

09 NÚMERO
MARÇ
2014

MEDIA ANTENA
CATALUNYA ÉS ARA
EUROPA CREATIVA
DESK – MEDIA
CATALUNYA

RESULTATS DEL
PROGRAMA MEDIA A
CATALUNYA DURANT
EL 2013

ESTUDI DE LA
COMISSIÓ EUROPEA
SOBRE EL PERFIL
DE L'ACTUAL I
FUTURA AUDIÈNCIA
CINEMATogrÀFICA

NOU ESTUDI DE LA
COMISSIÓ EUROPEA
SOBRE ELS SECTORS
CULTURAL I CREATIU



EDITORIAL

Si en el darrer editorial ja us informàvem de l'acte de presentació del Programa Europa Creativa del dia 17 de gener a Barcelona, en aquest volem informar-vos que Catalunya representa a les comunitats autònomes en el primer semestre de l'any i sota presidència grega en els temes de cultura i àmbit audiovisual, tot prenent el relleu d'Andalusia en aquestes mateixes tasques.

El programa de la Presidència grega en el Consell de la UE en l'àmbit de l'audiovisual es centra en estimular el creixement, la cohesió, la feina i la mobilitat del sector alhora que preserva els valors humans i la diversitat cultural d'una Europa globalitzada i en plena era digital.

Per tant les seves prioritats es focalitzaran en els aspectes econòmics i socials de la cultura i el seu paper com a motor del desenvolupament; la contribució del patrimoni cultural per a un desenvolupament sostenible i la necessitat de promoure un enfocament europeu comú pel patrimoni cultural i audiovisual.

La creixent importància del sector creatiu i cultural en les relacions exteriors de la UE tindran com a territori de treball, i sota presidència grega, un reforç de la col·laboració entre la UE i la Xina.

El paper de Catalunya serà el de representar fins a finals de juny els interessos de les autonomies dins aquest consell europeu en matèria de cultura i audiovisual tot treballant les prioritats i coordinant una posició comuna respecte les prioritats i el calendari de treball.

A tal efecte, el passat 19 de febrer es va mantenir una reunió a Barcelona amb els diferents representats autonòmics en un acte presidit per l'Hble Sr. Ferran Mascarell, Conseller de Cultura de la Generalitat de Catalunya i on el Sr. Narcís Mir, com a responsable de Seguiment Normatiu i de Desenvolupament Estatutari en Assumptes de la UE de la Generalitat de Catalunya, va poder explicar els temes clau a tractar en els propers mesos tot fent referència al programa estrella de la DG d'Educació i Cultura: Europa Creativa i el pes específic a nivell industrial que té l'audiovisual com a motor de cohesió.

Europa creativa Desk - MEDIA Catalunya us continuarà informant de com avança aquesta representació de Catalunya en el consell i de les decisions que s'adoptin al voltant del pla de treball proposat per Grècia.

MEDIA ANTENA CATALUNYA ÉS ARA **EUROPA** **CREATIVA DESK –** **MEDIA CATALUNYA**



Amb l'arribada del nou programa Europa Creativa, MEDIA Antena Catalunya, l'oficina d'informació del subprograma MEDIA a Catalunya, passa a anomenar-se Europa Creativa Desk – MEDIA Catalunya.

Així mateix, el nostre web també canvia, i ara és www.europacreativamedia.cat, i la nostra adreça de correu passa a ser europacreativamedia@gencat.cat.

Els canvis es reflecteixen igualment a les nostres xarxes socials. Hem creat un nou compte de **Facebook EuropaCreativaMEDIA Catalunya** i hem canviat les dades del nostre compte a **Twitter**, i ara som **ECDMEDIACat**.

Pel què fa al nostre canal de YouTube, mantenim el **canal antic** per a consultar els continguts penjats fins al 2013, i hem obert un **nou canal**, on anirem penjant els clips amb els continguts del subprograma MEDIA 2014-2020, en el marc del nou programa Europa Creativa.

Respecte al **LinkedIn**, comuniquem als nostres seguidors que hi hem tancat el perfil. Així que si voleu estar assabentats de tota l'actualitat MEDIA, subscriu-vos als nostres butlletins de notícies a través d'[aquest enllaç](#) o seguïu-nos a les xarxes socials esmentades.

Europa
Creativa

ec.europa.eu/creative-europe
#CreativeEurope

També podeu consultar l'actualitat sobre el programa Europa Creativa al [web de la Comissió Europea](#). I si teniu algun dubte, podeu consultar el document de Preguntes Freqüents sobre Europa Creativa al nostre [web](#).

PRESENTACIÓ DEL PROGRAMA EUROPA CREATIVA A BARCELONA

El nou programa Europa Creativa va ser presentat a Barcelona el passat 24 de gener, en un acte organitzat pel Ministeri d'Educació, Cultura i Esport, i el Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, amb l'oficina Europa Creativa Desk - MEDIA Catalunya. **En aquest acte es van presentar les noves línies del Programa Europa Creativa: tant els subprogrames MEDIA com CULTURA.**

La benvinguda institucional va anar a càrrec de **Jordi Sellas**, Director General de Creació i Empreses Culturals (Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya), i de **Begoña Cerro**, Coordinadora de l'oficina Europa Creativa a Espanya i Subdirectora General de

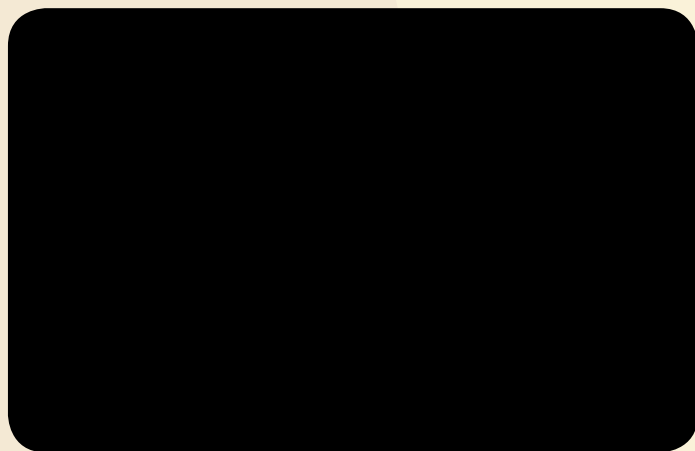


Cooperació Cultural amb les Comunitats Autònomes (Secretaria d'Estat de Cultura. Ministeri d'Educació, Cultura i Esport).

A continuació, **Àlex Navarro**, Coordinador en funcions de l'oficina Europa Creativa Desk - MEDIA Catalunya i Coordinador de l'Àrea de Mercats de l'ICEC, va presentar les noves línies del subprograma MEDIA.

I **Augusto Paramio**, Responsable de l'oficina Europa Creativa - Cultura a Espanya (Secretaria d'Estat de Cultura. Ministeri d'Educació, Cultura i Esport), va presentar les noves línies del subprograma CULTURA.

Si et vas perdre l'acte, el pots veure [aquí](#), al nostre canal de YouTube.



CONVOCATÒRIES DEL SUBPROGRAMA MEDIA DURANT TOT EL 2014

TIPUS DE SUPORT	1ª DATA LÍMIT	2ª DATA LÍMIT
Formació (Setembre 2014 - Juny 2015)	23 maig	
Desenvolupament - Single (proj individual)	28 febrer	6 juny
Desenvolupament - Slate (paquets de proj)	28 març	
Difusió per TV	28 febrer	13 juny
Videojocs	28 març	
Agents de venda	18 juny	
Distribució - Suport Automàtic	30 abril	
Distribució - Suport Selectiu	28 febrer	2 juliol
Xarxes de cinemes	27 juny	
Video on Demand	PENDENT DE CONFIRMAR	
Accés a mercats (Juny - Desembre 2014)	7 març	
Accés a mercats (FPA, 2015)	6 juny	
Festivals (Maig - Octubre 2014)	28 febrer	
Festivals (Novembre 2014 - Abril 2015)	4 juliol	
Desenvolupament d'audiències	28 març	
Fons de coproducció internacional	21 març	

ENTREVISTEM A NATALIA BROVEDANNI, DE **MAGO AUDIOVISUAL PRODUCTION,** QUE HA REBUT EL SUPORT MEDIA A DIFUSIÓ PER TELEVISIÓ PER L'ANIMACIÓ **FLYING SQUIRRELS.**

Aquest era el primer cop que us presentàveu a l'ajut MEDIA a Difusió per tv? Us havíeu presentat a altres convocatòries MEDIA?

Va ser el primer cop que ens presentàvem a aquesta línia de "Difusió per tv", però ho havíem intentat amb altres tipus de convocatòries.

En quines televisions es veurà *Flying Squirrels*?

