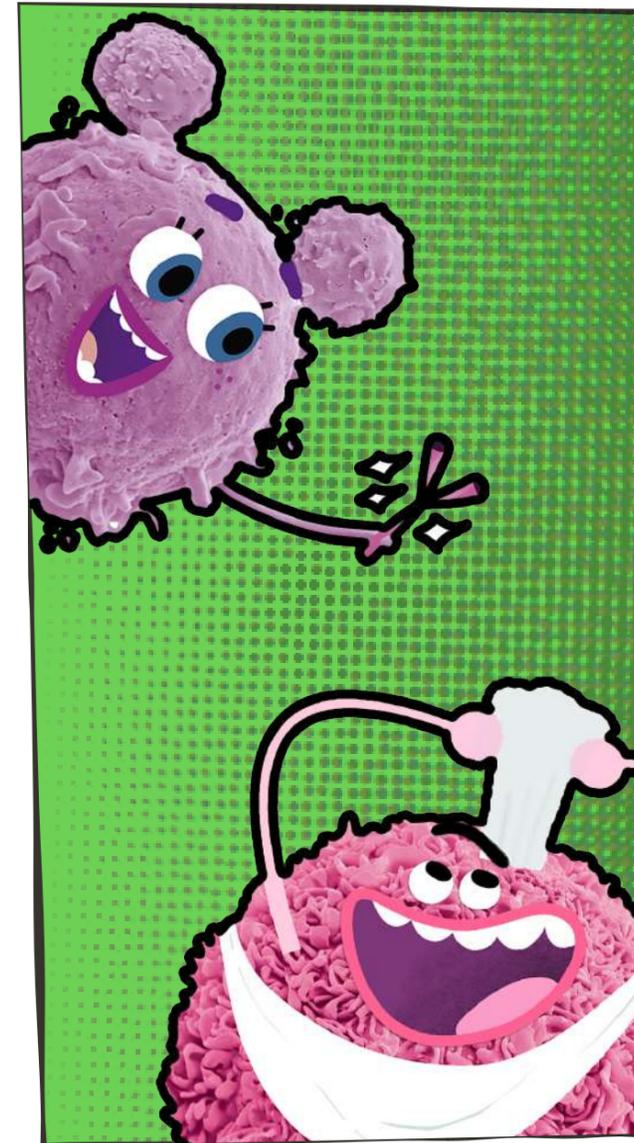




3 Doubles - Momonsters



b-water - Crayons



Ánima - Body Town



Tomavision - Chimp Pop

UNIQUE TAX INCENTIVES!

50-45% Tax credit for Spanish productions or co-productions

4% Corporate Tax
Canary Islands Special Zone

50-45% Tax rebate for international productions

0% Regional VAT

ADVANTAGES FOR ANIMATION COMPANIES!

Soft landing

Tailored training packages

European quota programming

Creative talent

Work-life balance

Competitive costs



[FABRICIO FERRARA - DIRECTOR DE NEGOCIOS INTERNACIONALES- PRENSARIO KIDS & TEENS]

Tenerife y Annecy: la animación, más viva que nunca


ANNECY
FESTIVAL

En unos años recordaremos a 2020 como un año de transición y cambios profundos que han impactado en la vida de la mayoría de la humanidad. En una industria audiovisual de cambios permanentes, la pandemia del coronavirus sólo ha acelerado un proceso que ya lleva algunos años.

La industria del *live action* es la más afectada, mientras que otras como documentales y animación han atravesado la crisis algo mejor por que no requieren complejos procesos de producción ni grandes equipos técnicos para rodajes. Sin embargo, no han quedado exentas del factor clave: financiamiento del sector público y privado.

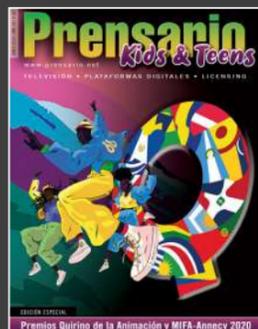
Con el coronavirus, la caída económica es muy fuerte en Europa (sobre todo del sur, España, Portugal e Italia) y USA, además de Latinoamérica (donde aún sigue en alza), lo que ha afectado las cuentas públicas de la mayoría de los Estados y organismos de financiamiento del sector audiovisual, y una caída en las tortas publicitarias privadas.

Eso, sin embargo, no ha detenido la marcha de la industria, que ya implementa protocolos de rodaje en varios

países. En el caso de la animación, este mes coinciden PREMIOS QUIRINO DE LA ANIMACIÓN, que ofrece su "Mes Quirino" y MIFA-ANNECY, cuya primera edición online será del 15 al 30. Es por lo tanto un mes especial para PRENSARIO KIDS & TEENS, cuya marca se ha lanzado oficialmente en KIDSCREEN 2020.

Tenerife y Annecy son la expresión viva de un sector que no se detiene. Ambos festivales-mercados ofrecen una combinación de actividades, entre paneles y sesiones, pitching de producto y rondas de negocio buscando que la industria se siga reuniendo al menos de manera virtual. Las expectativas son altas y se busca seguir sinergizando y gestando alianzas estratégicas a ambos lados del Atlántico en el caso de Quirino, y en todo el mundo en el caso del Festival y mercado más importante del año.

PRENSARIO KIDS & TEENS ofrece una interesante selección de reportajes con jugadores claves como Netflix, Disney Television Animation, Discovery Kids, entre otros, con informes especiales sobre cómo ha afectado el coronavirus a la industria de la animación. Presente y futuro en un mismo lugar.



