



El catálogo virtual de Basque Audiovisual en una pantalla de gran formato centra las miradas del público de Cannes

El stand vasco en MIPTV incorpora una pantalla táctil en la que los visitantes pueden recorrer en 3D los productos desarrollados por las empresas vascas

El stand de **Basque Audiovisual**, situado en el pabellón central del Palais des Festivals de Cannes, se convirtió el lunes, primera jornada del MIPTV, en un hervidero de gente. La principal atracción de los profesionales que visitaron el espacio expositivo de Basque Audiovisual fue la gran pantalla táctil con tecnología 3D, que permite hacer un recorrido virtual por el propio stand y conocer los productos audiovisuales (documentales, animación, concursos de TV, multimedia...) que están presentando estos días las empresas vascas del Sector Audiovisual.

Por primera vez, las empresas vascas agrupadas bajo la marca Basque Audiovisual están tomando parte en este mercado con un stand propio de 20 metros cuadrados, equipado con diferentes soportes para la exhibición de sus proyectos. *"Las empresas disponen de espacios para sus reuniones y pantallas en las que continuamente se proyectan sus productos. La pantalla táctil es un reclamo importantísimo porque nadie tiene algo similar y realmente está siendo un vehículo de primer nivel para mostrar el trabajo de las empresas"*, señaló Itziar Mena, Directora de Eiken-Cluster Audiovisual de Euskadi.

La apuesta tanto de **Eiken-Cluster Audiovisual de Euskadi** como del **Departamento de Cultura del Gobierno Vasco** que impulsa esta acción exterior, era facilitar la labor comercial de las empresas para que estas pudieran desarrollarla en mejores condiciones, además de garantizar una mayor visibilidad del Audiovisual Vasco y de sus productos a través del espacio diferenciado de Basque Audiovisual.

Según los datos de Eiken, a lo largo de las dos primeras jornadas la afluencia de público y el interés de los profesionales por los contenidos desarrollados por las empresas se ha mantenido constante, si bien, han constatado un ligero descenso de público con respecto a otras ediciones, que atribuyen a la actual coyuntura económica. *"Pese a que el mercado está más flojo que otros años, nuestra apuesta es decidida porque precisamente*

en la actual situación económica es fundamental el respaldo a las empresas en acciones que consideran estratégicas. Tenemos un buen stand y la calidad de sus productos está ofreciendo una buena imagen del Audiovisual Vasco que seguro les ayudará en su labor empresarial”, subrayó Itziar Mena.

El MIPTV que se celebra cada año por estas fechas en la localidad francesa de Cannes es uno de los mercados más importantes del mundo a nivel de contenidos audiovisuales. Más de 100 países se dieron cita en la pasada edición de un foro que ofrece una gran variedad de actividades: conferencias, seminarios, keynotes, cócteles, proyecciones, ruedas de prensa y entregas de premios.

La delegación vasca está integrada por 12 empresas que presentan diferentes productos, son: **3Koma** (“El calendario del año”, concurso), **Audiovisual 21**, **Baleuko** (“Black to the moon”, serie de animación), **EiTB**, **Expressive**, **Jarkatza Media** (“Elio Berhanyer, 50 years of fashion”, documental), **K 2000** (“Pásalo”, magazine), **Mediabost** (“Mystical”, largometraje de aventuras), **Pausoka** (“Go!azen”, película musical), **Retelsat** (presenta una serie documental submarina), **Somuga** (“Around de world for free”, largometraje de animación.) y **Western Films** (“Vivo México”, documental sobre naturaleza).

Basque Audiovisual se ha afianzado como la marca del Sector Audiovisual Vasco a nivel Internacional. En general, la marca se percibe por las empresas como una plataforma de apoyo para las que quieren apostar por el mercado internacional. Basque Audiovisual se percibe como una marca limpia fácilmente identificable y que es seña de identidad del producto audiovisual hecho en Euskadi.