Tenim acords de coproducció i pre-ventes amb Tv3 (Catalunya), RAI (Itàlia), Canal+ (França) Ceska Televize (Rep. Txeca), RTP (Portugal), YLE (Finlàndia), LRT (Lituània), HRT (Croàcia), i estem negociant amb ZDF (Alemanya), KRO (Holanda) i DR (Dinamarca), entre altres a Europa. A l'Amèrica Llatina hi ha previsions de coproducció, com és el cas del *Dr. W*, amb Señal Colombia i amb els canals públics a Argentina i Mèxic.

Quines conseqüències tindrà per a la sèrie el fet d'haver obtingut aquest ajut MEDIA?

La conseqüència directa és que obtindrem més reconeixement internacional per a la difusió per televisió de la sèrie. Ens donarà l'impuls necessari per arribar més lluny i això és una part fonamental per a aconseguir l'èxit.

Quines condicions penseu que ha de tenir un projecte per a poder sol·licitar l'ajut MEDIA a Difusió per televisió?

Haver guanyat la subvenció no vol dir que sapiguem com fer-ho, però creiem que ha de ser un projecte que aposti per continguts atractius i diferents. En el nostre cas, la sèrie aposta per un *target* de majors de deu anys, i no es fan moltes produccions d'aquest tipus. És important que s'enllacin diferents països d'Europa, que es fonamenti en valors interessants per al *target* seleccionat i que compti amb una xarxa de pre-ventes sòlida, que et doni credibilitat i demostris que el projecte es podrà fer de totes maneres. Cal tenir en compte que aquesta subvenció és per a la "difusió" i no per a la "producció" del projecte. Evidentment, també es valora molt l'experiència de tots els participants, la qualitat i la innovació de la imatge, i el treball de promoció que es planteja.

CALL 33/2012-
TV BROADCASTING
302.000,00 €



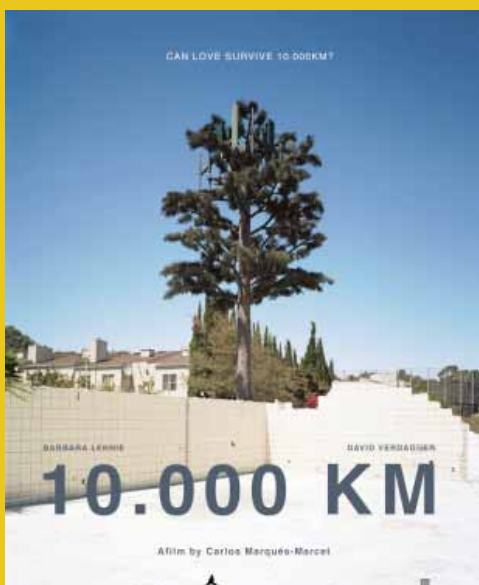
CATALUNYA HA REBUT MÉS DE 2,1 MILIONS D'EUROS DEL PROGRAMA MEDIA DURANT EL 2013

Destaquen especialment els ajuts rebuts a la difusió per televisió, al vídeo sota demanda (VoD) i a la formació inicial, on totes les empreses beneficiàries dins l'Estat espanyol han estat catalanes. També és significatiu l'augment d'ajuts rebuts en les línies de suport a la distribució – esquema automàtic, on Catalunya ha augmentat de 322.028€ la xifra rebuda respecte l'any anterior.

Cal remarcar també que gràcies al suport MEDIA que rep la xarxa de cinemes Europa Cinemas, vuit cinemes catalans han rebut ajut per facilitar la difusió d'obres europees no nacionals a través de les sales europees, amb una xifra total de 204.000€. D'altra banda, i gràcies també al programa MEDIA, durant tot el 2013 s'han pogut estrenar en cinemes catalans 62 títols europeus.

Pel què fa a les línies on l'import percebut ha disminuït, destaca l'ajut als festivals de cinema, que no ha atorgat cap suport a projectes catalans (dos festivals catalans van comptar amb aquest ajut al 2012) i la promoció i accés a mercats, on només un projecte català manté l'ajut rebut respecte l'any anterior (al 2012 dos projectes van obtenir el suport MEDIA). Durant el 2013 també s'han fet paleses les dificultats de les empreses catalanes en optar a un ajut per a paquet de projectes (Slate Funding), ajut que durant el 2012 van aconseguir tres productores, mentre que al 2013 Catalunya no n'ha rebut cap.

Catalunya ha rebut 2.179.783,28€, només 331.385,35€ menys que durant el 2012.



RESULTATS MEDIA A CATALUNYA, 2013

SUPORT ALS PRODUCTORS

Desenvolupament de projectes individuals (Single Project)

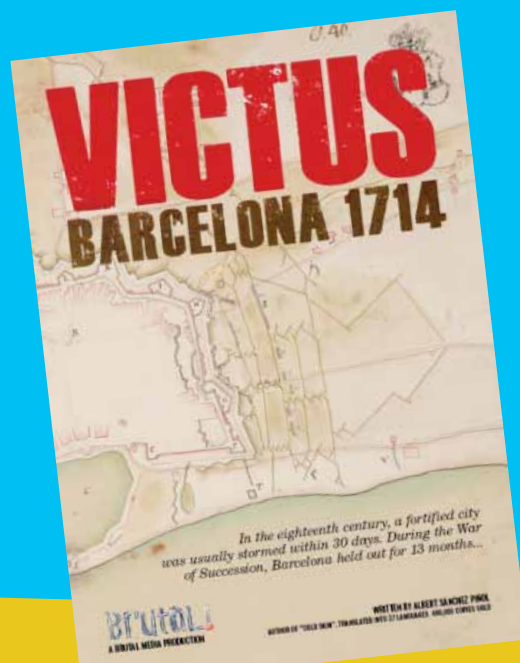
5 projectes catalans (31,25% de l'Estat Espanyol)
160.451,€ (27,58% de l'Estat Espanyol)

- Lastor Media S.L.: **10.000km** (ficció). 22.000€
- Brutal Media S.L.: **Victus** (ficció). 60.000€
- Getsemaní Produccions S.L.: **The Cholesterol Promenade** (documental). 10.000€
- La Lupa Produccions S.L.: **Oian's Obsession** (documental). 28.451€
- Fresdeval Films S.L.: **Giraffes, rhinos and hippos** (ficció). 40.000€

Difusió per televisió (TV Broadcasting)

2 projectes catalans (100% de l'Estat Espanyol)
399.000€ (100% de l'Estat Espanyol)

- Mago Audiovisual Production: **Flying Squirrels**. 302.000€
- MEDIA 3.14 S.L.: **On the e-Waste** Trail. 97.000€





SUPORT A LA DISTRIBUCIÓ

Esquema Selectiu

3 projectes catalans (12,5% de l'Estat Espanyol)

90.000€ (6,70% de l'Estat Espanyol)

- A Contracorriente Films, per a la distribució de **Le Weekend** (75.000€)
- Casa de Películas S.L, per a la distribució de **W Imie...** (7.000€)
- Paco Poch Cinema S.L per a la distribució de **Camille Claudel, 1915** (8.000€)

Esquema Automàtic

7 projectes catalans (19,44% de l'Estat Espanyol)

728.097€ (42,13% de l'Estat Espanyol)

- A Contracorriente Films, per a la distribució de **Un plan parfait** (114.000€), **A Long Way Down** (109.231€), **Kon-Tiki** (58.570€), **Mr. Morgan's Last Love** (41.641€)
- Dea Planeta S.L, per a la distribució de **The Physician** (308.065€)
- Savor Ediciones S.A, per a la distribució de **Paris-Manhattan** (28.000€ + 50.354€)
- Isaan Entertainment, per a la distribució de **The Trip** (18.236€)



1500 years ago the Chinese poet Su Xianlin wrote about a magic garden. Since then, lots of generations have looked for the place without success. It's a textile factory in the province of Zhejiang.

THE VILLAGE OF PEACH-TREE FLOWERS
QIAN'S OBSESSION

A 60 minutes documentary of
Oriol Caparrós
Enric Ribes
Oriol Martínez

Produced by
La Lupa Productions

PROMOCIÓ I ACCÉS A MERCATS

1 projecte català (50% de l'Estat Espanyol)

80.000€ (66,67% de l'Estat Espanyol)

- Medimed 2013 (80.000€)

NOVES TECNOLOGIES - VOD I DISTRIBUCIÓ DIGITAL DE CINEMA

1 projecte català (100% de l'Estat Espanyol)

314.440,43€ (100% de l'Estat Espanyol)

- Filmin (314.440,43€)

EXHIBICIÓ - SUPORT A LA XARXA DE CINEMES

Europa Cinemas: 8 cinemes catalans (23,53% de l'Estat Espanyol)

204.000€ (20,60% de l'Estat Espanyol)

- Cines Icaria - Barcelona (45.000€)
- Cinema Truffaut - Girona (15.000€)
- Cinema Catalunya - Terrassa (17.500€)
- Cinebaix - Sant Feliu de Llobregat (27.000€)
- Cinemes Girona - Barcelona (20.000€)
- Cinema Méliès - Barcelona (17.500€)
- Renoir Floridablanca - Barcelona (29.000€)
- Cinemes Verdi, Verdi Park - Barcelona (33.000€)

FORMACIÓ

1 projecte català (50% de l'Estat Espanyol)

205.794,85€ (24,77% de l'Estat Espanyol)

- Four Corners (ESCAC) (205.794,85€)

EUROPECALLS

EUROPA

CREATIVA



L'Àrea de Mercats de l'Institut Català de les Empreses Culturals on Europa Creativa Desk – MEDIA Catalunya està adscrita, i en col·laboració amb el Servei de Desenvolupament Empresarial, organitza unes jornades anomenades EuropeCalls, amb l'objectiu d'incentivar i fomentar la participació del sector audiovisual català en les convocatòries d'Europa Creativa – subprograma MEDIA. En aquestes jornades es pretén proporcionar recomanacions útils i intentar resoldre possibles dubtes, per a cada convocatòria concreta.

