



Basque Audiovisualen katalogo birtuala formatu handiko pantaila batean aurkeztu zen, eta Canneseke publikoaren begiradak hara zuzendu ziren

MIPTVko euskal standak pantaila ukigarria dauka, eta, bertan, bisitariak 3D formatuan ikus ditzakete euskal enpresek garatutako produktuak

Canneseke Palais des Festivals delakoaren pabiloi nagusian kokatutako **Basque Audiovisualen** standak jendez bete zen astelehenean, MIPTVren lehenengo egunean. Basque Audiovisualen erakusketa-espazioa bisitatu zuten profesionalen interes nagusia 3D teknologiadun pantaila ukigarri handia izan zen, zeinen bitartez aukera baitago standetik bertatik ibilbide birtuala egiteko eta Ikus-entzunezko Sektoreko euskal enpresak egunotan aurkezten ari diren ikus-entzunezko produktuak ezagutzeko (dokumentalak, animazioa, telebistako lehiaketak, multimedia...).

Lehen aldiz, Basque Audiovisual markapean bildutako euskal enpresak 20 metro koadroko stand propioarekin ari dira parte hartzen azoka honetan. Standean, gainera, euren proiektuak erakusteko zenbait euskarri daude. *"Enpresek bileretarako espazioak dituzte, bai eta pantailak ere, euren produktuak etengabe proiektatu daitezten. Pantaila ukigarria oso amu garrantzitsua da, inork ez daukalako antzeko ezer, eta benetan punta-puntako tresna ari delako izaten enpresen lana erakusteko"*, adierazi zuen Eiken-Euskadiko Ikus-entzunezkoen Klusterraren zuzendari Itziar Menak.

Eiken - Euskadiko Ikus-entzunezkoen Klusterraren eta **Eusko Jaurlaritzako Kultura Sailaren** (azken horrek sustatu du kanpo-ekimen hau) apustua enpresen lan komertziala erraztea zen, egoera hobean egin zezaten lan. Aldi berean, Euskadiko Ikus-entzunezkoa eta bertatik sortutako produktuak hobeto erakutsi nahi ziren, Basque Audiovisual markaren espazio bereziaren bitartez.

Eikenen datuen arabera, lehenengo bi egunetan, publikoaren presentzia eta profesionalak gure enpresen edukiengatik agertutako interesa konstante mantendu dira, baina, aurreko edizioekin konparatuta, jende-kopurua apur bat jaitsi dela sumatu da, ziurrenik gaur egungo egoera ekonomikoa dela eta. *"Merkatua beste urte batzuetan baino ahulago egon arren, gure apustua irmoa da; izan ere, oraingo egoera ekonomikoan, estrategikotzat hartzen diren*

ekintzetan aritzen diren enpresak babestea ezinbestekoa da. Stand ona dugu, eta gure produktuen kalitateari esker, Euskadiko Ikus-entzunezkoa irudi ona ari da lortzen. Horrek lagundu egingo die enpresei, ziur”, esan zuen Itziar Menak.

MIPTV urtero egiten da garai honetan Cannesen (Frantzia), eta, ikus-entzunezko edukiei dagokienez, munduko azokarik garrantzitsuenetakoa da. 100 herrialde baino gehiago bildu ziren foro honen azken edizioan; bertan, jarduera ugari eskaintzen dira: hitzaldiak, mintegiak, *keynote*-ak, koktelak, proiektzioak, prentsaurrekoak eta sari-banaketak.

Euskadiko ordezkariak zenbait produktu aurkezten dituzten 12 enpresaz dago osatuta. Honako hauek, hain zuzen ere: **3Koma** (“El calendario del año” lehiaketa), **Audiovisual 21**, **Baleuko** (“Black to the moon” animaziozko seriea), **EiTB**, **Expressive**, **Jarkatza Media** (“Elio Berhanyer, 50 years of fashion” dokumentala), **K 2000** (“Pásalo” magazinea), **Mediabost** (“Mystical” abenturetako film luzea), **Pausoka** (“Goazen!” film musikala), **Retelsat** (itsaspeko dokumentalen serie bat aurkezten du), **Somuga** (“Around the world for free” animaziozko film luzea) eta **Western Films** (“Vivo México” naturari buruzko dokumentala).

Basque Audiovisual finkatu egin da nazioartean, Euskadiko Ikus-entzunezkoen Sektoreko marka gisa. Oro har, enpresen ustez, marka hori babeserako plataforma bat da, eta, horren bitartez, nazioarteko merkatuaren alde egin nahi dute. Basque Audiovisual erraz identifikatzeko moduko marka garbia da, eta Euskadin egindako ikus-entzunezko produktuen identitate-ikurtzat hartzen da.