

Col·lecció Eines d'internacionalització

GUIA DE FIRES, FESTIVALS I MERCATS INTERNACIONALS

GENER – FEBRER 2009



Informe
APAP Conference 09
Nova York (Estats Units), 9 a 13 de gener de 2009
Multidisciplinar

Informació tècnica

- Any de creació: 1958
- Anual
- Espais: Hotel Hilton per a la zona firal. Els showcases tenen lloc al Hilton i en diversos escenaris repartits per la ciutat de Nova York
- 400 estands
- Prop de 1.200 showcases
- 4.000 delegats d'una trentena de països
- Caràcter internacional
- Obert a professionals (zona fira i showcases) i al públic general (showcases)
- De pagament.

Organització

Association of Performing Arts Presenters (APAP)
1211 Connecticut Avenue NW
Suite 200
Washington, DC 20036
Estats Units
Tel.: +1 202 833 2787
Fax: +1 202 833 1543
www.artspresenters.org
www.artspresentersconference.org

Persona de contacte:
Shannon Connell, Membership / Marketing Associate
sconnell@artspresenters.org

Descripció general

L'Association of Performing Arts Presenters' Conference és el punt de confluència de tots els professionals lligats amb el món de l'espectacle en viu, tant de les arts escèniques com de la música. Productors, programadors, distribuïdors, institucions, mànagers, artistes i empreses de serveis es troben a Nova York per assistir a un atapeït programa d'activitats.

La conferència té tres línies clares d'actuació. D'una banda, el recinte firal, situat en tres plantes de l'Hotel Hilton de Nova York, amb prop de 400 estands. Aquest és un espai pensat per al contacte directe entre compradors i venedors i per a la presentació i promoció de tot tipus d'espectacles i propostes.

Un segon eix és el programa de conferències i tallers, emmarcats enguany sota el lema *Conscious Connections*. L'objectiu primordial és reflexionar amb experts en la matèria sobre els principals reptes que han d'afrontar els professionals del món de l'espectacle en directe i donar-los assessorament. Les conferències també són una bona oportunitat per establir contacte amb altres professionals.

El tercer eix de l'APAP Conference són els showcases, prop de 1.200, repartits tant en diferents sales de l'Hotel Hilton com en escenaris per tot Nova York. Més que seguir una programació artística, el programa de showcases és un gegantí contenidor on és possible assistir a tastets més o menys extensos de tota mena de propostes: des de dansa contemporània fins a música antiga, des de jazz fins a teatre d'avantguarda.

La distribució d'horaris de la conferència, d'altra banda, permet fer un seguiment força raonable dels tres àmbits d'actuació esmentats.

Participació catalana

Per primer cop, l'ICIC va disposar d'un estand que, sota la marca Catalan! Arts, estava obert a les entitats i empreses catalanes acreditades a l'APAP Conference per exposar-hi el seu material promocional, així com per utilitzar-lo com a punt de contacte. Van assistir a l'APAP el Mercat de Música Viva de Vic, el festival Sónar, el Festival Internacional de Jazz de Barcelona, The Project, A Portada, Ciatre, Fourni, Rosazul, M.O.M. / El Vivero i l'Institut Ramon Llull.

Una de les conferències incloses en el programa de l'APAP va ser la presentació, per part de l'Institut Ramon Llull, de la segona edició del festival Made in Catalunya que es desenvoluparà a Nova York el proper mes de maig. Una de les artistes que hi participarà, la coreògrafa Sònia Gómez, va presentar un showcase del seu espectacle *Mi madre y yo* al City Center Theater Studio. Per la seva banda, el grup La Troba Kung-Fú va actuar al Webster Hall, amb notable repercussió entre els programadors assistents, dins del Globalfest, un festival de músiques del món celebrat en conjunció amb l'APAP.

Valoració

L'actual crisi econòmica i la manera com pot afectar la indústria de l'espectacle va ser un tema recurrent en moltes de les converses durant l'APAP Conference. Tot i això, els organitzadors explicaven que havien batut el rècord d'expositors, i l'elevada xifra d'acreditats confirma la posició del certamen com una de les cites clau per fer contactes amb programadors, en especial dels Estats Units, d'on són la gran majoria d'empreses assistents. També cal destacar l'elevat nombre de representants d'universitats nord-americanes, unes institucions que, per la quantitat de teatres i pel pressupost de què disposen, solen ser importants compradors d'espectacles. Tanmateix el pes cada cop major de les entitats estrangeres va fer que la fira organitzés una trobada específica amb els delegats internacionals.