S'organitzen també EuropeCalls per al sector cultural, per a fomentar la participació del sector cultural i creatiu català en les convocatòries de suport del Programa Europa Creativa – subprograma Cultura.

El primer EuropeCall sobre el Subprograma MEDIA ha estat en relació a la Convocatòria de Suport al desenvolupament de projectes. La jornada es va celebrar el divendres 21 de febrer a l'Arts Santa Mònica.

En aquest acte van intervenir Neús Ballús, guionista i directora de *La Plaga* i Pau Subirós, productor executiu del film, ja que van obtenir l'any 2009 l'ajut MEDIA al desenvolupament de projectes per *La Plaga*. A continuació us oferim algunes de les idees més importants que van aportar Pau Subirós i Neus Ballús a la sessió:

- “Per presentar-se a MEDIA has de mostrar que tindràs eines per resoldre els dubtes que podràs tenir durant el desenvolupament del projecte. La distinció entre vendre i desenvolupar la idea del projecte de vegades es difumina, i això ha de jugar al nostre favor, per a ser creatius en l'estratègia de vendes i adaptar-ne els continguts.”
- “Quan vam decidir que ens presentaríem a MEDIA ja havíem fet un desenvolupament de sis mesos i ja teníem material gràfic.”
- “Ens vam trobar amb moltes coses que no sabíem, però vam decidir aprendre tot el què no sabíem, gràcies a l'ajut de companys, dels nostres contactes, i de l'accés a la informació que tenim avui en dia gràcies a Internet. A nivell de producció, vam treballar molts apartats, i en d'altres vam oferir alternatives, plans B i Ci...”
- “En el pla de finançament vam explicar tots els ajuts que volíem sol·licitar, comentant-los un per un aportant informacions sobre l'ajut que havien obtingut altres projectes semblants a *La Plaga*, i oferint alternatives en cas de no obtenir el finançament. El dossier ens el vam plantejar com a una autèntica obra literària, creuant i relacionant molt les dades. Ens vam esforçar molt en fer un bon dossier.”



- “De vegades, que no hi hagi massa diferència entre els principals rols de l'equip tècnic pot afavorir el projecte. És el cas de *La Plaga* que, com a guionista i directora em va ser molt útil ser molt conscient de la producció del projecte, mentre que per al Pau era molt important poder intervenir en la creació per a fer una producció més acurada.”
- “Tot el procés de finançament té un component de bola de neu. MEDIA pot ser un ajut que va molt bé per atraure més ajuts.”
- “Vam anar a molts *pitchings*, el primer dels quals va ser el LisbonDocs. Ens va servir per a conèixer com funciona el món de la televisió. Després vam anar al Medimed de Sitges, on vam poder fer més contactes. Estar seleccionats per a la Berlinale Talent Campus també ens va ajudar molt, perquè vam crear lligams amb l'IDFA i amb la Berlinale, on finalment es va estrenar l'any passat.”

Si t'has perdut la sessió, pots veure la gravació de l'acte al [nostre canal de YouTube](#), on també hi ha penjats els altres actes en els quals hem participat.



NO ET PERDIS ELS PROPERS #EUROPECALLS

Està prevista una sessió per al 15 de maig, sobre els ajuts a Difusió per tv a l'[Arts Santa Mònica](#).

Si necessites més informació sobre els EuropeCalls, o vols veure la gravació d'algun acte ja realitzat, estigues atent a la [nostra pàgina web](#), inscriu-te als [nostres avisos](#), o consulta el [web de l'SDE](#).

PEL·LÍCULES MEDIA

ESTRENADES DURANT EL SEGON SEMESTRE DEL

2013 A CATALUNYA

Entre el juliol i el desembre de l'any passat es van estrenar als cinemes catalans un total de 29 films que han comptat amb el suport del programa MEDIA de la Unió Europea. Gràcies a la MFDB podeu veure quin ajut MEDIA han obtingut aquestes pel·lícules.

JULIOL

The Hypnotist (El hipnotista), de Lasse Hallström. Suècia, 2012.

AGOST

Just the wind (Solo el viento), de Benedek Fliegauf. Hongria, Alemanya, França, 2012.

Renoir, de Gilles Bourdos. França, 2012.

Au cul du loup (Una casa en Córcega), de Pierre Duculot. França i Bèlgica, 2011.

Paradies: Liebe (Paraiso: Amor), de Ulrich Seidl. Àustria, França, Alemanya, 2012.

Paradies: Glaube (Paraiso: Fe), de Ulrich Seidl. Àustria, França, Alemanya, 2012.

A perdre la raison, de Joachim Lafosse. Bèlgica, França, Luxemburg, Suïssa, 2012.

The Act of Killing, de Joshua Oppenheimer, Christine Cynn. Dinamarca, Noruega i Regne Unit, 2012.

Paradies: Hoffnung (Paraiso: Esperanza), de Ulrich Seidl. Àustria, França, Alemanya, 2013.

SETEMBRE

The Patience Stone (La piedra de la paciencia), de Atiq Rahimi. França, Alemanya, 2012.

La Plaga, de Neus Ballús. Espanya, 2013.

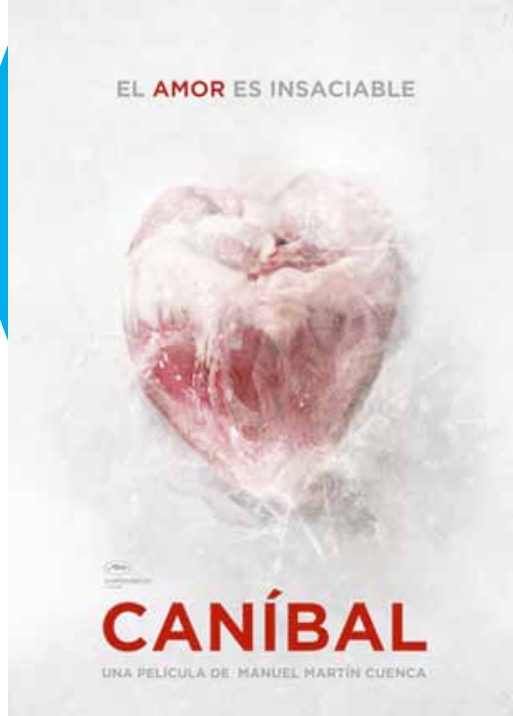
Justin and the Knights of Valour (Justin y la Espada del Valor), de Manuel Sicília. Espanya, 2013.

Rush, de Ron Howard. EEUU, Alemanya i Regne Unit, 2013.

Mood Indigo (La espuma de los días), de Michel Gondry. França, 2012.

Kon-Tiki, de Joachim Rønning i Espen Sandberg. Noruega, Regne Unit i Dinamarca, 2012.





OCTUBRE

- La Herida*, de Fernando Franco. Espanya, 2013.
- Canibal*, de Manuel Martín Cuenca. Espanya, 2012.
- Eat Sleep Die (come, muere, duerme)*, de Gabriela Pichler. Suècia, 2012.
- Elle s'en va (El viaje de Bettie)*, de Emmanuelle Bercot. França, 2013.
- Only God forgives*, de Nicolas Winding Refn. França, Suècia, EUA, Tailàndia, 2013.

NOVEMBRE

- When pigs have wings (Un cerdo en Gaza)*, de Sylvain Estibal. França, Bèlgica, Alemanya, 2011.
- L'enfant du haut (Sister)*, de Ursula Meier. Suïssa, França, 2012.
- Journey to the Christmas Star (En busca de la estrella de la Navidad)*, de Nils Gaup. Noruega, 2012.
- La por*, de Jordi Cadena. Espanya, França, 2013.

DESEMBRE

- La grande bellezza (La gran bellezza)*, de Paolo Sorrentino. Itàlia, França, 2013.
- Le weekend*, de Roger Michell. Regne Unit, 2013.
- Lore*, de Cate Shortland. Alemanya, Regne Unit, Austràlia, 2012.
- Ernest et Célestine*, de Stéphane Aubier, Vincent Patar, Benjamin Renner. França, Bèlgica, Luxemburg, 2012.
- Nymphomaniac*, de Lars Von Trier. Dinamarca, 2013.