Prensario International

©2020 EDITORIAL PRENSARIO SRL
PAYMENTS TO THE ORDER OF
EDITORIAL PRENSARIO SRL
OR BY CREDIT CARD.
REGISTRO NACIONAL DE DERECHO
DE AUTOR N° 10878

Publicación mensual de
Editorial Prensario SRL
Las Casas 3535
C1238AOC
Buenos Aires, Argentina
Tel: (+54-11) 4924-7908
Fax: (+54-11) 4925-2507

En Estados Unidos:
12307 SW 133 Court - Suite #1432
Miami, Florida 33186-USA
Phone: (305) 890-1813
Email: info@prensario.com
Website: www.prensario.tv

Editor:
Nicolás Smirnoff
Editorial Director:
Alejo Smirnoff
International Business Director:
Fabricio Ferrara
International Business Manager:
Alberto Buitron

Mailed by subscription
One year, air aml: USD 150
Americas: USD 150
Rest of the world: € 150



NEW SPANISH ANIMATION

LA ANIMACIÓN ESPAÑOLA EN LOS PREMIOS QUIRINO 2020 - TENERIFE

Elcano y Magallanes
la primera vuelta al mundo
Ángel Alonso

La gallina turuleca
Víctor Monigote & Eduardo Gondell

Klaus
Sérgio Pablos

Momonsters
Javier Martínez & Alberto Martínez

Carne
Camila Kater

Curves
Ane Escudero

Arise a Simple Story
Alexis Corominas & Jordi Ministral

Gris
Conrad Roset

Very Little Nightmares
Març Terris & Xavi Terris

Muedra
Cesar Díaz Meléndez

icaa.es

@cine.icaa
 @cineicaa
 @cineICAA

GOBIERNO
DE ESPAÑAMINISTERIO
DE CULTURA
Y DEPORTE

La animación evoluciona en medio de la pandemia



El coronavirus no ha detenido la marcha de la animación, así como de otros sectores del audiovisual internacional. A pesar de la pandemia, siguen firmes las tres tendencias principales: más desarrollo y producción, consolidación de nuevos players (mercados y compañías) y técnicas combinadas con narrativas más novedosas.

Dentro del audiovisual, la animación es un sector que no ha sido golpeado de la misma manera que el *live action*, ya que no requiere de filmaciones ni rodajes, ni actores. Es por eso que no ha detenido su marcha: en estos meses, sus principales actores se han concentrado en continuar los proyectos y generar nuevos. Prueba de eso son las nutridas ediciones de Premios Quirino de la Animación y MIFA-Anecy, donde Iberoamérica tendrá muy buena presencia con proyectos de toda la región.

En Quirinos se destaca un importante crecimiento de producciones de Portugal, que superó en nominaciones a España y Argentina. En Anecy, Iberoamérica está particularmente fuerte este edición con unos 160 participantes de 10 países. El caso que más se destaca es Argentina que tiene record histórico con 49 participantes en un pabellón virtual organizado por el Ministerio de Relaciones Exteriores y

Culto y la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional, junto al INCAA.

El país es el más fuerte de Latinoamérica en presencia con siete proyectos en distintas secciones del festival: tres cortos,

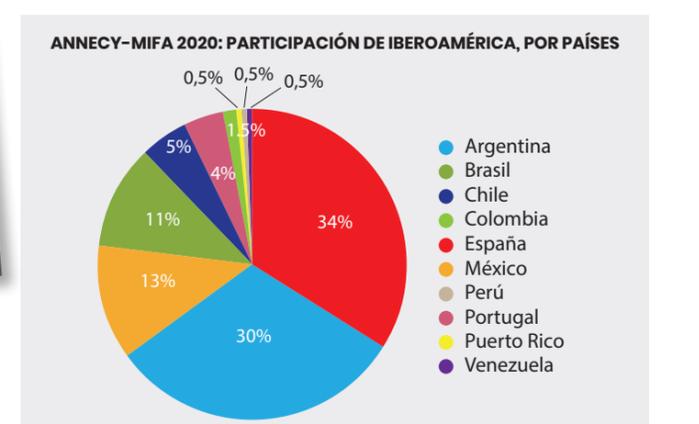
José Luis Fariás, coordinador, Premios Quirino (foto: Ramón de la Rocha)

José Iñesta, CEO, Pixelatl (México)

Silvina Cornillon, coordinadora de Animation!, INCAA (Argentina)

Cucaracha, Migrante y El after del mundo; un corto VR, *Great Hoax: The Moon Landing*; dos largos, *Lava y Coda* (coproducción con Chile); y la serie *El rey de los mundos* de **Caramba Estudio/Clúster Animar**.

En la región le sigue México con 21 participantes y dos destacados: *Eclósión* de **Rita Basulto** en el programa "Perspectivas" y *Raíz y Mañana* de **Kraneon Animation Studio** en "Corto Comisionado". La crisis ha impactado más fuerte en Brasil, que este año asiste con 18 participantes y apenas 7 compañías, aunque confirmó dos proyectos en las secciones del festival: uno de **Mono Animation**, que está en el pitch de **La Liga de la Animación**, y *Nahuel y el libro mágico*, coproducción entre Brasil y Chile.



Veronique Encrenaz, head of MIFA

Mic Graves, director The Amazing World of Gumball, Cartoon Network Studios Europe

Jennifer Lee, Chief Creative Officer, Walt Disney Animation Studios

Otros referentes en volumen de participación son Chile, Portugal y Colombia, cuyo largo *Todo es culpa de la sal* de María Cristina Pérez quedó en "Perspectivas"

Premios Quirino, un acto de resiliencia

Con el patrocinio principal del Cabildo de Tenerife a través de la **Tenerife Film Commission**, "Mes Quirino" ofrece hasta el 27 de junio charlas, proyecciones, reuniones y un concurso de Gifs Animados. Se destaca una gran presencia de profesionales tinerfeños en la 3ª edición de los Premios Quirino que será 100% online con un completo cronograma de eventos.

Se han registrado más de 150 ejecutivos, entre productores, canales y distribuidores de contenidos de Iberoamérica. Para la Gala de Premiación, que será el 27 de junio, hay 29 finalistas de 17 países, que se seleccionaron de 219 obras inscriptas. Hay en total unas 40 horas de animación.

Además de celebrar la animación iberoamericana, el encuentro se han propuesto desde su creación reforzar la industria a ambos lados del océano. Pone por primera vez a disposición del público (y a través de plataformas de VOD de América Latina y España) las obras finalistas de una de las categorías que mejor representa el futuro de la animación iberoamericana, como lo es la de cortometrajes de escuelas de animación.