L'APAP Conference té un clar caràcter multidisciplinar, però en general els visitants a l'estand de l'ICIC s'interessaven de forma molt més clara per la música. Des de l'organització es justificava aquest desequilibri pel fet que molts programadors de teatre es concentraven en el festival Under the Radar que se celebra de forma paral·lela al Public Theatre i altres escenaris allunyats del recinte firal.

El concert de La Troba Kung-Fú evidència que el contacte directe amb el producte és de gran utilitat per tal de despertar l'interès dels programadors que assisteixen a l'APAP. Fins i tot, com va ser el cas de l'actuació de Sònia Gómez, amb una assistència reduïda hi poden haver fruits interessants si s'aconsegueix atreure l'atenció de persones o institucions clau. En definitiva, l'APAP Conference és un gran aparador de l'espectacle en directe, per la qual cosa és recomanable mantenir la presència en el certamen.

Xavier Cester, ICIC Barcelona
20 de gener de 2009

Informe
Eurosonic Noorderslag
The European Music Conference and Showcase Festival
Groningen (Països Baixos), 15 a 17 de gener del 2009
Música

Informació tècnica

- Any de creació: 1986
- Anual
- Espais: 1 gran centre cultural (De Oosterpoort) on es fan totes les conferències i trobades i algun concert de petit format només per a professionals i 24 sales de concerts repartides per la ciutat de Groningen
- 8 estands
- 2.500 professionals acreditats
- 16.000 assistents als concerts
- Caràcter internacional
- Obert a professionals (conferències i sales de business) i al públic general (showcases)
- De pagament

Organització

Eurosonic Noorderslag Foundation (en cooperació amb Buma Cultuur)
P.O. Box 566
NL- AN Groningen
Tel.: +31 50 3680244
Fax: +31 50 3680246
www.noorderslag.nl / www.eurosonic.nl
www.bumacultuur.nl

Persones de contacte:
Peter Smidt, Creative Director
peter.smidt@noorderslag.nl

Descripció

L'Eurosonic Noorderslag Festival són tres dies de música pop-rock d'arreu d'Europa més una plataforma de negoci per la indústria musical europea. Està format per dos festivals diferenciats. D'una banda, l'Eurosonic són showcases d'uns 45 minuts de durada, adreçats tant a professionals com a públic general, que tenen lloc durant els dos primers dies de la trobada amb música pop rock europea. De l'altra, el Noorderslag té lloc l'últim dia del festival i es dedica exclusivament a la promoció de la música pop-rock holandesa. També s'hi celebren nombroses conferències, seminaris i trobades a l'entorn de la música pop-rock europea.

Enguany el país convidat ha estat Bèlgica. Aquesta invitació facilita la promoció internacional dels músics d'aquesta cultura o país, el coneixement més exhaustiu del seu treball, dels creadors musicals en general, de la seva singularitat i de la situació de la seva indústria cultural.

En les conferències es tracten els temes que interessin més en cada moment, a més de potenciar les trobades a l'entorn de la música del país convidat. En aquest cas, un dels temes de les conferències d'enguany va ser la particular cultura musical de Bèlgica, totalment dividida entre la música feta a Valònia i la feta a Flandes.

D'altra banda, l'Eurosonic acull la trobada anual de diferents xarxes musicals d'àmbit europeu: l'ETEP (European Talent Exchange Program); l'EBU (European Broadcasting Union); Yourope; la Network Europe (Europe's platform for independent live music bookers) i l'IMMF (International Music Managers Forum). En aquesta edició també hi han participat molt activament les oficines d'exportació de la música belga: MusiekCentrum Flanders i Wallonie Bruxelles Musiques.

A banda de l'activitat normal del festival, durant l'Eurosonic Noorderslag també es concedeixen diversos premis d'àmbit europeu:

- *Popprijs*: a l'artista holandès que més ha contribuït, durant l'any, a la promoció de la música pop holandesa;
- *De veer*: s'atorga, en nom de la indústria musical holandesa, a una persona per la seva contribució a aquesta indústria musical;
- *Interactive Award*: al grup musical que millor utilitza internet per innovar i promocionar-se;
- *Pop Media Prijs*: al treball dels periodistes holandesos de música pop.
- *Lex Van Rossen Award*: per a joves fotògrafs de la música pop.