LA COMISSIÓ EUROPEA PUBLICA UN ESTUDI SOBRE **EL PERFIL DE L'ACTUAL I FUTURA AUDIÈNCIA CINEMATogrÀFICA**

Prop del 70% dels europeus es descarreguen o veuen pel·lícules *online* de manera gratuïta, de manera legal o il·legal, segons el nou estudi de la Comissió Europea sobre el comportament del públic.

Aquest estudi també demostra que **el 40% dels propietaris de telèfons intel·ligents i més del 60% dels propietaris de tauletes veuen films en els seus dispositius.** L'estudi considera que aquest fet no és sorprenent, tenint en compte que si bé el públic està molt interessat en el cinema en el seu conjunt, la sala més propera sovint es troba a certa distància i la selecció de films sol ser força limitada. L'estudi suggereix, a més, que **la indústria cinematogràfica europea podria augmentar els seus ingressos explotant diferents tipus de plataformes en línia, amb ànim de lucre, que oferissin més films i permetessin arribar a un públic més ampli.**

L'estudi sobre el comportament del públic es basa en investigacions, anàlisis i entrevistes a espectadors de deu Estats membres: Regne Unit, França, Itàlia, Espanya, Alemanya, Polònia, Croàcia, Romania, Lituània i Dinamarca. Es va preguntar a **prop de cinc mil persones** d'edats compreses entre els quatre i els cinquanta anys sobre els seus hàbits i preferències en matèria cinematogràfica.

“L'estudi confirma que la indústria cinematogràfica europea no està aprofitant al màxim el seu potencial per arribar als nous públics ni capitalitzar els acords més enllà de les fronteres. Animem als cineastes que aprofitin al màxim el finançament concedit a través d'Europa Creativa, el nou programa de la UE per als sectors cultural i creatiu i, en particular, el seu subprograma MEDIA. El seu suport a la **distribució i a l'elaboració**

de films pot oferir als directors noves perspectives, que enriqueiran la **diversitat cultural d'Europa** i permetran que un nombre major d'espectadors accedeixin a films de gran qualitat", ha declarat Androulla Vassiliou, Comissària Europea d'Educació, Cultura, Multilingüisme i Joventut.

El subprograma **MEDIA d'Europa Creativa** subvencionarà **2.000 sales de cinema i 800 films europeus en els propers set anys**. La major part del finançament de MEDIA es destina a impulsar la distribució de films europeus fora del seu país d'origen.

Principals resultats de l'estudi:

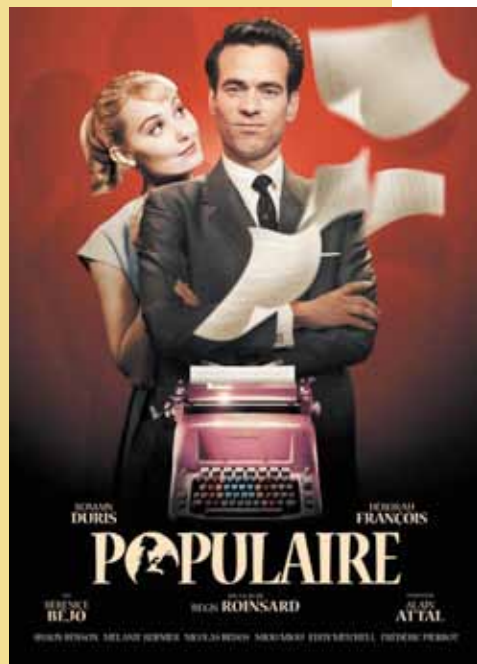
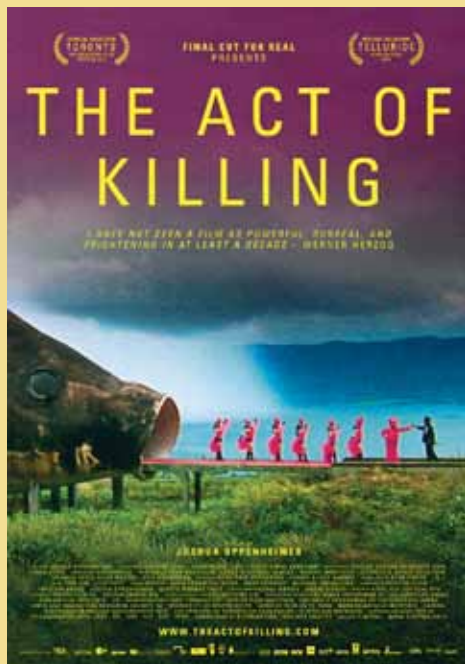
- El **97% dels europeus veuen films** com a mínim ocasionalment.
- Europa produeix més de mil films l'any, però la **majoria només es veuen en el país en què es realitzen**, i el nombre de films que es projecten a l'estranger és relativament baix.
- El **60% dels enquestats es descarreguen pel·lícules de manera gratuïta** i el **55% les veuen online**, també sense pagar, a través d'un ordinador o dispositiu portàtil. **Aquells que es descarreguen films gratuïtament solen ser joves, urbans i amb formació**, cinèfils interessats en la diversitat cinematogràfica, però frustrats amb el cost i l'escassa varietat de les ofertes legals.
- El **14% dels enquestats no compten amb cap sala de cinema a menys de 30 minuts del seu domicili**. Aquest percentatge arriba al 37% a Romania, el 27% a Lituània i el 16% a Croàcia.
- Es considera que els **films europeus** són originals i conviden a pensar, però el públic és crític respecte a la "lentitud o pesantor" de les històries.
- La majoria de persones escullen la pel·lícula que aniran a veure just abans d'anar al cinema, i **els tràilers** constitueixen l'eina de màrqueting més eficaç.
- El **28% d'europeus veuen films als festivals**.
- Prop del **50% dels enquestats han participat en programes educatius** sobre cinematografia a escoles, universitats, cineclubs...
- L'estudi estableix **els perfils dels espectadors, dividits en cinc grups** (els amants del cinema europeu estan majoritàriament representats pels dos primers grups):
 - **Els cinèfils hiperconnectats** (el 24% dels espectadors europeus) solen ser "nadius digitals" i constitueixen un grup que compta amb més homes, joves i adults, que els altres. Viuen fonamentalment en zones urbanes, són gran seguidors dels mitjans de comunicació i de la cultura i estan ben equipats en quant a dispositius digitals.
 - **Els selectius**, que es precipiten a veure pel·lícules independents (el 22% dels espectadors europeus) solen ser adults que treballen, amb pocs fills o cap, dones entre els 26 i els 50 anys amb ingressos mitjans, amb un nivell força alt de formació i que exerceixen professions en l'àmbit acadèmic i el de l'ensenyament.
 - **Els amants dels èxits de taquilla comercials** (el 16% dels espectadors europeus) veuen, principalment, els èxits de taquilla nord-americans. El seu perfil sociodemogràfic i el seu equipament de dispositius mòbils se situen en la mitjana. Viuen en zones menys urbanes i tenen un accés més limitat a les sales de cinema.
 - **Els espectadors ocasionals d'èxits** (el 21% dels espectadors europeus) veuen menys films i, en general, estan menys atents als mitjans de comunicació i a la cultura. Acostumen a ser dones més joves, que viuen en zones semi-urbanes o rurals i que estan en edat escolar o que han realitzat part dels seus estudis. Tot i que veuen menys pel·lícules, mostren bastant interès pel cinema europeu.
 - **Els indiferents al cinema** (el 16% dels espectadors europeus) són, de llarg, els qui menys pel·lícules veuen i, en general, es mantenen al marge de la majoria d'activitats culturals, tret de la televisió i els videojocs. Solen ser homes, joves o d'edat avançada, amb un nivell educatiu més baix i menor poder adquisitiu, que viuen en zones rurals i semi-urbanes i que tenen el nivell més baix en quant a equipament de dispositius i serveis digitals. Es mostren poc interessats en el cinema, tret dels films d'acció i comèdies, i veuen, en la seva majoria, gran èxits de taquilla nord-americana.

Podeu consultar l'estudi **a través d'aquest enllaç** (en anglès) així com el resum executiu (anglès i francès).

ENTREVISTEM A **JAUME RIPOLL VAQUER**, DIRECTOR EDITORIAL I SOCI FUNDADOR DE **FILMIN**



CALL 09/2013-
VOD
312.440,43 €



Heu rebut el suport MEDIA per VoD. Quan vau decidir demanar aquest ajut i per què?

El primer any de vida de filmin, 2007, vàrem demanar l'ajut i encara que aquell any no ens va ser concedit, sí ho ha estat els cinc anys següents. El motiu que ens va portar a demanar-lo fou el caràcter europeu de filmin, la seva clara vocació de cinema d'autor i la necessitat de finançament extra per poder dur a terme a un territori tan peculiar i complex com el nostre un projecte ambiciós com filmin.

