÓN

El EFM ha sido un año más, un éxito. El número de participantes ha ido aumentando considerablemente durante los últimos años. Expositores y compradores llevaron a cabo numerosos acuerdos. Así mismo, las plataformas “Drama Series Days”, “EFM Startups”, “EFM Asia” y “EFM Producers Hub” recibieron muy buenas críticas.

Como novedad, este año la Berlinale ha organizado actividades enfocados hacia los refugiados. En cooperación con BBZ Beratungs- und Betreuungszentrum für junge Flüchtlinge und Migranten (centro de apoyo para refugiados e inmigrantes), 18 refugiados tuvieron la oportunidad de asistir y observar varias áreas detrás de las pantallas, en las oficinas del festival. Con 953 participantes, la “sponsored cinema visit” (visita cinematográfica patrocinada) organizada por asociaciones sin ánimo de lucro para ayuda a los refugiados fue todo un éxito. Y por primera vez en su historia, el festival instó a los visitantes a realizar una donación para los refugiados. Consiguieron recaudar 25.000 euros.

Valoración de la participación española

Todos los expositores españoles (de los cuales, 6 han sido empresas) han procedido a cumplimentar el cuestionario de valoración de su paso por el mercado y a continuación se exponen sus impresiones:

En cuanto a **resultados comerciales** el 81,8% califica de “*excelente*” (18,2%) o “*bueno*” (63,6%) el grado de cumplimiento de los objetivos fijados, mientras un 18,2% lo califica de “*regular*”, manteniéndose las mismas valoraciones que en 2015; el 36,4% realizaron más contactos de los esperados y el resto cumplieron las expectativas puestas en la feria; y en general la calidad de los mismos es calificada de “*bueno*” (81,8%) o “*excelente*” (18,2%).

En general se aprecia una ligera mejoría de los datos con respecto a 2015.

La **valoración del pabellón español** en términos generales es muy buena, ya que el 100% de los expositores opinan que es “*bueno*” o “*excelente*”.

Lo mismo ocurre con la imagen general del pabellón en la feria. En cuanto a la ubicación del pabellón, el 100% considera que es “excelente”.

Preguntados por los servicios ofrecidos por el pabellón, el 100% los valora como “excelentes” (57,14%) o “buenos” (42,86%).

En cuanto a la valoración del apoyo prestado por el personal ICEX, el 72,7% lo valora como “excelente”, un 27,27% como “bueno”.

El 90,9% de los expositores consideran que la **campaña de promoción del pabellón** ha sido “buena” (63,64%) o “excelente” (27,27%); y con porcentajes similares valoran la decoración.

Así, en términos generales, se ha producido una mejora en la valoración de los expositores sobre el pabellón de España, sus servicios, el marketing y la decoración

En cuanto a la opinión general de la feria, el 100% la tiene “buena” o “excelente”; porcentaje que baja ligeramente al evaluar el poder de convocatoria de este mercado (90%). El porcentaje sube hasta el 100% cuando se les pregunta sobre el interés de la feria para sus empresas, sobre las empresas de la competencia y sobre la calidad de los participantes. Sin embargo, baja hasta el 90% al evaluarse la cantidad. Este dato contrasta con el balance de la feria publicado por la organización, que indica que se ha alcanzado un record de visitantes en 2016. En términos general, las altas valoraciones de nuestros expositores reafirman la importancia de EFM como uno de los mercados prioritarios para las empresas cinematográficas españolas.

Para futuras ediciones de la feria, la opinión general de los participantes españoles es que hay que conservar la magnífica localización que tiene el pabellón español en la actualidad. También se plantea estudiar la posibilidad de sacar un mayor partido a las posibilidades que ofrece el stand.

Los agentes de ventas, iniciaron y concluyeron numerosos negocios y realizaron muchos contactos de interés.

Este año se han elaborado folletos con la información sobre la industria cinematográfica española, con el objetivo de atraer a posibles inversores, elaborar y distribuir información sobre las medidas de apoyo a los rodajes, beneficios fiscales, ventajas de rodar en España frente a otros países, así como las medidas de apoyo existentes en las distintas Comunidades Autónomas. Estos folletos han sido todo un éxito y han ayudado a cumplir con los objetivos.

Otro de los elementos que debería considerarse es la posible participación en el mercado de las coproducciones, adyacente al EFM y que tiene un potencial muy importante, dado el carácter cada vez más global del cine europeo.

5. ANEXOS

En la sección Culinary Cinema el cocinero Andoni Luis Aduriz presenta *Campo a través. Mugaritz, intuyendo un camino*, de Pep Gatell, que ya se vio en el festival de San Sebastián.

En el marco del EFM y la Berlinale 2016, la embajada de España en Berlín en colaboración con Dekton by Cosentino organizó el martes, 16 de febrero, a las 12.00 horas un coloquio con el chef Andoni Luis Aduriz y el realizador de cine Pep Gatell que tuvo lugar tras la proyección de una versión resumida de la película “*Campo a través*” *Mugaritz intuyendo un camino* (35 min., original con subtítulos inglés). Seguida de una degustación culinaria a cargo del restaurante Suda.

La película “*Campo a través*” se había presentado el domingo 14 de febrero dentro del apartado de cine culinario de la Berlinale.