Finalment, enguany l'Eurosonic ha estat l'amfitrió dels *European Border Breakers Awards*, concedits per la Comissió Europea a 10 grups novells o artistes que hagin triomfat fora de les seves fronteres nacionals. La seu d'entrega d'aquest premi, que compta amb la corresponent cobertura europea de l'esdeveniment mitjançant la xarxa EBU i d'altres televisions, amb programes musicals especials, varia cada any.

Participació catalana

L'Eurosonic continua mancat de grups de pop rock catalans. És cert, però, que a diferència d'edicions anteriors enguany l'organització ha rebut moltes més propostes de participació, cosa que afavoreix el camí per aconseguir un Focus in Catalonia.

Valoració

L'Eurosonic Noorderslag continua sent important per al negoci de la indústria musical del pop rock, sobretot per la repercussió posterior que n'obtenen els grups programats, destacant els grups i artistes del país convidat. Com que hi participen les xarxes ETEP i EBU, el festival compta amb l'assistència de molts periodistes especialitzats i programadors dels principals festivals de pop rock europeus.

De fet, resulta determinant la participació dels socis de l'ETEP, que estimula la cooperació entre els professionals europeus. Els socis de la xarxa es comprometen a programar en les seves ràdios, els seus clubs o els seus festivals alguns dels grups participants a l'Eurosonic.

La qualitat dels concerts és molt bona, i el sold-out en cada concert és una constant. Per això, el festival continua sent una gran plataforma de promoció internacional de la música pop rock.

Núria Bultà, ICIC Brussel·les
21 de gener de 2009

Informe
MIDEM
Cannes (França), 18 a 21 de gener de 2009
Música

Informació tècnica

- Any de creació: 1966
- Anual
- Dates 2010: 24 - 27 de gener
- Espais: Palais des Festivals
- Showcases de 300 artistes de 23 països
- 8.000 professionals acreditats de 3.893 empreses
- Professional
- Internacional
- De pagament: entrada com a participant 1.309 € (2.039 € amb el Midemnet)

Organització

Oficina de França del MIDEM
11, rue du Colonel Pierre Avia
F-75726 Paris Cedex 15
Tel: +33 (0)1 41 90 44 00
info.mipim@reedmidem.com
www.midem.com

Descripció general

El MIDEM (Mercat Internacional de la Música), considerat el mercat discogràfic més important del món, ha celebrat enguany la seva 43a edició. Cada any, professionals de tot el sector es reuneixen per detectar les noves tendències del mercat i desenvolupar-hi les seves activitats. Pel que fa a les xifres, en aquesta edició s'hi han registrat 8.000 participants (12% menys que l'edició anterior) de 3.893 empreses i un total de 74 països. Els països amb més representació han estat el Regne Unit, França, Estats Units i Alemanya, amb 659, 632, 509 i 317 empreses representades respectivament. Cal també destacar la presència de Rússia, país convidat d'aquesta edició. A més de l'espai comercial, el MIDEM ofereix un programa extens d'activitats paral·leles, com els nombrosos concerts d'artistes o l'àmplia oferta de conferències per tractar les darreres novetats de la indústria.

Algunes de les activitats més destacades d'aquest MIDEM són:

- **Rússia:** enguany, Rússia ha estat el país a convidat, i un total de 64 empreses d'aquest país han comptat amb representació al mercat. La nit del 18 de gener es va fer la *Midem Opening Party*, la festa d'inauguració oficial, que va comptar amb 6 actuacions d'artistes russos de diferents estils musicals.

- **Conferències:** uns 181 personatges clau de la indústria discogràfica han intervingut en les 56 conferències programades pels organitzadors. Els temes tractats en aquesta edició han estat molt diversos. Pel que fa Midemnet, el tema central d'aquesta edició ha estat la relació entre l'artista i els seus fans. Enguany s'hi han fet un total de 31 conferències, que si se sumen a les del Midem donen una xifra prou interessant i que suposa una gran oferta per als professionals.

- **Trobada de segells discogràfics independents:** els segells discogràfics independents han estat convidats a reunir-se per plantejar els problemes que afecten al sector i compartir solucions.