Quines característiques té Filmin, que han estat determinants per a poder rebre el suport del programa MEDIA?

El catàleg (que amb més de 7.000 títols entre llargs i curts no té comparació entre la resta de portals que tenen suport de MEDIA), la proposta editorial (el blog, el concurs de curts, els Festivals Online), els avanços tècnics que ha portat a filmin a l'avantguarda europea i la presència de filmin com a membre fundador d'EU-ROVOD, la primera associació europea de portals sota demanda.

En què us beneficia haver rebut aquest suport? Quins canvis heu pogut portar a terme (amb el web, aplicacions, continguts...)?

En haver pogut ser ambiciosos amb el projecte; poder desenvolupar noves aplicacions per a mòbils, tablettes, televisions connectades; en haver estat capaços de crear el major festival de cinema online del món (Atlántida Film Fest) i en oferir un catàleg de 7.000 títols en versió doblada i versió original.

Quins són els objectius de Filmin?

Consolidar-se com el referent pel cinema i les sèries d'autor al nostre país i ser una plataforma capaç de donar a conèixer nous realitzadors.

Com es presenta el futur per aquesta plataforma VoD?

Per un costat, ple d'il·lusions i esperances, amb novetats tecnològiques i editorials per l'any 2014. Per l'altre, com per la resta del cinema a l'Estat, ple d'incertesa, doncs el consum a portals no autoritzats no disminueix, la crisi no minva i les polítiques del Govern no semblen estar orientades a modificar aquest escenari.

NOU ESTUDI DE LA COMISSIÓ EUROPEA SOBRE ELS SECTORS CULTURAL I CREATIU

L'estudi pretén analitzar la relació d'aquests sectors amb els bancs i la **difficultat que tenen les empreses culturals i audiovisuals a l'hora d'accedir a crèdits bancaris**.

L'estudi analitza el fet que la gran majoria d'empreses dedicades al sector cultural, tot i tenir un pla d'empresa sòlid i ben construït, a l'hora de demanar un préstec al banc es troben amb les portes tancades. Segons l'estudi, la **inadequació entre l'oferta i la demanda sobre el mercat dels préstecs** comporta que les empreses del sector de la creació vegin com s'escapen del seu abast milers de milions d'euros en crèdits. Es calcula que en els propers set anys, el dèficit de finançament podria arribar als 13.400 milions d'euros. Aquest dèficit correspon al total de les inversions perdudes per part de les empreses que presenten estratègies comercials robustes i bons perfils de risc que o bé veuen refusat el seu préstec, o bé decideixen no demanar-lo perquè no poden proposar prou actius en garantia. Per aquest motiu, **el creixement d'aquest sector vital per a l'economia europea** – el seu creixement és superior a la mitjana i representa fins a un 4,4% del PIB de la Unió Europea – **es veu amenaçat**.

Aquest estudi ha estat encarregat per tal d'ajudar a perfilar les **noves estratègies de la UE en l'àmbit del suport als sectors de la cultura i de la creació a través d'iniciatives com el mecanisme de garantia financera** dins del marc del nou programa Europa Creativa. Aquesta garantia, que serà operativa l'any 2016 i anirà destinada en particular a les petites i mitjanes empreses (PIMES), servirà per a cobrir una part del risc relacionat amb els préstecs atorgats pels bancs. **El programa Europa Creativa reservarà més de 120 milions d'euros per al finançament de la garantia**, facilitant d'aquesta manera, segons les estimacions, més de 750 milions d'euros en préstecs amb condicions abordables.

Paral·lelament a aquesta garantia, la Comissió donarà suport a iniciatives que busquin informar millor tant als prestadors com els prestataris dels factors que haurien de ser considerats en el moment de la solvència de les PIMES dels sectors de la cultura i de la creació. **Nombrosos prestadors no tenen experiència a l'hora d'avaluar la solvència de les empreses que posseeixen "actius immaterials", com per exemple els drets de propietat intel·lectual**. Les banques també es frenen per manca de dades estadístiques fiables en el sector. Ara bé, l'estudi demostra que, respecte a la totalitat de l'economia, les empreses europees actives en els sectors de la cultura i de la creació disposen d'un marge beneficiari i d'una ràtio de solvència superiors a la mitjana. Per tal de comunicar millor aquest tipus d'informació, **està previst engegar un projecte dins del marc d'Europa Creativa per tal de formar als professionals del sector financer**.

L'estudi també ha evidenciat que a les PIMES, en aquests sectors, sovint els manca competències en **negoci i gestió empresarial**. El 60% de les persones entrevistades en una enquesta realitzada en el marc d'aquest estudi han declarat que no tenen un pla d'empresa. Sobre el 26% de persones entrevistades que no havien intentat obtenir finançament extern en els darrers tres anys, el 39% en culpaven la gran complexitat que això comporta i que el procediment demana molt temps. En aquest sentit, i conforme al pla d'acció "**Emprenedors 2020**", la Comissió donarà suport a mesures que busquin millorar les competències d'emprenedoria dels professionals del sector de la creació.

Pots descarregar-te l'estudi [en pdf en aquest enllaç](#).

DIGITAL 4C: CONTINGUT CULTURAL I CREATIU CATALÀ

El 28 de febrer vam col·laborar en un acte organitzat pel Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, anomenat **Digital 4C: Contingut Cultural i Creatiu Català**. L'acte es va realitzar a l'**Arts Santa Mònica** (Barcelona). El Digital 4C, que coincideix amb la celebració a Barcelona del **Mobile World Congress**, pretén ser una eina essencial en l'apropament entre el tecnològic i el cultural, vol ser l'espai de reflexió on es doni resposta als interrogants que a nivell de continguts digitals es contemplan en el congrés internacional.

Els dos actes principals de la jornada van abordar el tema dels **videojocs**, una indústria cada vegada amb més creixement i que, amb l'arribada del programa Europa Creativa, **disposa d'una convocatòria d'ajut**.

La clau de l'èxit de la indústria dels videojocs a Finlàndia

Ponència amb **KooPee Hiltunen**, director de **Neogames Finland Association**, Finnish Hub of Game Business, Research and Education, i **Gerard Fernández**, President de Devicat i co-fundador i CEO d'**Omnidrone**.

Segons KooPee Hiltunen l'èxit de la indústria dels videojocs a Finlàndia es deu al suport del govern, sobretot, i a la inversió que hi fa. El finlandès també ens va explicar que en aquest sector hi ha molts professionals que són entusiastes sense estudis específics, i que alhora hi ha molts treballadors que són llicenciats en carreres d'aquest àmbit. Va afirmar que havien sortit noves professions dins els videojocs, però que calia més talent per a fer negoci.



A la pregunta que Gerard Fernández li va fer sobre l'origen dels treballadors a la indústria dels videojocs a Finlàndia, Hiltunen va respondre que ja Nokia solia contractar, des dels seus inicis, treballadors estrangers, especialment d'origen europeu i americà, i que aquesta mateixa línia s'ha seguit amb la indústria finlandesa del videojoc.

El públic assistent també va poder fer preguntes a KooPee Hiltunen, el qual va explicar que no hi ha videojocs educatius perquè no hi ha diners per a això, i que per això només es fan videojocs per a l'entreteniment. KooPee Hiltunen també va parlar de la relació i cooperació entre el videojoc i altres indústries, com la musical.

Jocs com a producte vs jocs com a servei

Taula rodona moderada per Oriol Boira (CCMA).

Algunes de les idees més interessants que es van sentir en aquesta taula rodona van ser:

Xavier Carrillo, Digital Legends

El videojoc és un servei. És partidari d'estudiar els usuaris: què volen, per què deixen de jugar a un videojoc... en definitiva, adaptar els jocs al jugador, a mesura que van jugant. També és partidari de fer servir el *free-to-play*, però on l'usuari pugui també pagar per una versió *Premium*. Hi ha usuaris que paguen per tal de tenir unes armes i uns personatges específics en el videojoc. Xavier Carrillo diu que el *free-to-play* en el cinema consistiria en què la pel·lícula fos gratuïta, i calgués pagar per les crispetes, i afirma que potser la recaptació final milloraria.

Kevin Cerdà, Beautiful Games

A Beautiful Games, que va estar a la llista de les recomanacions de videojocs d'Apple, fan servir el mètode antic en el videojoc, és a dir, que l'usuari paga per a poder jugar; però, en canvi, utilitzen la distribució digital. Els funciona el sistema d'estrelles que els usuaris atorguen al videojoc, de la versió *Premium*. Kevin Cerdà afirma que el preu és un factor clau a l'hora d'aconseguir jugadors. El seu videojoc costa 3 dòlars, i han aconseguit 80.000 descàrregues; van posar el videojoc com a gratuït durant 4 dies, durant els quals van aconseguir 700.000 descàrregues.