Pedro Martín, Presidente del Cabildo de Tenerife, destaca: 'En un momento en el que reconocemos que el turismo será la gran palanca para recuperar también tenemos que recordar que debemos buscar alternativas. Y ésta es una oportunidad, avalada, no sólo por el lugar que supone Tenerife, sino por los enormes incentivos fiscales, tanto por ser zona ZEC, como por los incentivos propios del sector audiovisual y que nos sitúan en una posición privilegiada para la ubicación de empresas del sector'.

Además, señaló que los Premios Quirino son un 'catalizador' para la industria iberoamericana de la animación y Tenerife ha pasado a ser una 'pieza clave' en este puente que une Europa y Latinoamérica: 'Celebrar estos premios es una apuesta valiente, una apuesta de presente pero también de futuro. Y ahí estará el Cabildo de Tenerife para corroborarlo', completa.

José Gregorio Martín Plata, Consejero Insular del Área de Planificación del Te-

España: apuesta clave por la animación



Beatriz Navas, directora del ICAA

El sector de la animación continúa ganando proyección internacional en España y, especialmente en Tenerife. Acerca de los nuevos incentivos, la directora del ICAA, **Beatriz Navas**, explica: 'En cuanto a su aplicación en el ámbito local, se ha mejorado el porcentaje del incentivo, pero sobre todo se incrementó el máximo de desgravación hasta €10 millones, lo que consideramos importante porque las producciones de animación se caracterizan por sus elevados presupuestos. Además, se ha aumentado del 50% al 75% el porcentaje de ayuda pública que puede recibir un proyecto de animación cuyo presupuesto no supere los €2,5 millones con la intención de apoyar a los que empiezan, a películas de corte más independiente y al talento emergente'.

Sobre la parte internacional, completa: 'Estamos analizando cómo, tanto en series como cine, se asignaba parte de la producción a estudios españoles justo dentro del límite máximo de desgravación, y a partir de esa cantidad se llevaba la producción a otro país. Desde el sector nos hicieron notar que el potencial de albergar proyectos más grandes, de mayor inversión, pasaba por flexibilizar las condiciones'.

Así, para no perder los proyectos más ambiciosos, el ICAA pasó de €3 a €10 millones. 'Y por otro lado, de un mínimo de inversión de €1 millón para acceder a los incentivos lo hemos reducido a €200.000. Creamos un margen muy amplio que resultará atractivo. Es pronto para medir el impacto, pero por lo que nos cuentan, ya ha afectado positivamente y finalmente se llevarán a cabo proyectos de animación que iban a encargarse a otros países por falta de un estímulo competitivo', concluye **Navas**.

En cuanto a Tenerife, la isla mantiene una apuesta decidida con el sector y que busca potenciarse como lugar para la realización de películas y series de animación con la marca **Tenerife Isla Cartoon**. En los últimos meses **La Casa Animada** ha sido nominada en los Pulcinella Awards (Italia); **B-Water Animation Studios** ha desarrollado con **Unity** un pipeline híbrido único en el mundo en su última producción la serie *Treasure Trekkers*; **Mondo TV Producciones Canarias** participará como coproductor en la serie de animación italiana *Nina & Olga*; **In Efecto** se encuentra trabajando en la serie *Tara Duncan*; y **3 Dobles Producciones** ha estrenado recientemente en **Clan TV** su serie *Momonsters*, con la que firmaron distribución con la francesa **PGS** en la pasada edición del Foro de Coproducción de los Quirino, donde participarán más de 90 empresas de 19 países, organizado en colaboración con **ICEX, Animation From Spain** y **PROEXCA**.

Winnipeg, el barco de la esperanza ha sido el proyecto ganador de la convocatoria especial **La Liga de la Animación** (Quirino, Animation! y Pixelatl) y será presentado en el Festival de Anecy. La película es una coproducción entre **El Otro Film** (Chile), **La Balles-ta** y **3 Dobles** (España) y Marmitafilms (Francia). Además de la participación de **3 Dobles** en la producción, el filme contará con la banda sonora del compositor tinerfeño **Diego Navarro**.



Premios Quirino: Finalistas "Mejor Serie de Animación Iberoamericana" *Space Chickens from the Space*, producida por Ánima (México), Cake Entertainment (UK) y Disney con idea original de José C. García de Letona y Rita Street; y *Tainá e os Guardiões da Amazônia*, producción brasileña de Hype y Sincrocine que se estrenó en Nickelodeon y también está disponible en Netflix

La animación evoluciona en medio de la pandemia

territorio, Patrimonio Histórico y Turismo, analiza el valor diferencial de la apuesta de Tenerife por la animación: 'Actualmente hay siete compañías instaladas en nuestra isla (las últimas dos comenzaron su actividad este mismo año) y más de 300 trabajadores, con empleos cualificados, trabajando aquí. En 2019, sólo la animación generó €7,2 millones, el 40% del total de los ingresos del sector audiovisual en Tenerife'.

Por último, el coordinador de los premios, **José Luis Farias** subraya los desafíos de organizar el evento en la actual situación de emergencia. 'Celebrar este año Quirino es un acto de resiliencia. Con el hashtag #YoVoyAQuirino queremos poner en valor la animación iberoamericana y mandar un mensaje entre todas y todos de que a pesar de las dificultades de esta crisis, la gran familia de la animación sigue adelante con fuerza y determinación'.

Sobre el sector, completa: 'La animación iberoamericana está teniendo una suerte de eclosión en estos momentos, y para nosotros es un privilegio saber que los Premios Quirino son una parte activa de ese ecosistema. La industria ha demostrado sus muchas fortalezas frente a esta crisis, siendo uno de los pocos sectores audiovisuales que ha logrado mantener su producción en marcha'.

MIFA-Annecy

El Festival Internacional de Cine de Animación de Annecy y su mercado MIFA ofrecen su versión online del 15 al 30 de junio; las actividades interactivas de MIFA tienen lugar del 16 al 19 junio y los contenidos quedarán online hasta el 30 de junio, mientras que la premiación será el 19 y 20.

Se trata del evento más importante de animación del mundo, habiendo participado en 2019 unos 4200 participantes de 92 países. Este año, según la organización se han registrado 2890 ejecutivos y habrá 1530 stands virtuales con 38 presentados.

