

PRENTSA OHARRA

Basque Audiovisual markaren standa Cannesko MIP azokan, funtsezkoa Pausokaren "El impostor" reality-lehiaketaren eskubideak atzerrian saltzeko

-
- Pausokaren eta Talpa Mediaren arteko lehen hartu-emana Cannesko Azokan izan zen, eta duela egun batzuk itxi da salmenta operazioa John De Mol herbeheretarraren enpresarekin.
-

Basque Audiovisual markaren standa ikus-entzunezkoen munduko azoka garrantzitsuenetako batean, Cannesko MIP azokan hain zuzen, funtsezkoa izan da Pausokaren "El Impostor" reality-lehiaketaren eskubideak Herbeheretako Talpa Media enpresa liderrari saltzeko. Bi enpresen arteko lehen hartu-emana MIPCOM azokaren azken edizioan izan zen, **Basque Audiovisual** markaren standean, eta duela egun batzuk itxi da azkenik nazioarteko eskubideen salmenta.

Eusko Jaurlaritzako Kultura Sailak eta Euskadiko Ikus-entzunezkoen Klusterrak elkarlanean dihardute euskal ikus-entzunezkoak bultzatu, hedatu eta sektoreko atzerriko azoka garrantzitsuenetan ezagutarazten, eta salmenta hau ahalegin horren emaitza dela esan daiteke. Aurten Euskal Herriko zortzi enpresa izan dira MIPCOM azokan, **Basque Audiovisual** markaren babesean, atzerriko bezeroekin harremanetan jartzeko asmoarekin. **Pausokaz** gainera, **3Koma**, **Baleuko**, **Expressive**, **Mediabask**, **Silverspace**, **Sonora** eta **Somuga** ere izan dira aipatutako markaren standean.

Berrikuntza modura, **Basque Audiovisual** markaren arduradunek "matchmaking" bat antolatu zuten urriaren 4tik 8ra egin zen MIPCOM azokan, euskal enpresei beren produktuak ezagutarazten laguntzeko Cannesera hurbildu ziren enpresa eta profesionalen artean. Atzerriko hainbat konpainiatako 20 ordezkari bako bako gehiagok hartu zuten parte "matchmaking" horretan.

"El impostor"

Reality-lehiaketa honetan, pertsona gonbidatu batek asteburu bat igarotzen du familia batean, eta bere eginkizuna da asmatzea nor den familia horretako "inpostorea". Azken honek, bere rola prestatzeko (familiako kideren baten ordezkari izango da edo existitzen ez den rola beteko du), egun batzuk igaroko ditu familia horretan, elkar ezagutzeko eta familiaren martxara egokitzeko. Gonbidatuak inpostorea nor den asmatzen badu, saria irabaziko du; bestela, familiaren eta inpostorearen artean banatuko da. Astero familia berri

batek, inpostore berri batek eta gonbidatu berri batek parte hartuko dute saioan.

Pausokak programa-pilotu bat ekoitzi zuen uztailan eta saioak atzerriko hainbat banatzaileen interesa piztu zuen. Azkenean John de Mol herbeheretarrak sortutako eta zuzendutako Talpa Media izan da formatuaren eskubideak erosi dituen



enpresa. Hitzarmenak bi enpresetako talde kreatiboen lankidetzaz aurreikusten du. Saio berri honek, gainera, TBren eta Interneten arteko elkarrekintzaren aldeko apustua egiten du, eta ikusleek inpostorea nor den asmatzeko aukera izango dute web orri baten bidez saio bakoitza emititu aurreko astean zehar.

MIPCOM 2010: joerak

Basque Audiovisual markaren arduradunek MIPCOM 2010 azokan ikusi ahal izan dutenez, negozio estrategia berri guztiak testuinguru digitalean kokatuko dira aurrerantzean, eta funtsezkoa izango da estrategian malgu jokatzeko aukera berriak aprobetxatzeko.

Izan ere, MIPCOM azokan aurkeztu diren ikerlanen arabera, aro digital berri honetan, pertsona kontsumitzaileek eredu zehatz batzuei jarraitzen diete eta prest daude ikus-entzunezkoen produktuak ordaintzeko baldin 3 eskakizun betetzen badituzte: kalitatezkoak, egokiak eta aberasgarriak izatea. Alde horretatik, John Smith BBC Worldwide-ko Zuzendari Nagusiak adierazi du bere konpainiak sarrerak bikoiztu dituela merkatu berrietara zabaldu eta baliabide digitalean esperimintatzeari ekin zionetik.

Alderdi digitalaz gainera, MIPCOM azokak agerian utzi du sare sozialen garrantzi gero eta handiagoa. Azokan aurkeztutako ikerlan baten arabera, AEBetako Interneteko erabiltzaileek denboraren %25 igarotzen dute jada sare sozialetan edo hari lotutako baliabideetan (posta elektronikoa, musika, on-line telefonoa, prentsa digitala).

Joera honen ondorioz, abian da dagoeneko adituen ustez *hedabide sozialen* iraultza. Horren adibide bat MIPCOM azokan bertan izan dugu: aplikazio berezi bat aurkeztu dute Facebook edo LinkedIn erabiltzaileentzat, bideoak elkarrekin ikusteko areto birtualetan, publikoak edo pribatuak. Horregatik da garrantzitsua lankidetzaz sendotzea eduki kreatiboen egileen eta aplikazio programatzaileen artean.