Jordi Martin, Ubisoft

Han fet servir l'estratègia de comprar usuaris, posant publicitat a les xarxes socials. D'aquesta manera, amb "Galaxy Life" van aconseguir fins a 50 milions d'usuaris. Comprar usuaris sol costar de 2 a 8 dòlars per usuari. Jordi Martin afirma que el preu d'adquisició d'usuari condiona el joc. També assegura que per a que un joc *free-to-play* sigui rendible han de pagar a partir del 1% dels usuaris totals.

En aquesta jornada també es van fer diverses presentacions, com ara el que serà el **primer Hackaton** organitzat a casa nostra (durarà 24 hores i tindrà lloc els dies 2 i 3 de maig a l'Arts Santa Mònica), i es va exemplificar el que significa acostar la tecnologia als alumnes per treure'n benefici, que és el l'objectiu de **mSchools**.

En aquest [enllaç](#) trobaràs els vídeos enregistrats durant la jornada, sobre els videojocs.

TRES PRODUCCIONS CATALANES I AMB SUPORT MEDIA PREMIADES ALS GAUDÍ



La Plaga, *Los últimos días* i *La Por*, pel·lícules catalanes amb suport MEDIA, han aconseguit 12 premis de [l'Acadèmia del Cinema Català](#).



La Plaga**4 premis Gaudí:**

Millor Pel·lícula

Millor Direcció (Neus Ballús)

Millor Guió (Neus Ballús i Pau Subirós)

Millor Muntatge (Neus Ballús i Domi Parra)

Estava nominada també a:

Millor Fotografia (Diego Dussuel)

La Plaga, a més, estava nominada als Premis Goya, a la categoria de Millor Direcció Novella.

Los últimos días**7 premis Gaudí:**

Millor Pel·lícula en llengua no catalana

Millor Direcció de Producció (Josep Amorós)

Millor Direcció Artística (Balter Gallart)

Millor Fotografia (Daniel Aranyó)

Millor So (Licio Marcos de Oliveira, Oriol Tarragó i David Calleja)

Millors Efectes Especials/Digitals (Lluís Rivera, Pablo Perona, Juanma Nogales, Jon Aguirre, Manuel Ramírez i Isidro Jiménez)

Millor Maquillatge i Perruqueria (Patricia Reyes)

Estava nominada també a:

Millor Direcció (Àlex i David Pastor)

Millor Guió (Àlex i David Pastor)

Millor Música Original (Fernando Velázquez)

Millor Vestuari (Olga Rodal)

Los últimos días, a més, estava nominada als Goya, a les categories de Millor Direcció de Producció i Millors Efectes Especials.

La For**1 premi Gaudí:**

Millor Actor Secundari (Ramon Madaula)

Estava nominada també a:

Millor Direcció (Jordi Cadena)

Millor Guió (Jordi Cadena i Núria Villazán)

Millor Muntatge (David Gallart)

Millor Fotografia (Sergi Gallardo)

MEDIA AL FESTIVAL DE CINEMA DE BERLÍN 2014



Durant el **Festival Internacional de Cinema de Berlín** es va celebrar una sessió informativa sobre **Europa Creativa**.

Per a la presentació del nou programa, la **Comissió Europea** va convidar a representants de diversos Estats membres de la UE per a debatre com millorar l'augment de la competitivitat per al sector de la indústria cinematogràfica europea tot preservant la diversitat cultural.

El grup de debat va confirmar que els europeus se senten molt lligats a la diversitat cultural i lingüística que projecta el cinema europeu, però cal fer adaptacions per a poder mantenir-se al dia amb el ritme de la indústria audiovisual mundial.

“La Comissió assumirà el seu paper i contribuirà a un millor diàleg amb les institucions financeres regionals i nacionals. Europa Creativa només tindrà èxit si tots ens unim i treballem plegats pel benefici de la indústria cinematogràfica europea i per a l'audiència europea”, va afirmar Michel Magnier, director de Cultura de la Comissió Europea, i amfitrió de l'acte.

Conclusions del debat sobre com millorar la competitivitat i la diversitat cultural del cinema europeu

- **Fomentar millors intercanvis** entre els països membres i la UE per tal de compartir bones pràctiques, animar a l'experimentació i adaptar polítiques audiovisuals per a respondre millor al desenvolupament del mercat.
- Treballar a nivell nacional per fer un **seguiment dels exercicis en el sector cinematogràfic**, com ara l'informe Bonnel de França o l'estudi fet a Dinamarca sobre els canvis digitals i les seves possibilitats al cinema danès.
- Trobar la manera de contrarestar la poca **disponibilitat dels films europeus en les plataformes de distribució online legals**.
- Desenvolupar **mètodes de distribució innovadors** per tal de resguardar la diversitat cultural en el cinema europeu.
- Identificar els **mecanismes de finançament més eficaços** per a impulsar la creativitat.

Un desafiament comú expressat pels mecanismes de finançament cinematogràfics és com involucrar els agents globals d'Internet en la promoció de films europeus, ja sigui a través de la inversió en la producció o la contribució en el finançament públic.

Produccions amb suport MEDIA a la Berlinale

PROGRAMACIÓ

La 64a edició del **Festival Internacional de Cinema de Berlín** va programar 28 films amb suport del programa MEDIA de la Unió Europea.

Secció oficial

Aimer, boire et chanter, d'Alais Resnais (França)
Kraftidioten, de Hans Petter Moland (Noruega)
No llores, vuela, de Claudia Llosa (Espanya, Canadà i França)
Zwischen Welten, de Feo Aladag (Alemanya)
 * El film **Aimer, boire et chanter** va guanyar dos premis: l'Ós de Plata Premi Alfred Bauer (per a un film que obre noves perspectives) i el Premi Fipresci.

Secció Especial Berlinale

A Long Way Down, de Pascal Chaumeil (Regne Unit)
The 100-Year-Old Man Who Climbed Out the Window and Disappeared, de Felix Herngren (Suècia)
Diplomacy, de Volker Schlöndorff (França, Alemanya)
Dans la cour, de Pierre Salvadori (França)
The Dark Valley, d'Andreas Prochaska (Àustria, Alemanya)
Someone you love, de Pernille Fischer Christensen (Dinamarca i Suècia)
Cathedrals of Culture, de Karim Ainouz, Michael Glawogger, Michael Madsen, James Marsh i Wim Wenders (Alemanya)

Secció Panorama

Yves Saint Laurent, de Jalil Lespert (França)
Superegos, de Benjamin Heisenberg (Alemanya, Àustria i Suïssa)
Arrete ou je continue, de Sophie Fillières (França)
Fieber, d'Elfi Mikesch (Àustria)
The Last Hijack, de Tommy Pallotta i Femke Wolting (Holanda, Dinamarca i Bèlgica).

Secció Generation Kplus

Emil & Ida i Lönneberga, de Per Åhlin, Alicja Jaworski Björk i Lasse Persson (Suècia)
Loulou, l'incroyable secret, d'Eric Omond i Grégoire Solotareff (França i Bèlgica);
Tante Hilda!, de Jacques-Rémy Girend i Benoît Chieux (França i Luxemburg)
Jack et la mécanique du coeur, de Stéphane Berla i Mathias Malzieu (França)
MGP missionen, de Martin Miehe-Renard (Dinamarca)
Midden in de Winternacht, de Lourens Blok (Països Baixos, Suècia i Bèlgica)
Beyond Beyond, d'Esben Toft Jacobsen (Dinamarca i Suècia)

Secció Generation 14plus

God Help the girl, de Stuart Murdoch (Regne Unit)
Ömheten, de Sofia Norlin (Suècia)

Secció Berlinale Forum

N - The madness of reason, de Peter Krüger (Bèlgica, Alemanya i Països Baixos)
Free Range, de Veiko Õunpuu (Estònia)

El festival va retre un homenatge a **Ken Loach**, amb la programació d'alguns dels seus films, entre els quals dos amb suport MEDIA:

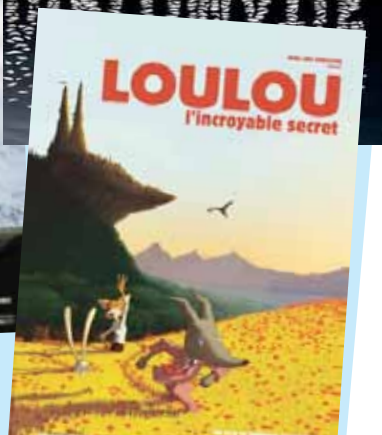
Looking for Eric
Sweet Sixteen



ANDRÉ NIELS
 USSLIER ARESTRUP



DIPLOMATIE



L'OEA CONSTATA UN RETROCÉS D'UN 4,1% EN LA FREQÜENTACIÓ DELS CINEMES A LA UNIÓ EUROPEA DURANT EL 2013

Coincidint amb la 64a edició del Festival Internacional de Cinema de Berlín, l'Observatori Europeu de l'Audiovisual va fer públiques les seves primeres estimacions sobre la freqüentació dels cinemes europeus durant el 2013.