Su mercado, MIFA es el más prestigioso para profesionales y empresas productoras de contenidos (largometrajes, series, cortos, formatos, VR/AR, entre otros) y servicios de animación. Año a año, se posiciona como el más efectivo de networking con foco en contactos comerciales para obtener financiamiento destinado a co-producciones y exportaciones directas o a través de distribuidores, plataformas OTT/ VOD/ Media, entre otros.

Este año, MIFA-Annecy tiene una edición 100% onli-



Selección Oficial Annecy: el animé japonés en Selección Oficial *Lupin III: The First*, la novena película que adapta la historia del manga Lupin III escrito por Monkey Punch, dirigida por Takeshi Koike y producida por TMS Entertainment, combinando los géneros de acción, comedia y aventura; y *CODA*, largometraje argentino-chileno dirigido por Juan Pablo Zaramella con producción de Zumbástico y JPZtudio seleccionado en MIFA Pitches

ne: 'La producción audiovisual se enfrenta a una gran demanda de contenido, que ya era significativa antes del estallido de Covid-19, y se intensifica aún más durante este período de confinamiento. Para apoyar a los profesionales de la animación en todo el mundo y contribuir a la buena salud del sector, hemos preparado una edición 2020 rica en contenido y reuniones', resumió **Véronique Encrenaz**, head of MIFA.

Ofrece un enorme volumen de contenidos, disponibles en stands virtuales de compañías o delegaciones nacionales como las de Japón, China, Malasia, Bélgica, Chile, Rusia, Argentina, México, UK, Sudáfrica. Los participantes pueden visitarlos y hablar en vivo con ellos a través de la plataforma.

Las presentaciones de producto son uno de los grandes protagonistas: MIFA Pitches con más de 38 proyectos, Comics MIFA Pitches (nuevo) y Territory Focus Pitching, que ofrece más de 30 proyectos con La Liga de la Animación Iberoamericana (América Latina), Sudeste de Asia (Sudeste de Asia

Focus 2020), Japón, Rusia y África.

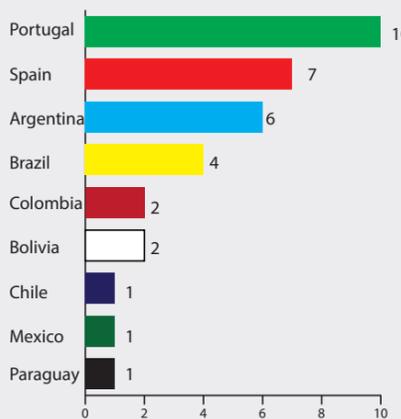
Entre las reuniones programadas, hay algunas organizadas con compradores de **Hop!**, **Cartoon Network**, **Tencent**, **ZDF**, **France Télévisions**, **YLE**, **Super RTL**, entre otros; y otra con programadores de festivales como NYC Children Film Festival, Ottawa, Cinekid, Biaf, etc.; compositores, en colaboración con Sacem, y editores de libros, en colaboración con SCELf.

El *Campus MIFA* es un evento solo para estudiantes y jóvenes talentos que combina la tecnología con la creación, los puntos de vista de los artistas (**Juan Pablo Zaramella**; **Disney**, **Nickelodeon**, etc.) y la orientación hacia el mundo laboral (asistencia con la creación, detrás de escena de un estudio de animación, mercado laboral descripción general, todo a través del CNC, RECA (escuelas de animación), SVA (sonido, video, animación, etc.). El acceso es abierto desde el martes 16 de junio (luego disponible en VOD).

Los productores disponen de un espacio de visualización para su contenido terminado o proyecto, que los compradores han visto incluso antes de que inicie el mercado, pero que además estará disponible hasta marzo de 2021. Los paneles y sesiones especiales son otro punto fuerte con presentaciones de France **Télévisions**, **M6**, **SPFA** y **Digital Lab Africa**.



PREMIOS QUIRINO 2020: FINALISTAS, POR PAÍS



Coproducción entre El Otro Film (Chile), La Ballesta y 3 Doubles (España) y Marmitifilms (Francia), *Winnipeg, el barco de la esperanza* es el proyecto ganador de la convocatoria especial La Liga de la Animación (Quirino, Animation! y Pixelat!) para Annecy

MeteoHeroes

Saving Planet Earth



52 eps. x 7 min.
Target 4-7 y.o.

Worldwide premiere on

cartoonito

Italy on April 22

Please contact us for more information

Licensing Director: Valentina La Macchia | valentina.lamacchia@mondotvgroup.com
Head of Content Sales: Luana Perrero | luana.perrero@mondotvgroup.com



The pillars of Disney Television Animation

As Director of Development at **Disney Television Animation** (TVA), Alfredo Marun is in charge of searching for 'new and unique ideas' while working with writers, directors, artists, showrunners and executive producers to help develop those ideas into animated TV series for **Disney Channel** and **Disney+**.

'As development executives, we are constantly searching for new and inventive ideas as well as finding the right creators to bring those ideas to life. Personally, I like to get involved in the early stages of any project I am a part of and help build the foundation of it. It's here in the discovery period where you get to figure out the vision of the show, who the characters are and their backstories and journeys, the world and what it is comprised of, what the overall theme and message is and the types of stories you want to tell,' he explains to Prensario.

For this year, **TVA** aims to continue making 'great, diverse content that resonates with our target audience of kids 6-11'. **Marun** adds: 'Our audience is more diverse than ever and we want to reflect that in the types of stories that we tell.'

Here at TVA, we have a set of pillars that are our guiding principles when considering new projects - comedy with heart, authentic points of view though inclusive storytelling, stories that matter, relatable and surpris-

ing characters and worlds, and fantastical wish fulfillment via aspirational stories and characters.'

Regarding the global animation industry, the executive says: 'I believe there are two major trends happening in animation right now. One is driven by technological advancements and the other is in the types of content and stories being produced. Advances in technology are not only making animated features more visually stunning, it is also upping the quality of TV animation to feature levels and opening doors for great content to be made not just at the big animation studios but at smaller independent studios from different parts of the world.'

'With so many new streaming platforms and content creators, animation is being produced and consumed on a level like never before. Also, the types of stories being told are more diverse than ever and reaching audiences everywhere. Animation, especially TV animation, is having a great moment in time and it feels like it's only going to get bigger and bigger', he emphasizes.