- **Publishing Summit:** enguany s'ha celebrat la primera edició d'aquesta trobada d'editors, on s'ha parlat de noves pràctiques i models i s'han tractat temes tan polèmics com el *licensing*.
- **International Manager Summit:** segona edició d'aquesta trobada internacional, amb l'objectiu que els mànagers reflexionessin sobre noves oportunitats de negoci per als seus artistes.
- **Concerts i altres esdeveniments:** *Midem Talent*, iniciativa per donar a conèixer nous talents de l'escena internacional; l'*Electronic Night* i l'*Opera Night*, amb participació de cantants dels EUA, Corea del Sud, França i Xina. Showcases dels països partners d'aquesta edició (Corea, Irlanda del Nord, Japó, Països Baixos i Taiwan) i pel que fa al jazz, el *MIDEMTalent Jazz* i el *MIDEM Jazz Club*.
- **MIDEM Classical Awards:** la cinquena edició d'aquests guardons ha premiat 14 CDs i 3 DVDs de 17 discogràfiques internacionals, enregistrats l'any 2008.

Participació catalana

Vint-i-quatre empreses han treballat a l'estand paraigües organitzat per l'ICIC sota el nom de Catalan! Music: Alia Vox – Sonjade; Apecat; Ayva Música; Black Gandhi; Blanco y Negro; Bmat; Columna Música; Discmedi, Distrijazz, Divucsa Music/Bit Music, Ediciones Musicales Clipper's, Envidia Producciones, Folkart Management; K Indústria; La Cúpula Music; Meta Network; Metropol Records; Música Global/Mass Records; OK Records; Open Records; Picap; Spanish Independent Labels; Ventilador Music i Vicius Records.

Nou empreses catalanes més han participat en aquesta edició del Midem, tant acollides a d'altres estands o com a visitants sense estand.

Material promocional

Durant el MIDEM s'ha presentat una nova edició del llibre *Catalan! Music*, una eina dissenyada per als professionals internacionals per conèixer el sector musical a Catalunya. El catàleg inclou informació de les empreses musicals catalanes que treballen per a la seva internacionalització, de les sales que programen música en viu, de les fires i festivals musicals més destacats que se celebren a Catalunya i una llista d'associacions. També s'ha editat un llibret, *Catalan! Music at Midem*, amb informació de totes les empreses catalanes assistents al mercat, i s'ha fet difusió dels quatre recopilatoris que cada any edita l'ICIC. A més, a les dues pantalles de plasma de l'estand es feia difusió de videoclips musicals de les empreses catalanes presents a l'estand.

Activitats paral·leles

Dilluns 19 de gener va tenir lloc a l'estand Catalan! Music un cocktail amb productes catalans. Aquest acte, que té com a objectiu fonamental que les empreses catalanes convidin homòlegs d'altres països i s'afavoreixin les relacions internacionals, es va tancar amb un gran èxit d'assistència. Enguany es va decidir avançar el cocktail un dia perquè hi hagués una major presència de professionals, ja que el 2008 ja es va comprovar que els professionals reduïen la durada de la seva estada al mercat.

Valoració

Malgrat la crisi del sector discogràfic, el Midem continua sent el saló més important de la indústria. Tot i haver registrat una reducció d'assistència del 12%, alguns sectors han augmentat la seva presència (telefonía, música en directe) i el mercat s'ha oberts cap a altres

àmbits, com el de les col·laboracions entre les grans marques i els artistes: Bacardi, Coca Cola, Armani i Guitar Hero, entre d'altres, han escollit el Midem per presentar-hi les seves estratègies en relació amb la música. La creixent presència de marques al Midem pot ser un bon indicador d'un dels possibles camins futurs de la indústria musical.

També s'ha pogut constatar que, així com en les edicions anteriors el sector patia la crisi amb una certa resignació, enguany les empreses semblen entomar el futur amb una actitud més pragmàtica, posant en pràctica nous models adaptats a la situació present.

El Midem segueix sent un cita imprescindible per al sector musical, el punt de partida anual de la seva activitat, i és per això que l'ICIC considera imprescindible continuar donant suport a les empreses catalanes per facilitar la seva assistència a aquest saló, així com per buscar noves vies per ampliar i fer més rendible la seva presència al Midem. Vista la situació actual, però, el Midem s'hauria de plantejar un canvi de format per adaptar-se a les noves demandes del sector. A títol d'exemple, és absurd actualment diferenciar el MIDEM i el MIDEMNET quan el mercat analògic i el digital estan totalment lligats.