En el seu conjunt, l'Observatori estima que les entrades a les sales de la Unió Europea han baixat un 4,1%, essent en total 908 milions d'entrades venudes, 39 milions menys que en el 2012 (947 milions). Es tracta del segon nivell de freqüentació més baix en la Unió Europea des del principi de segle.

Més de dos terços dels mercats de la UE han registrat un descens de la freqüentació. Només en 8 dels 26 territoris dels quals es disposen les dades la freqüentació ha augmentat. El descens global de la freqüentació a la UE ha estat provocat pel retrocés significatiu que han patit quatre dels cinc principals mercats de la UE: Espanya (-15,2 milions; -16%); França (-10,8 milions; -5,3%); Regne Unit (-7 milions; -4%) i Alemanya (-5,4 milions; -4%). Només Itàlia ha resistit a aquesta tendència general a la baixa amb una progressió estimada del 6,6%, és a dir 106,7 milions d'entrades venudes. A més d'Itàlia, sis estats membres de l'Europa central i oriental han conegut un creixement d'un any per l'altre per sobre de l'1%. Es tracta de Bulgària (16,7%), Romania (13,8%) i Lituània (6,8%).

Freqüentació de les sales de cinema a la Unió Europea 2004-2013 (dades 2013 provisionals)

En milions, estimació, càlculs proforma tenint en compte els nous països membres.

Presència de films nacionals i de films americans:

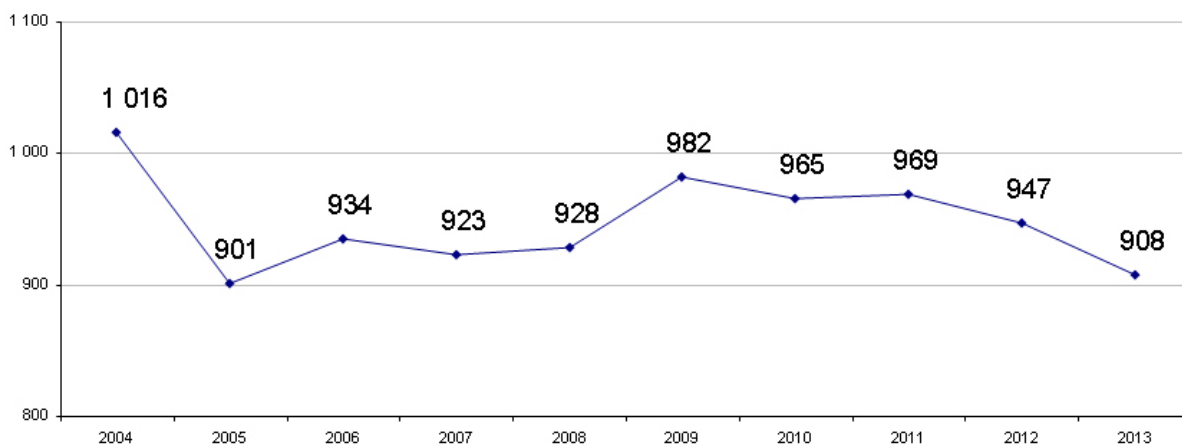
La part de mercat de films nacionals té tendència a fluctuar en funció de l'èxit d'alguna de les superproduccions locals. Ha augmentat en 13 mercats de la UE, però també ha disminuït en 10. En canvi, la part de mercat de films americans ha augmentat en 11 dels 13 mercats dels quals se'n tenen dades, passant del 63% al 68% de mitjana.

Tot i haver arribat al nivell més baix dels darrers anys, França segueix sent el mercat de la UE on la presència de films nacionals és més elevada. Les produccions locals representen el 33% del total de les entrades venudes (40% en 2012), seguit d'Itàlia (31%), Dinamarca (30%) i Alemanya (26%). Entre els països de fora de la UE, Turquia és el primer país europeu en termes de presència de films nacionals. Els films turcs representen un 58% del total de les entrades l'any 2013.

Ingressos bruts de les sales

Tot i ser molt aviat per estimar els ingressos bruts de les sales per a la UE, les dades provisionals suggereixen que, al contrari dels darrers tres anys, la pujada dels preus de les entrades en 19 de 25 mercats de la UE no ha estat suficient per a compensar el retrocés de la freqüentació. Tant és així que els ingressos bruts de les sales han disminuït en 14 dels 25 mercats de la UE dels quals es disposen de dades.

Cinema als països europeus: dades clau 2012-2013 (provisional)



Font:
Observatori
Europeu
Audiovisual

PROPERES ESDEVENIMENTS ON EUROPA CREATIVA DESK - MEDIA CATALUNYA PARTICIPA

Mecal

La 16^a edició del Festival **Internacional de Curtmetratges i Animació de Barcelona** té lloc **del 6 al 30 de març**. El festival compta amb diferents activitats: projeccions, conferències... que es realitzen en diversos espais de la ciutat. El Mecal ha escollit Holanda com a país convidat en aquesta edició, per ser un dels països amb més creativitat d'Europa. Aquesta secció especial estarà formada per cinc programes diferents dedicats als millors curtmetratges dels Països Baixos.

L'oficina catalana d'Europa Creativa - MEDIA ha participat en un acte organitzat el dia 19 de març a l'Arts Santa Mònica, sobre la producció d'animació.

Properament, podràs veure el video de l'acte al nostre canal de YouTube.

DocsBarcelona

Europa Creativa Desk - MEDIA Catalunya col·labora amb l'InterDocsBarcelona, que celebra enguany la seva 2a edició, amb l'objectiu de consolidar un marc per a la reflexió, comprensió i divulgació del Documental interactiu. L'activitat central de les jornades és la Conferència InterDocs-Barcelona que tindrà lloc el 30 de maig amb ponències d'experts nacionals i internacionals, estudis de cas i un debat al voltant de les noves formes narratives del documental sorgides a partir de les noves tecnologies.

InterDocsBarcelona fa un pas més enllà i s'endinsa en la formació - a través de la Webdocs Popahon, el primer taller intensiu per a produir prototips en l'àmbit del documental interactiu, i en el finançament, obrint el DocsBarcelona Pitching Forum a projectes interactius i a través de la sessió Idea busca Producer, en la que posen en contacte idees i empreses a través de reunions individuals.

Europe Calls

El proper acte serà una sessió sobre els ajuts a Difusió per tv, prevista per al 15 de maig.

BccN

El BccN **Barcelona Creative Commons Film Festival** es portarà a terme **del 5 al 8 de juny** a l'auditori del Macba. El BccN s'ha consolidat com un espai de referència mundial per al cinema en Creative Commons, aportant novetats i solucions als problemes dels drets d'autor en l'era digital. BccN dona cabuda a pel·lícules de gran qualitat per a tots els públics i realitza activitats amb els principals implicats en la indústria cinematogràfica. El festival presenta en la seva secció oficial els llargmetratges, documentals i curtmetratges més rellevants de l'any.

A Europa Creativa Desk-MEDIA Catalunya li donem suport amb la realització d'un acte que tindrà lloc en el marc de l'actual edició del Festival.

No et perdis cap acte d'Europa Creativa Desk - MEDIA Catalunya!

Et pots subscriure **al nostre calendari**, **o als nostres avisos**, que rebràs via correu electrònic diàriament o setmanalment (només dels temes que siguin del teu interès), o bé pots subscriure't mitjançant **el nostre canal RSS**, on també podràs escollir entre diferents categories de notícies.

NOVA GUIA: TRAINING AND NETWORKS 2014

El subprograma MEDIA posa a la vostra disposició una **guia d'activitats formatives i de *networking*** amb suport MEDIA per al 2014. Us podeu descarregar la guia en format pdf [a través d'aquest enllaç](#), o a l'apartat **Guies MEDIA** del nostre web.

Invertir en els professionals amb talent és essencial per la competitivitat de la indústria audiovisual europea. Per això, crear capacitats a partir de la formació continuada i les activitats de *networking* ha estat sempre un dels objectius principals del programa MEDIA 2007-2013 i continuarà sent-ho ara amb el programa Europa Creativa MEDIA 2014-2020.

A través de 65 cursos, el programa MEDIA 2007-2013 ha donat suport a uns 2.000 professionals que s'han beneficiat dels coneixements i experiències dels 1.200 experts que han participat en aquestes activitats.

Tot i que són molt diferents, les oportunitats formatives que trobareu en aquesta publicació busquen potenciar les capacitats individuals, augmentar la qualitat dels projectes audiovisuals així com millorar la competitivitat d'aquests en els mercats internacionals. Tots els cursos tenen un **fort compromís amb la creació de xarxes de cooperació de professionals** per cobrir les necessitats actuals i futures de la indústria audiovisual europea.

