

CONTENIDO

Conecta FICTION: European pubcasters, más relevantes que nunca



Simone Emmelius, SVP International Fiction - Coproduction & Acquisition, ZDF (Germany), Manuel Alduy, Head of Cinema and International Development, France Télévisions (France), Maria Pia Ammirati, Head of Drama, Rai Fiction (Italy), y Amalia Martínez de Velasco, Head of General Content, RTVE (Spain)



13-09-2021

Con el inicio de la segunda parte de la quinta edición de Conecta FICTION, comenzaron los grandes paneles del encuentro organizado por Inside Content. Entre ellos se destaca "European Pubcasters: how to be relevant in a highly competitive scenario", coproducido con Prensario Internacional y con emisión en Conecta FICTION y Virtual Screenings Worldwide (Septiembre 21-30).

Conecta FICTION y VS Worldwide volvieron a trabajar juntos en un nuevo panel estratégico, esta vez sobre los grupos de medios públicos en el competitivo escenario audiovisual europeo. Los organizadores reunieron a cuatro de los principales pubcasters, quienes debatieron sobre el momento que atraviesan en sus respectivos mercados y sobre todo la fuerte competencia que imponen los OTTs majors que están desembarcando en el viejo continente.

Moderado por Geraldine Gonard, directora de Inside Content y fundadora de Conecta FICTION, el round table cuenta con Maria Pia Ammirati, Head of Drama, Rai Fiction (Italy), Simone Emmelius, SVP International Fiction - Coproduction & Acquisition, ZDF (Germany), Manuel Alduy, Head of Cinema and International Development, France Télévisions (France), y Amalia Martínez de Velasco, Head of General Content, RTVE (Spain).

Formada en mayo de 2018 durante Series Mania, los tres primeros pubcasters son parte de la Alianza Europea, una plataforma de cooperación vinculante que ha generado hasta ahora cinco series de alto presupuesto. La primera, Mirage, un ambicioso thriller de intriga y espionaje de USD 3 millones por episodio protagonizado por Marie-Josée Croze (Jack Ryan) y Clive Standen (Vikings), producida por Lincoln TV (Francia) y Connect3 Media (Canadá) para France 2 (Francia), ZDF (Alemania), Bell Media y Superchannel (Canadá).

Otros proyectos fueron la adaptación de la clásica novela de aventuras de Julio Verne llamada Around the World in 80 Days (France Televisions, ZDF, Rai, Seven West Media, Slim Film + Television, Federation Entertainment y 247 Films), la serie de misterio Survivors (RAI Fiction, France Télévisions, ZDF, Rodeo Drive, Cinétévé) y una serie sobre Leonardo da Vinci llamada Leonardo (Lux Vide, Big Light Productions, Rai, Sony, France Télévisions, RTVE y Alfresco Pictures)

En el caso de RTVE, la Corporación española lleva años apostando por ficción de alta calidad al tiempo que ha incrementado su estrategia digital, formando y lanzando nuevos OTTs locales e internacionales a través de alianzas con jugadores de todo tipo. En el plano local, lanzó RTVE Play y tiene Playz para los más jóvenes, pero también se alió con los privados Atresmedia y Mediaset en LOVEStv.

En un contexto de grandes lanzamientos OTTs en Europa, los tradicionales grupos de medios públicos se alían y planifican proyectos conjuntos para competir. 'En Europa todos los canales públicos tenemos el mismo objetivo: debemos colaborar más. La Alianza es una respuesta a la alta competencia y si bien cada uno de nosotros guarda los derechos locales, buscamos que la producción tenga impacto en el mercado global', inició Alduy de France TV quien además destacó como gran apuesta la idea de presentar la opción de un "first look" sobre los proyectos de La Alianza a otros canales europeos integrados en European Broadcasting Union (EBU).

Lo que busca La Alianza es presentar un first look a los miembros de EBU, garantizando el acceso a estos contenidos antes de que esten en el mercado. 'Se han producido unas cinco series hasta ahora pero hay 15-20 proyectos en desarrollo. Around the World in 80 Days, liderado por France TV y que saldrá al aire la próxima Navidad, representa la herencia europea y nuestra cultura común', agregó Emmelius de ZDF. 'La Alianza es una forma flexible de comprometerse por proyectos y no tenemos necesariamente una obligación. Creemos en esta asociación creativa', relató Ammirati.

'Debemos además unir fuerzas para lograr hacer grandes proyectos pero además, también se pueden producir otro tipo de contenidos, mirando hacia un público más joven e incluso trabajar con presupuestos más pequeños. Hoy por hoy las series dramáticas europeas son un valor seguro, nuestro pasado es europeo y nuestro futuro también', resumieron los panelistas.

En cuanto a RTVE, Martínez de Velasco señaló que los grandes retos a los que se enfrentan en este momento la televisión pública es realmente saber lo que la audiencia quiere consumir, cuándo y cómo. 'El reto es poder ofrecer ese contenido y ser relevantes. El futuro del drama europeo es brillante: los canales públicos debemos jugar un papel cada vez más importante en apoyo de la cultura europea', donde coincide con Alduy, quien añadió que uno de los mayores retos 'es atraer a una audiencia más joven sin descuidar a la tradicional de la televisión pública'.

Ammirati subrayó: 'Lo más importante es que en este mercado tan competitivo los pubcasters podemos aportar nuestra experiencia editorial. El futuro debe estar basado en la colaboración y hay que compartir aspiraciones, desafíos, proyectos... es muy importante mantener la identidad para ser competitivos en el mercado global'.

Alduy añadió: 'La gran diferencia entre hoy y hace 10 años es que hoy no podemos solo confiar en el poder de la emisión... hay que entender muy bien a los diferentes grupos, incluso si el contenido es fantástico. Nosotros queremos por ejemplo atraer a una audiencia mucho más joven y otro foco que tenemos es la clase trabajadora. Hay que tener claro que hay que cubrir ambos targets'.

Emmelius concluyó: 'Al igual que en Francia, nosotros tenemos una audiencia tradicional y sabemos que ahora hay que buscar una mucho más joven que no está naturalmente en ZDF. Debemos trabajar en encontrarla y es una gran oportunidad hacerlo a través de nuestras coproducciones internacionales. Nuestro pasado es europeo y nuestro futuro también'.

El acceso al panel es bajo registro y través de la web de Conecta FICTION y Virtual Screenings Worldwide.



Más de Contenido

VS Worldwide 2021: Europa, MENA y América Latina

Conecta FICTION: 450 participantes registrados en el primer día

Iberseries Platino Industria anunció dos sesiones con reconocidos showrunners

Netflix cumple 10 años en América Latina

Series Mania confirmó cifras positivas y vuelve a marzo en 2022

Le Rendez-Vous Biarritz 2021: Nuevo record para las exportaciones de prog

MIPCOM: más de 15 showcases confirmados

Iberseries Platino Industria confirmó series inéditas de Iberoamérica en "Capi

HBO Max debuta en seis países europeos el próximo 26 de octubre

SOMOS DISTRIBUTION: Súbete a Mi Moto debuta en Amazon Prime Video US

más leídas

.01 VS Worldwide 2021: Europe, MENA and Latin America

.02 GoQuest sold Serbian drama Civil Servant to Globoplay

.03 VS Worldwide 2021: Europa, MENA y América Latina