Ramon Fossati, ICIC París
18 de febrer de 2009

ANNEX FOTOGRÀFIC



L'estand Catalan! Music



L'estand Catalan! Music



L'estand Catalan! Music



L'estand Catalan! Music

Informe de prospecció
Showcase Scotland
Glasgow (Regne Unit), 28 de gener a 1 de febrer de 2009
Música

Informació tècnica

- Any de creació: 1998
- Annual
- Espais: Glasgow Royal Concert Hall i altres indrets de la ciutat
- 200 professionals acreditats
- Professional
- Internacional
- De pagament

Organització

Active Events
60 Love Street
Paisley PA3 2EQ
Regne Unit
Tel.: +44 0141 561 0271
Fax: +44 0141 561 0272
www.celticconnections.com/showcasescotland

Descripció general

Showcase Scotland és una fira de música d'arrel tradicional per a professionals amb especial orientació cap a la música celta (tot i que no exclusivament), que coincideix amb el festival de música tradicional i world music *Celtic Connections*. Durant *Celtic Connections* 2009 s'han realitzat 276 concerts i altres activitats a 10 espais –entre el 15 de gener i l'1 de febrer.

Showcase Scotland aprofita aquesta plataforma per coordinar una fira de professionals que combina les actuacions del festival amb sessions i trobades entre els acreditats, amb espais per a estands, recepcions, presentacions de discs i altres activitats.

Els professionals assistents són directors de festivals de música folk, world music i celta, així com agents i representants de músics. Amb 200 acreditats aproximadament (principalment d'Europa, Estats Units i Canadà), es tracta d'una fira de petit o mitjà format, però en contrapartida ofereix un contacte directe amb els professionals assistents i una gran visibilitat als grups que hi actuen com a part de la programació del *Celtic Connections*. Segons dades facilitades pel festival, el 94% dels professionals assistents han desenvolupat contactes que s'han mantingut a mig i llarg termini i que, per exemple, han promogut la creació de festivals internacionals a Itàlia i els Estats Units. Igualment, destaquen que s'han contractat més de 500 actuacions per part de participants a Showcase Scotland i que la European Broadcasting Union va realitzar la seva trobada anual dins de la fira, amb l'assistència de 16 productors radiofònics europeus.

Cada edició de Showcase Scotland compta amb un país convidat que presenta diversos artistes d'arrel tradicional com a part del programa de *Celtic Connections*. L'any passat va ser Suècia, enguany Quèbec i està previst que Noruega sigui el país convidat al 2010. La participació del Quebec, anomenada *Focus on Quebec*, va suposar la presentació en directe de

sis grups, així com la realització d'una recepció per a professionals i la distribució d'un recopilatori de música d'arrel tradicional d'aquesta província canadenca.

Participació catalana

Enguany cap artista o empresa catalana va participar a Showcase Scotland.

Valoració

Showcase Scotland és una fira de dimensió mitjana dins un festival de grans dimensions. Es tracta d'una molt bona oportunitat per presentar-hi productes de música d'arrel tradicional, amb possibilitat d'establir contactes tant amb festivals i sales internacionals com amb agents i representants d'artistes.

Jordi Puy, ICIC Londres
5 de febrer de 2009

Informe de prospecció
6a Choreographic Platform Austria
Graz (Àustria), 30 de gener a 1 de febrer de 2009
Arts Escèniques

Informació tècnica

- Any de creació: 1999
- Biennal
- Propera edició: 2011, a Viena
- Espais: espai cultural Helmut-List-Halle
- 149 professionals acreditats
- 50 coreògrafs i ballarins
- Internacional
- Professional (acreditació i accés als espectacles gratuïts), amb actuacions obertes al públic general (de pagament)

Organització

Choreographic Platform Austria (CPA)
c/o Steirischer Herbst Festival GmbH
Sackstr. 17
8010 Graz (Àustria)
Tel.: +43 316 8230 07
Fax: +43 316 8230 0777
www.choreographicplatform.at

Persones de contacte:
Martina Heil, responsable de professionals
Tel.: +43 316 8230 07 62
tickets@choreographicplatform.at

Descripció general

La ciutat austríaca de Graz ha acollit del 30 de gener a l'1 de febrer la sisena edició de la Plataforma Coreogràfica d'Àustria. La trobada, dirigida a professionals però oberta també a particulars interessats, ha mostrat espectacles de companyies i coreògrafs establerts a Àustria, tant artistes consolidats com joves figures emergents del món de la dansa, i també ha actuat com a fòrum de contacte i intercanvi entre els participants assistents, un total de 149 professionals provinents de 22 països.