Descobriu en aquesta guia els cursos amb suport MEDIA, entre els quals hi ha cursos, entre d'altres, sobre:

- desenvolupament de guió
- desenvolupament de projectes i producció
- gestió legal i finances
- màrqueting
- distribució i exhibició
- animació
- documental
- noves tecnologies

ENLLAÇOS

Dades culturals

Es tracta d'una finestra a nombrosos continguts d'informació de qualitat en matèries de cultura i creació que el Departament de Cultura posa a lliure disposició del ciutadà. Es tracta de documentació en forma d'anuaris, informes, estadístiques, estudis, treballs tècnics, apunts d'actualitat o metodologies que elabora habitualment el Departament per tal d'analitzar la realitat cultural de Catalunya.

Cultura Digital. Blog de Tendències i Cultura Digital a Catalunya

Estem vivint un moment de canvi, la digitalització ha desdibuixat els límits entre els sectors culturals i ha obert fronteres cap a nous models de negoci. Per aquest motiu, l'ICEC impulsa tot un seguit d'actuacions amb una nova mentalitat que es fonamenta en una visió transversal, on els diversos actors culturals estan interconnectats i on els continguts prenen la centralitat.

Nou web de l'Agència Executiva d'Educació, Audiovisual i Cultura (EACEA)

L'EACEA, l'agència que executa programes i activitats a favor de la Comissió Europea, estrena nou web, amb informació sobre les oportunitats de finançament en els camps de l'educació, la formació, la joventut, l'esport, l'audiovisual, la cultura i el voluntariat.



TWEETS

4 films amb suport MEDIA han guanyat un premi Bafta. <http://bit.ly/1bEHBlv>

La herida, @LGFepelicula, @CanibalPelicula i @AmourFilm: 4 films MEDIA que han guanyat un total de 6 @PremiosGoyaEs. <http://bit.ly/1fXVTNi>

L'EACEA cerca constantment persones per a la comissió d'experts. Consulteu les condicions aquí. <http://bit.ly/1skHPxl>

L'Erich Pommer Institut ofereix un curs sobre l'adquisició de drets d'autor. <http://bit.ly/MbuNHt>



MEDIA AGENDA

TERMINIS CONVOCATÒRIES MEDIA

SUPORT AL DESENVOLUPAMENT - SLATE FUNDING (EAC/S30/2013)

28 de març de 2014

SUPORT AL CONCEPTE I DESENVOLUPAMENT DE VIDEOJOCS (EAC/S31/2013)

28 de març de 2014

SUPORT AL DESENVOLUPAMENT D'AUDIÈNCIES (EAC/S27/2013)

28 de març de 2014

SUPORT A LA DISTRIBUCIÓ - ESQUEMA AUTOMÀTIC (GENERACIÓ DE FONDS) (EAC/S28/2013)

30 d'abril de 2014

SUPORT A LA FORMACIÓ (EAC/S23/2013)

23 de maig de 2014

SUPORT A L'ACCÉS A MERCATS (FRAMEWORK PARTNERSHIP AGREEMENT) (EAC/S26/2013)

6 de juny de 2014

SUPORT AL DESENVOLUPAMENT - SINGLE PROJECT (EAC/S30/2013)

6 de juny de 2014

SUPORT A LA DIFUSIÓ PER TV (EAC/S24/2013)

13 de juny de 2014

SUPORT A AGENTS DE VENDA (EAC/S21/2013)

18 de juny de 2014

SUPORT A L'EXHIBICIÓ - XARXA DE CINEMES (EAC/S20/2013)

27 de juny de 2014

T'informem diàriament al [web](#), [Facebook](#) i [Twitter](#)



CURSOS AMB AJUT MEDIA

PER A MÉS INFORMACIÓ SOBRE ELS CURSOS AMB SUPORT MEDIA PODEU CONSULTAR LA GUIA DE CURSOS (VEIEU PÀGINA 24).

DESENVOLUP. GUIÓ Audience Design -Torino Film Lab Inscripcions fins el 31 de març de 2014	DESENVOLUP. GUIÓ International Screenwriters Workshop & Master class - eQuinox Europe Inscripcions fins el 6 de juny de 2014	DESENVOLUP. PRODUCCIÓ Nipkow Programm Inscripcions fins el 15 d'abril de 2014	DESENVOLUP. PRODUCCIÓ Maia Workshop Inscripcions 2n workshop fins el 18 d'abril de 2014 Inscripcions 3r workshop fins el 27 de juny de 2014	DESENVOLUP. PRODUCCIÓ Les Ateliers Jeanne Moreau Inscripcions fins el 30 d'abril de 2014
PRODUCCIÓ ACE - Ateliers du Cinéma Européen Inscripcions fins el 20 de juny de 2014	GESTIÓ, LEGAL I FINANÇAMENT European Master in Audiovisual Management (MEGA) - Media Business School Inscripcions fins 7 d'abril de 2014	GESTIÓ, LEGAL I FINANÇAMENT European TV Drama Series Lab - Erich Pommer Institut Inscripcions fins el 25 d'abril de 2014	GESTIÓ, LEGAL I FINANÇAMENT Atelier Ludwigsburg-Paris Inscripcions fins el maig de 2014	MÀRQ., DISTR. I EXHIBICIÓ Marketing & International Distribution - Media Business School Inscripcions fins el 26 de maig de 2014.
MÀRQ., DISTR. I EXHIBICIÓ Art Cinema - Action + Management - CICAÉ Inscripcions fins el 2 de juny de 2014	ANIMACIÓ Anomalia - Professional Training in CG Animation Inscripcions fins el 15 d'abril de 2014	ANIMACIÓ Cartoon Masters - Cartoon Digital Inscripcions fins el 24 d'abril de 2014	DOCUMENTAL Ex Oriente Film - Institute of Documentary Film Inscripcions fins l'1 de juny de 2014	NOVES TECNOLOGIES FRAME - Future for Restoration of Audiovisual Memory in Europe Inscripcions fins el 9 de maig de 2014

DATES CELEBRACIÓ FESTIVALS, MERCATS, CONFERÈNCIES...

Miptv Cannes (França) Del 7 al 10 d'abril de 2014	M Stuttgart International Festival of Animated Film Stuttgart (Alemanya) Del 22 al 27 d'abril de 2014	M Brussels Short Film Festival Brussel-les (Bèlgica) Del 23 d'abril al 5 de maig de 2014 / www.bsff.be	M IndieLisboa - International Independent Film Festival Lisboa (Portugal) Del 24 d'abril al 4 de maig de 2014
M Dok.fest Munich Munich (Alemanya) Del 7 al 14 de maig de 2014	M International Film Fest Emden - Norderney Emden (Alemanya) Del 7 al 14 de maig de 2014	Festival de Cinema de Cannes Cannes (França) Del 14 al 25 de maig de 2014	M Semaine de la Critique Cannes (França) Del 15 al 23 de maig de 2014
M Krakow Film Festival Cracòvia (Polònia) Del 25 de maig a l'1 de juny de 2014	M Zlín International Film Festival for Children and Youth Zlín (Txèquia) Del 30 de maig al 4 de juny de 2014	M Transilvania International Film Festival Bucarest (Romania) Del 30 de maig al 8 de juny de 2014	M Animafest Zagreb - World Festival of Animated Film Zabreg (Croàcia) Del 3 al 8 de juny de 2014
M Brussels Film Festival Brussel-les (Bèlgica) Del 6 al 14 de juny de 2014	M Festiroia - International Film Festival of Setubal Setubal (Portugal) Del 6 al 15 de juny de 2014	M International Short Film Festival Hamburg Hamburg (Alemanya) Del 3 al 9 de juny de 2014	M Sheffield Doc/Fest Sheffield (Anglaterra) Del 7 al 12 de juny de 2014
M MeetMarket de Sheffield Doc/Fest Sheffield (Anglaterra) Del 9 al 10 de juny de 2014	M Festival International du Film d'Animation d'Annecy Annecy (França) Del 9 al 14 de juny de 2014	M Marché International du Film d'Animation - Mifa Annecy (França) De l'11 al 13 de juny de 2014	M Sunny Side of the Doc La Rochelle (França) Del 23 al 26 de juny de 2014

Recordeu que EUROPA CREATIVA DESK - MEDIA CATALUNYA ofereix un servei de subscripció de [notícies](#), on podreu rebre tota la informació MEDIA que us sigui d'interès.

També podeu subscriure-us al nostre [calendari](#). Hi trobareu les properes activitats d'EUROPA CREATIVA DESK - MEDIA CATALUNYA (taules rodones, conferències, sessions informatives...), així com les activitats MEDIA europees (sol·licitud d'ajuts, festivals, mercats, premis, cursos de formació...).

EUROPA CREATIVA DESK - MEDIA CATALUNYA
Pgde de la Banca 1-3, 1a planta
08002 Barcelona
Tel. 34-93 552 49 49 - 34-93 552 49 48
europacreativamedia@gencat.cat
www.europacreativamedia.cat

Direcció: Àlex Navarro
Continguts: Àngels Clos / Àlia Kirchner
Administració: Natàlia Giménez Teixidó
Disseny: EPA Disseny SL - www.epasg.com





Europa
Creativa
MEDIA

Europa Creativa Desk – MEDIA Catalunya