Marun participates at Premios Quirino Online 2020 for the first time: 'I was very excited and honored when I was asked to be a judge for this year's Quirino Awards. I am very much looking forward to meeting with as many writers, directors, artists and studios as I can while I'm there. I'd like to learn more about the great content that's being produced in Ibero-America and hopefully make new partnerships.'

Lastly, the executive explains the plans for this and future years: 'I definitely want to broad-

Masters of Work, the spin off of Masters Inc. that Disney+ will premier on 2021



Oswald the Lucky Rabbit will debut this year on Disney+

en my network of creators and studios that I work with. Being in USA, specifically Los Angeles, we tend to work in our little bubble but there is so much great talent that we need to be better about seeking out and collaborating with. Great ideas and great talent can come from anyone and any part of the world', he concludes.



Alfredo Marun, Director of Development, Disney Television Animation



© 2019 Autour de Minuit



© 2018 Tchack / Pictanovo



© 2019 Silex Films



© 2019 Darjeeling / Moving Puppet

Orgullosos de distribuir un contenido apetitoso ! #MIFA2020 #PremiosQuirinos2020

MIAM!

animation

Hanna MOUCHEZ - hanna@miam-animation.com - www.miam-animation.com

Netflix: fun and heartwarming, local stories

Dominique Bazay, director of Original Animation at **Netflix** is in charge for all children's series outside the USA. Her goal is clear: to find the best stories no matter in which region or language to share them in 190 countries.

'We have invested in a wide variety of programming, from our first Latin American musical for children *Go! Vive a tu Manera* (**Once** and **Kuarzo**, Argentina) to animated productions as *Las Leyendas* (**Ánima**, México), *Trollhunters: Tales of Arcadia* (**Guillermo del Toro**), *Maya and the Three* (**Jorge Gutierrez**) inspired by Mesoamerican mythology and culture, *Raise The Bar* by (**Fernanda Frick**, Chile) and *Menino Maluquinho*, from Brazilian iconic writer and cartoonist **Ziraldo**, which will be the first animated series based on the beloved Brazilian character', she explains.

Bazay continues: 'There is no only one type of family so we want to offer stories for every member at any age. We look for fresh and different stories: our greatest success comes from supporting creators who are capable of generating fun, moving, character-based and locally relevant and authentic stories. Those are the movies and shows that resonate with our members around the world', she

NETFLIX



Dominique Bazay, director of Netflix Original Animation, EMEA, APAC y LATAM

adds.

For example, *Mighty Little Bheem* from **Rajiv Chilaka** (India) released in 2019 and which was the biggest release of any preschool original to date: 'It was the second biggest release of any original children's animated series and continues to find new audiences worldwide, particularly in Brazil, Mexico and Argentina. The content is authentically Indian. The setting is rural India. The stories and characters are local', **Bazay** adds.

'In animation we see success in narrating nonverbal stories, as there are no dubbing or subtitling challenges for stories in the local language. We are creating programs that help expose children to stories from all corners of the world, so they can grow up with more diverse heroes born in places around the world'.

Executive continues: 'We have learned that the more authentically local the show is, the better it will travel. And we hope to do the same for Latin American stories. That is why my team and I are located around the world, including São Paulo, Brazil, so that we can connect with local creative communities with stories that resonate outside their respective countries'.

'The Latin America audience enjoys watching movies and TV shows for children and families. More than 75% of our members watch kids and family content every month. With our list of great movies and series, we give families more reasons to laugh together, share stories, form traditions, and bond with new worlds. Our goal with every program we commission is to ensure that the creators we work with are free to tell their story the way they want. Artistic expression is key to authenticity and it is the authenticity that the public loves.'

'We are in a unique time in our industry where a story is published in homes in 190 countries and in many different languages at the same time. We are excited about the future and the endless opportunities to work with creators from around the world. We understand this is an opportunity to touch a new generation of children and families, and to represent more cultures on screen'.

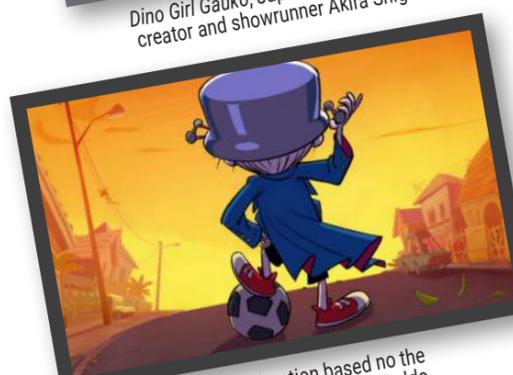
Netflix upcoming projects had partners like **Nickelodeon**, who are reinventing iconic characters in series and movies for a new ge-



Mighty Little Bheem was the biggest preschool release of the platform



Dino Girl Gauko, Japanese anime from creator and showrunner Akira Shigino



Menino Maluquinho, an animation based on the iconic Brazilian writer and cartoonist Ziraldo

neration of fans. 'Our projects led by animation legends like **Glen Keane**'s long-awaited directorial debut (*The Little Mermaid*, *Beauty and the Beast*, *Aladdin*) in *Over the Moon* and award-winning children's television creator **Chris Nee** (*Doc McStuffins*, *Vampirina*), known for defending children's stories with different points of view. We have a new season of our kids' animated series, *Dino Girl Gauko*, from creator and showrunner **Akira Shigino**, our first African animated original, *Mama K's Team 4* by **Malenga Mulendema** and former **Pixar** animator **Sanjay Patel**'s *Ghee Happy* about five Hindu deities, among others', concludes **Bazay**.

It's a new World. And we will continue dubbing it for you.



Dubbing your world.

For enquiries email: info@universalcinergia.com

MIFA: What do the kids buyers want?

Brought by MIFA-Annecy, Prensario Kids & Teens publishes the top acquisitions, development and productions priorities for 10 key global kids buyers.

nickelodeon

Nina Hahn
SVP Production and Development,
Nickelodeon International



'We work with talent from all over the world to make authentic and aspirational content that's equal parts broad, simple, and emotional. We are an agile and nimble content partner in search of great projects that fit our brand's DNA. We flex and shift within our production models to adapt to the project, creator, producer and/or region. We want great character driven content that makes you care, laugh and aspire to view'.