La Helmut-List-Halle, un espai cultural situat als afores de Graz, ha estat el punt central de la CPA, acollint tant els espectacles de dansa (25 representacions) com les xerrades amb els artistes (DVtake: meet the artist), les taules rodones i els screenings d'obres en format vídeo.

El programa d'espectacles, seleccionat pel comitè organitzador, no pretén ser una mostra exhaustiva sinó oferir una visió global de la diversitat de la creació austríaca, amb espectacles de coreògrafs i companyies com Milli Bitterli, Superamas, Philipp

Gehmacher, Amanda Piña & Daniel Zimmermann, united sorry o Michikazu Matsune & David Subal, per citar-ne només alguns.

L'organització oferia acreditació i accés gratuït a tots els espectacles (màxim dues persones per institució), però el públic general també tenia opció a assistir als espectacles. En aquest sentit, que 17 de les funcions programades tinguessin un ple absolut evidencia que el públic general també ha seguit la CPA amb gran interès.

Pel que fa al públic professional, molts provenien d'Àustria, però també hi havia professionals de països com Alemanya, Bèlgica, Bòsnia i Hercegovina, Croàcia, Eslovènia, EUA, França, Hongria, Israel, Itàlia, Japó, Suècia, Suïssa o Turquia.

Participació catalana

En aquesta sisena edició de la CPA hi havia un representant del Mercat de les Flors de Barcelona.

Valoració

La CPA és una plataforma relativament jove, amb un pressupost modest (80.000 € del govern regional del Land Stiria) si es compara amb els pressupostos de plataformes similars a Alemanya (500.000 €) o Suïssa (250.000 €). Això ha provocat que la majoria dels espectacles presentats fossin de petit format (solos, duos) ja que muntatges amb companyies més grans haguessin suposat un problema logístic.

La trobada estava ben estructurada, i molt ben pensada per facilitar la tasca als professionals assistents. En són bons exemples la documentació oferta als assistents (programa artístic, fitxa de professionals, fitxa de les companyies) o el servei DVTake, una iniciativa que va funcionar durant els tres dies de la CPA, on els professionals podien visionar vídeos d'espectacles de companyies austríaques (no només les participants a la CPA), i fins i tot fer-se una còpia per endur-se-la en cas d'interessar-se particularment per una d'aquestes companyies. Durant la CPA, el públic professional va demanar més de 150 còpies de vídeo "à la carte". També van tenir lloc alguns visionats amb presència de l'artista, que podia dialogar amb els professionals explicant amb més detall les característiques de cada espectacle.

Els vídeos mostrats al servei DVTake (uns 200) passaran a formar part en el futur de l'arxiu austríac de la dansa, que es compartirà entre Graz (amb la propera creació de Tanzebene) i el Tanzquartier a Viena.

En aquests moments la dansa a Àustria està vivint un bon moment a nivell creatiu, ja que tant a nivell nacional com federal s'està reconeixent la importància de la creació artística i hi ha hagut diferents iniciatives per donar suport a joves creadors, apostant per la qualitat i la innovació. Tot i els avenços que han tingut lloc els últims anys, que han enfortit l'escena de la dansa austríaca, els professionals es mantenen a l'expectativa, amb el desig que el suport públic es mantingui i es pugui reforçar no només a Viena (on es concentra bona part de l'escena) sinó també a ciutats com Graz, Linz o Salzburg.

