

Delegação brasileira comemora resultados positivos da participação no MIPCOM 2017

Foram centenas de reuniões e um ciclo de rodadas de negócios com Argentina, China, Israel e Reino Unido. O stand esteve lotado durante todos os dias, reforçando o interesse crescente do mercado internacional pelo audiovisual brasileiro

Dias intensos marcaram a agenda das 41 produtoras e 58 executivos da delegação brasileira presentes no *Palais des Festivals*, em Cannes, durante os quatro dias do MIPCOM, mais importante evento de audiovisual do mundo. A participação do Brasil, viabilizada pelo Brazilian Content, projeto de exportação realizado pela Brasil Audiovisual Independente (BRAVI) em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex- Brasil), foi a maior das últimas duas edições.

As rodadas de negócios começaram na terça-feira, com a delegação argentina, e terminaram na quinta-feira com empresas da China. As empresas do Reino Unido e Israel estiveram no stand na quarta-feira – ambos países com os quais o Brasil tem acordos bilaterais de coprodução audiovisual, em vigência a partir de 2017. Aconteceram também encontros com representantes de eventos internacionais, entre eles Kidscreen, Annecy e Natpe, mercados que receberão em 2018 delegações brasileiras organizadas pelo Brazilian Content.

Na busca por novos contatos e parcerias, a UP! Content Co, uma das integrantes do grupo de oito produtoras que participaram pela primeira vez do MIPCOM, realizou 59 reuniões focadas em broadcast com players da Europa, Oriente Médio, Ásia e EUA. “Devemos fechar ainda esse ano, a partir desses contatos no MIPCOM, cinco contratos com canais que representarão a propriedade de ‘Bubu e as Corujinhas’ para o mundo,” revelou Jake Neto, diretor comercial da empresa. Animaking, Capelini Filmes, Plateau Filmes, Pushstart, Raven, Red Studio e Sétima Cinema completaram o grupo das *first timers*.

Para Guilherme Coelho, da Bromélia Produções, a grande vantagem do MIPCOM se traduz na possibilidade de encontrar canais de diversos países em um único local, o que otimiza a busca por distribuição internacional. “Conseguimos apresentar a Galinha Pintadinha para canais de pelo menos 15 países, conteúdo que hoje já é exibido no Brasil, em todos os países da América Latina, Itália, França, Reino Unido e, em breve, Alemanha, China e Japão”.

A intensidade das atividades no stand do Brazilian Content em Cannes também chamou a atenção de Igor Germano, chefe da Divisão de Promoção do Audiovisual do Ministério das Relações Exteriores. “Fiquei impressionado com o nível de profissionalismo dos brasileiros e a percepção dos outros países a respeito da seriedade do nosso trabalho”.

Na verdade, o clima de otimismo dominou o dia a dia da delegação brasileira no evento. Durante o MIPJunior (14 e 15 de outubro), por exemplo, a Elo Company

assinou com a chinesa Moores International a venda da série brasileira de TV de animação 'Illustrating History', que está licenciada por cinco anos, sendo dois anos não exclusivos e outros três com exclusividade. A Sato Company, por sua vez, anunciou a manutenção do *volume deal* com a mini major Lionsgate para a TV aberta no Brasil. "Isso representa um catálogo maravilhoso de filmes, como La La Land, A Colina, Power Rangers, a série *Orange is the New Black*, e as franquias Hunger Games e Crepúsculo, além de muitos outros. Além disso, assinamos contrato com a Colômbia, vendendo oito documentários para TV aberta e expandimos uma operação com a SmartVOD, um OTT transacional que vem nos aparelhos Samsung e LG para toda a América Latina", contou Nelson Sato, CEO da distribuidora que atua há 32 anos no Brasil.

Cine Group registrou uma média de seis reuniões por dia, conversando com Warner, History, Scripps Networks, Bubble Media, além de participar ativamente das rodadas de negócios com players da Argentina, Israel e Reino Unido. Do outro lado do balcão, a Input Som Arte Sonora, que trabalha em conjunto com os produtores brasileiros em coproduções internacionais, saiu comemorando o que viu. "Presenciei a concretização de vários projetos em que estamos envolvidos desde o início", disse Mario Di Poi.

Três produtoras brasileiras estão na disputa do International Emmy Kids Awards

Boa notícia também foi a indicação de três produtoras brasileiras para a disputa do *International Emmy Kids Awards*, premiação que reconhece as melhores produções infantojuvenis do ano. A Boutique Filmes foi nomeada ao prêmio pelo terceiro ano consecutivo, dessa vez com a terceira temporada de "O Zoo da Zu". A Red Studio está na disputa da categoria animação infantil com a série "Siesta Z", uma coprodução com Argentina (El Perro en La Luna e Pakapaka), Colômbia (Señal Colombia) e Ecuador (Educa). Por fim, a série "O Diário de Mika", da SuperToons, que concorre na categoria pré-escolar. Os vencedores serão conhecidos no dia 10 de abril de 2018.

Produtoras participantes do MIPCOM 2017

As produtoras 2DLab, 44 Toons, Alopra Estúdio, Animaking, Belli Studio, Boutique Filmes, Bromélia Produções, Cabong Studios, Capelini Filmes, Chatrone, CINE Group, Conspiração Filmes, Copa Studio, Cygnus Media, Dogs Can Fly Licensing, DUE Produções, ELO Company, Estúdio Giz, FM Produções, Grifa Filmes, INPUT | artesonora, LUVA, Mixer Films, Moonshot Pictures, Panorâmica, Plateau Filmes, Prodigio Films, Pushstart, Raven Filmes, Red Studio Brasil, Rinaldi Produções, Sato Company, Sétima Cinema, Singular, Split Studio, Synapse, Tortuga Studios, TV Pinguim, Up! Content Co, Visom Digital e Zola integram a delegação do Brasil.

Sobre o Brazilian Content

O Brazilian Content é o programa internacional da Brasil Audiovisual Independente (BRAVI), criado em 2004 e realizado em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil). Com o objetivo de promover o conteúdo audiovisual independente no mercado internacional, o Brazilian Content

viabiliza parcerias entre empresas brasileiras e estrangeiras (por meio de coproduções, vendas e pré-vendas para canais de TV, internet, telefonia celular e mídias digitais). O Brasil hoje é considerado um importante mercado no cenário internacional e integra o plano de negócios de coprodução de inúmeras TVs e produtoras.

Sobre a Brasil Audiovisual Independente (BRAVI)

A BRAVI reúne produtoras independentes de conteúdo audiovisual para televisão e mídias digitais e possui mais de 600 associados em 18 unidades da Federação, nas cinco regiões do Brasil. Fundada em 1999, a associação atua fortemente para o desenvolvimento do mercado audiovisual brasileiro e representa o setor em diversos fóruns de debates públicos e privados. Com uma estrutura profissional e reconhecida representatividade nacional, a BRAVI também participa ativamente das regulamentações do mercado audiovisual, incentivando a produção e novos modelos de negócios, além de oferecer capacitação especializada ao produtor independente. Por meio de relevantes parcerias institucionais, apoia a participação do empresário brasileiro no mercado audiovisual internacional.

Informações para a imprensa

2PRÓ Comunicação - bravi@2pro.com.br
Myrian Vallone - myrian.vallone@2pro.com.br
Livia Scatena - livia.scatena@2pro.com.br
Ana Carolina Barbosa - ana.carolina@2pro.com.br
Paula Giffoni - paula.giffoni@2pro.com.br
Tel. 55 (11) 3030.9400 /3030.9404
www.2pro.com.br
Twitter: @2procom
Outubro/2017