Cecilia Persson
VP, Programming & Content Strategy,
Turner EMEA
Kids, Acquisitions & Co-Productions
International,
WarnerMedia



'We focus on creator-led content with characters and stories that kids can relate to. The top priority is finding characters that have heart and humor and that are going to excite them and that can live across platforms. For CN we look for character-driven comedy animation for 6-11 and for Bommerang, fun but safe comedy animation for younger kids'.

Orion Ross
VP original animation, The Walt
Disney Company EMEA



'We commission, acquire and co-produce EMEA animated content for our global channels and Disney+. The current focus for development includes original series for preschoolers, school-age children, broader family audiences, including grownups. We're looking for compelling storytelling that reflects core Disney values of optimism, decency and community with a unique perspective, strong characters, best-in-class creative talent and premium quality production values'.

Nicole Keeb
head of international
coproductions
and acquisitions,
ZDF (Germany)



'We offer high-profile programming in live-action, entertainment and documentaries for preschoolers and 6-12 through ZDF and KiKA. Priorities are fresh, funny, charming and touching in look, feel and storytelling, while modern classics are appreciated'.

Luiz Filipe Figueira
Head of Programming and
Content Strategy, Gloop &
Gloobinho, Grupo Globo (Brazil)



'Our editorial strategies are focused on brand-oriented animated and live-action shows that will potentially resonate among kids for Gloobinho (2-5) and Gloop (6-9), as well as enhance our 360-degree strategy. We are looking for projects of character-driven adventure series that we can get onboard at an early stage to help finance and co-develop a new international blockbuster, with potential for L&M and Consumer Products'.

Vicky Schroderus
executive in Charge of
International Co-Productions
and Acquisitions, yle (Finland)



'yle TV2 is the leading and largest kids programs' broadcaster airing +1,300 hours for 2-12 kids, while FVOD service Areena gets 4 millions hits on kids programming per week. We are not only looking for high-quality animation, but also imaginative characters and innovative stories with a humorous twist. We place strong emphasis on the scripts. The formats can be anything between 1-30 minutes in length'.

Kerstin Viehbach
Head of Editorial Commissioning &
Development, Super RTL (Germany)



'We look for gender-neutral, brilliant and funny content relevant for 2-13 children, offering heart and humour with a big portion of adventure. We pursue a broad multimedia strategy so we acquire programming for web, apps, SVOD, AVOD and TV. We need to reach the masses and are looking for themes with a long shelf life mainly focused on animation, but also live-action'.

Luca Milano
executive director,
Rai Ragazzi (Italy)



'Through Rai Yoyo (preschool), Rai Gulp (8-14) and RaiPlay Yoyo (VOD) we offer in-house animation and kids drama, co-produced or acquired content, and also documentaries for children. European copros and acquisitions take a greater share of the investment budget. Even we have less funds for non-European IPs, when we find unmissable IPs that deal with specific themes relevant for public media, we buy them'.

Sharon Moverman
VP of Acquisitions and International
Operations, Hop! Media Group (Israel)



'Hop! Media Group operates four children's channels in Israel: Hop!, Luli, Israeli Childhood and WIZ. We look for shows that are entertaining and fun with an added value - whether social, emotional or curriculum based. Distinctive shows with strong visuals can draw us in but they also need to have strong characters and storylines and to be relatable and engaging to make the cut. Heroines and a balanced representation of girls, as well as shows that address the times and current realities and challenges are of our interest'.

Qing Fan
producer, Tencent Video (China)



'We are interested in kids/family content (upper preschool and 6-9-year-olds) from the kids perspective, in long or short form. We are interested in co-development and co-production opportunities across all genres, and accept pitches with a touch of uniqueness. Shows should have a global appeal'.



Discovery Kids: contenido regional con sabor global



Discovery Kids Media (DKM) es la unidad global encargada de producir y distribuir contenidos animados y live action de Discovery Kids. En 2020 potencia nuevos títulos y nuevas alianzas estratégicas de producción.



Adriano Schmid, director sénior de Producción de Discovery Kids Latin America

Adriano Schmid, director sénior de Producción en América Latina: 'Desde 2018 hemos impulsando producciones "con sabor regional" pero también de buena viabilidad. La estrategia de producción se basa en aliarse con socios de desarrollo para enriquecer una historia. Si bien estamos desarrollando contenido con verdadera identidad latina, estos tienen una mirada global lo que nos permite tener buenas performances en mercados internacionales'.

Varios de los recientes éxitos en pantalla van de la mano con productoras como Apartment 11 Productions (Canadá), Film Boutique (Alemania) o Mundoloco CGI (Argentina), creadora de Mini Beat Power Rockers. Para algunas empresas, no disponer de un estudio o

estructura interna es una desventaja, peor para nosotros esto significa tener la libertad de encontrar al mejor aliado para llevar adelante una historia, o una llave para entrar a un mercado específico, además de contar con el sello de Discovery', resalta Schmid.

Asevera también que al darle identidad a un proyecto, se buscan también proveedores de servicios del territorio de origen e inclusive el talento en pantalla, como lo diseñadores en el caso de las animaciones o actores locales en el caso de las series live-action. 'Tenemos proyectos de animación que unen a territorios como Brasil-Canadá-México y Argentina-USA. Estamos en conversaciones para un proyecto también argentino que buscamos aliarlo con alguna compañía de Corea del Sur o Malasia', agrega.

Para 2020, Discover Kids Media ofrece al mercado internacional un catálogo de nuevas animaciones y live action. Entre ellos, nuevos episodios de Mini Beat Power Rockers, nominada el Emmy Kids Awards (2018); Underdogs (52x11), la segunda producción en alianza con Mundoloco CGI inspirada en el largometraje animado Metegol, también de la productora; la comedia animada Bean & Friends (52x11), producida junto a Chatrone Latin America Productions y Birdo Studios, de Brasil. En live-action, se destacan Alex's Music con 360



Our Zoo World, live action que se deriva del éxito de El Zoo De Zu

PowWow y Anders Media Inc., Super Lolo de MV Videos y Our Zoo World de Boutique Films.