Neus López, ICIC Berlín
17 de febrer de 2009

ANNEX FOTOGRÀFIC

Helmut-List-Halle



Informe de prospecció
21. Internationale Kulturbörse Freiburg
Friburg (Alemanya), 2 a 5 de febrer de 2009
Arts escèniques

Informació tècnica

- Any de creació: 1989
- Anual
- Dates 2010: del 25 a 28 de gener
- Espais: 6.000 m² d'espai expositiu a l'espai firal de la ciutat
- 353 expositors
- 181 showcases (teatre còmic i petit format, música i teatre de carrer)
- 4 escenaris (3 sales i un outdoor)
- 3.500 visitants professionals
- Professional, però obert al públic
- Internacional (però predominant participants de l'àrea germanoparlant)
- De pagament

Organització

FWTM GmbH & Co. KG
Messe Freiburg
Hermann-Mitsch-Straße 3
D-79108 Freiburg
Tel.: +49 761-703 70
Fax: +49 761-709 885
www.kulturboerse.de
info@kulturboerse.de

Persones de contacte:
Holger Thiemann, director
Tel.: +49 761-7037 107
holger.thiemann@fwtm.freiburg.de

Descripció general

La 21a edició de la Internationale Kulturbörse Freiburg ha acollit, com cada any, professionals del món del teatre còmic i de petit format, cabaret, teatre musical i, en menor mesura, també del món del teatre de carrer i el circ.

La fira, situada al pavelló 2 del recinte firal de la ciutat, ha comptat amb més de 350 estands, on companyies, agències i empreses de serveis relacionades amb les arts i l'organització d'esdeveniments han mostrat a un públic majoritàriament professional les seves novetats.

En paral·lel a la fira, algunes companyies assistents han pogut realitzar showcases curts (20 minuts), bé dins alguna de les dues sales destinades a teatre còmic i cabaret, bé dins la sala dedicada als espectacles musicals, mentre que els espectacles de circ i teatre de carrer han tingut lloc al hall del mateix recinte firal. En total s'han realitzat 181 showcases.

Els espectacles a sala estaven ben coordinats, amb molta aflluència de públic, amb moderadors que presentaven cada companyia, mentre que els espectacles de carrer estaven situats en el vestíbul entre les dues sales, un espai fred i difícil, pràcticament sense públic, cosa que fa molt

difícil presentar espectacles on la interacció amb el públic és part essencial de l'obra. Fins i tot en alguns casos s'havien col·locat cadires al bell mig de l'espai, cosa completament il·lògica tenint en compte que es representaven espectacles de carrer, i que dificultaven encara més el diàleg amb el poc públic assistent.

Participació catalana

La majoria dels participants a la Kulturbörse, tan companyies i agències com programadors, prové sobretot de les regions germanoparlants, és a dir Alemanya, Àustria i Suïssa, amb alguns participants aïllats d'altres països europeus.

Pel que fa a la participació catalana, enguany s'ha limitat a la companyia lleidatana Fadunito, que ha estat present amb un estand i dos showcases del seu espectacle de teatre de carrer *La gran família*.

Valoració

Malauradament la programació de teatre de carrer, que havia estat el punt fort d'aquesta fira als seus inicis, no rep prou atenció per part dels seus organitzadors, de manera que és difícil poder presentar espectacles de carrer en unes condicions dignes, i encara més trobar programadors que els vegin.

A això s'afegeix una mancança endèmica de la Kulturbörse, que tot i reiterades converses amb els organitzadors segueix sense solució: la manca de transparència sobre els programadors que visiten realment la fira. La Kulturbörse ofereix un catàleg d'expositors (bàsicament agències i companyies), però no proporciona absolutament cap informació sobre el nombre real o el perfil dels professionals que hi van a veure i comprar espectacles. Per la part d'estands passen molt pocs programadors, i la falta d'una llista de professionals acreditats fa impossible una feina prèvia que, atès el cost que suposa participar a una fira, és imprescindible.

La xifra d'assistents, que segons els organitzadors enguany ha estat de 3.500 persones, és difícil de contrastar, ja que no cal acreditar que s'és professional per accedir a la fira. Amb comprar una entrada basta, de manera que no se sap amb certesa quants d'aquests 3.500 assistents són professionals, i quants particulars interessats en aquestes disciplines.

Aquesta opacitat, i una actitud poc col·laborativa per part dels organitzadors, no fa especialment recomanable l'assistència com a expositor o amb showcase a la fira, a no ser cada 3 o 4 anys per observar l'evolució del teatre a Alemanya.

Neus López, ICIC Berlín
18 de febrer de 2009

ANNEX FOTOGRÀFIC

Internationale Kulturbörse Freiburg, Pavelló 2 (zona estands)



Internationale Kulturbörse Freiburg, Showcases teatre de carrer