Noggin: edutainment en su máxima expresión



A comienzos de 2020, Nickelodeon Latin America relanzó su plataforma edutainment SVOD Noggin de Nick Jr. con contenido educativo interactivo en español/portugués para niños de edad preescolar. Con casi 2 millones de suscriptores en América Latina, está disponible en Play Store (Android) y App Store (iOS), como también a través de los operadores de TV de paga.

Ezequiel Fonseca Zas, SVP de Negocios Emergentes de ViacomCBS Networks Americas, explica: 'Hemos crecido mucho en los últimos años. La renovación alcanzó a la plataforma, diseño y contenidos para que los niños se encuentre con una navegación más dinámica y amigable'.

El servicio es 100% seguro y no tiene publicidad. Su nueva versión incorporó Garden Academy, en alianza prestigiosa academia suiza The Bénédic International Language School, que es una nueva sección dentro de la aplicación con más de 40 episodios diseñados para enseñar inglés a los más pequeños por medio de contenido y actividades.

'A su vez, suma nuevos juegos educativos, una sección de videos musicales, así como también videos que invitan a los niños a interactuar con sus personajes favoritos. Adicional a esto, todos los meses tenemos nuevos estrenos en la plataforma', aporta el ejecutivo.

Brasil y México son dos mercados 'muy fuertes', pero Noggin apuesta a crecer en toda la región: 'El potencial es grande y creemos que de la mano de operadores locales en cada mercado podemos expandir una experiencia premium y complementar la oferta de telcos y MSO de video. A lo largo de 2020 llegaremos a nuevas plataformas como e-books, Android TV y Roku, con nuevos programas y contenido disponibles para navegar sin conexión'.

En cuanto a contenidos, completó: 'Tenemos programación de Nick Jr., y otras propiedades como Baby Riki, Planeta de niños and Ziggy & the Zoo tram. En total son más de 1.300 episodios del mejor contenido curado por expertos'.

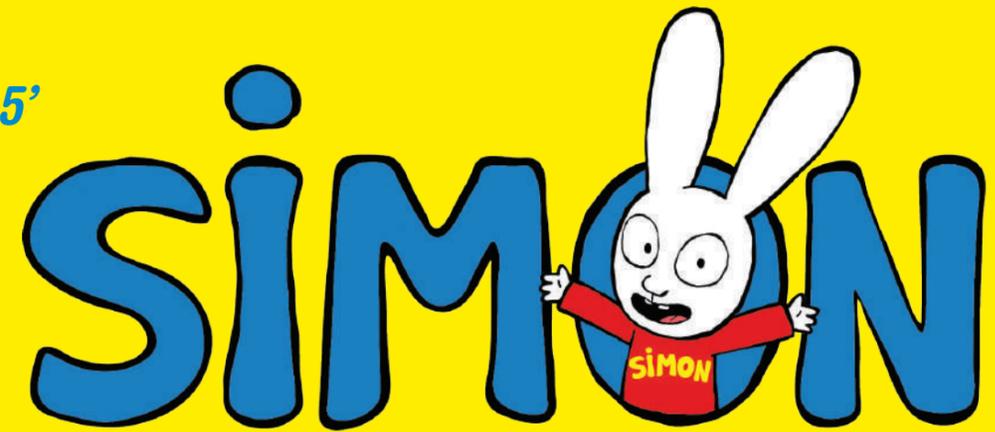
Paw Patrol, una de las grande propiedades de Nickelodeon también en Noggin



Ezequiel Fonseca Zas, SVP de Negocios Emergentes de ViacomCBS Networks Americas



156 x 5'



francetélévisions Disney Channel NETFLIX discovery kids cartoonito turner clan love milkshake! 5 TVSMONDE JimJam NICK UNIVERSAL

104 x 11'



francetélévisions SUPER RTL Disney Channel discovery kids clan svt n+ RSI S1 rtbf

52 x 11'



TF1 Kika hr CANAL+ Junior DR RTS etb TFO RTV SLO



Contact: Eric Garnet - eric.garnet@go-n.fr
32 rue des Jeûneurs, 75002 Paris - FRANCE
<https://www.go-n.fr/>



Bandai España: marcas innovadoras

Leader: 'La creatividad es nuestro gran motor'

**BAN
DAI**

Fundada en 1950 en Japón por **Naoharu Yamashina**, **Bandai** se extendió rápidamente por todo el mundo. En 2005 se fusionó con Namco, formando **Bandai Namco**, cuyos intereses globales abarcan cinco unidades de negocio: juguetes y hobby, centros de entretenimiento, videojuegos, contenido móvil, y contenido visual y musical. El Grupo consta de más de 50 empresas que emplean un total de 3.400 personas.

Bandai España S.A. es una subsidiaria de una de las compañías más grandes en el mundo del entretenimiento. Se estableció en este mercado en 1989, siendo distribuidor de algunas de las familias de juguetes más populares como *Dragon Ball*, *Tamagotchi*, *Pocoyó*, *Peppa Pig*, *Pokémon*, etc.

Chema Crespo Gómez, Marketing Manager, **Bandai España**, comentó: 'Nuestra misión es crear productos y servicios que fomenten los sueños e inspiren a todas las personas del mundo. El mercado de juguete atraviesa un apasionante momento de cambio, con la modificación de los hábitos de consumo, búsqueda de juguetes más sostenibles, acortamiento del ciclo vital donde los niños dejan de consumir juguetes a edades más tempranas y la importancia cada vez mayor del entorno digital'.

'Los IPs de mayor éxito de los últimos años han sido aquellas que han conseguido conectar de modo más eficaz con los consumidores a través de productos o formatos innovadores. Por otro lado, las ligadas a los niños más pequeños (preescolar) aumentan año tras año la importancia dentro del conjunto global del mercado del juguete', agrega.

'El juguete y el modo de conectar con el consumidor deben adaptarse a los nuevos hábitos de consumo buscando también IPs del mundo digital como *La Granja de Zenón*, que los niños conocen fuera del circuito tradicional de TV. La fase de selección de nuevas IPs exitosas es, por tanto, un proceso cada vez más complejo que trasciende fronteras y en el que entran en juego numerosos elementos, donde la clave sigue estando en la empatía que los niños puedan sentir con los personajes que se encuentran en la propiedad', concluye **Crespo Gómez**.

La Granja de Zenón de Leader Entertainment, IP que nació fuera del circuito tradicional de TV

A cargo de **El Reino Infantil**, principal canal infantil en español del mundo con más de 33 millones de suscriptores, **Leader Entertainment** encara un 2020 a pura transformación: 13 nuevos canales; expansión en formatos y nuevos mercados; dos nuevos IPs de terceros, *El Surreal Mundo de Any Malu* y *Tainá y Los Guardianes de los Amazonas*; lanzamiento en coreano; y producción de cinco series en simultáneo en siete idiomas (español, portugués, inglés, ruso, italiano, coreano y rumano).

Roberto Pumar, CEO: 'Debido al Covid-19, la visualización de nuestros contenidos creció un 40% y, a pesar de la pandemia, confirmamos nuestra llegada a las islas Canarias, donde abriremos una nueva sede en Tenerife con fecha estimada para 4T. Bajo el nombre de **Puro** y comandada por **Victoria Quiroga**, Head of Marketing and Content Partnerships, nos permitirá catapultarnos hacia los mercados de Europa, MENA y Asia Pacífico'.

'Estamos en un momento de transformación interna, que nos ha llevado a buscar otras fuentes de ingresos', define el ejecutivo, quien destaca dos importantes caminos a futuro: explotar mejor las IPs, propias y de terceros, y los espacios publicitarios debido a la crisis de **YouTube**.

'Hemos sellando alianzas con jugadores tradicionales como **TV Azteca** (México) o **ViacomCBS** (Brasil) para emisión, licensing y merchandising; reforzamos alianzas con IPs globales con los que poder retroalimentarnos y ganar nuevas audiencias; y reforzamos el sector de juguetes', resalta **Pumar**.

'Tenemos planes de expandirnos a nuevos idiomas y sumar productos: merchandising ya representa el 22% de nuestros ingresos y los shows en vivo, el 6%. Queremos crear experiencias de entretenimiento que generen emociones perdurables a lo largo de la vida. Y eso implica conectar a las audiencias digitales en todos los niveles y llegar a ellos en todos los puntos de contacto'.

Se refiere al crecimiento en el sector de juguetes, donde España es un punto clave: 'Cerramos acuerdos con jugueteras como **CIFE**, **Bandai** (Japón) y **Simba** (Alemania). *La Granja de Zenón*, *Bichi Kids* y *Zoo* tienen sus juguetes y peluches distribuidos en **El Corte Inglés**, **Jugettos**, **Toys "R" Us** y **Amazon**. También queremos asociarnos con ellos en la creación de nuevos IPs. Hoy tenemos que animar pensando en el juguete'.

Concluye: 'Vemos una retroalimentación clara de los medios. Nunca hay que dejar ventanas afuera: nuestro presente es la prueba fehaciente de cómo ha cambiado el esquema. Seguimos apostando por un upgrade en la calidad, mejorando sobre todo en infraestructura. Somos inconformistas de la superación del producto'.



Roberto Pumar rodeado de Victoria Quiroga y Pablo Lacroix, director digital



La Granja de Zenón en su segunda temporada



Chema Crespo Gómez, Marketing Manager, Bandai España



Dragon Ball Z, el tradicional IP japonés líder de ventas en España y el mundo



atf ASIA TV FORUM & MARKET

IF IT'S ASIA, IT'S ATF!

MARINA BAY SANDS, SINGAPORE

1 DEC 2020
ATF Leaders' Summit

2 - 4 DEC 2020
Market. Conference.
Networking Events

www.asiatvforum.com

Produced by:



An event of:



Held in conjunction with:



Hosted by:



In Support of:



Held in:



Supported by:





Diboos: la industria de la animación, una apuesta ganadora en España

Uno de los sectores económicos más afectados por la pandemia del Covid-19 ha sido el mundo de la cultura y entretenimiento. Con la cancelación de las producciones en marcha y la caída de la actividad económica, la industria audiovisual en particular ha sufrido un impacto grande, aunque no todos los sectores han sido golpeados del mismo modo.

Algunos, sin embargo, han demostrado una capacidad de respuesta muy buena, y ese no es otro que el sector de la animación y los efectos visuales. 'Nuestro sector ha mostrado una gran capacidad de reacción y adaptación a esta nueva situación', subraya **Nicolás Matji**, presidente de la federación Diboos, que engloba al 80% de las productoras en España.

Continúa: 'El mundo de la animación cuenta con un importante valor añadido en estos momentos, ya que su adaptación a esta nueva situación laboral basada en el teletrabajo no ha supuesto mayor inconveniente para una industria innovadora y eminentemente digital: su producción y rendimiento no ha sufrido merma alguna ni en cantidad ni calidad'

Es un buen momento para recordar la re-

levancia que ha adquirido esta industria en España. El 70% de la facturación de las empresas españolas dedicadas a la animación proviene del exterior; sus compañías representan el 4% del total pero generan el 20% del empleo del sector dando trabajo a cerca de 8.000 profesionales (un 35% es empleo femenino) y creando ininterrumpidamente puestos de trabajo cualificados y de gente joven en los últimos años, según datos del Libro Blanco del sector. 'Es una industria indispensable para un sector que cada vez va a tener más importancia en esta nueva situación como es el de los contenidos interactivos y digitales', aporta **Matji**.

Si a esta rápida adaptación y reconocido prestigio internacional, se le añaden los nuevos incentivos fiscales en España que permitirá por fin competir en igualdad de condiciones, esta industria será capaz de atraer todavía en mayor volumen inversión extranjera, tan importante como casi imprescindible en este escenario económico tan complejo.

'La animación debe ser puesta en valor no como un sector a mantener, sino como una industria que puede ser parte de la solución dada su capacidad de generar riqueza y empleo estable y de calidad. Pero sobre todo sin que signifique un desembolso para las arcas públicas, circunstancia esencial dadas el horizonte económico que se nos presenta', señala.

Diboos reclama una 'especial sensibilidad' hacia la animación en la próxima transposición de la Directiva Audiovisual Europea. 'Está claro que es indispensable y una gran oportunidad para que la animación "Made in Spain" siga creciendo y vaya un paso más allá, creando potentes marcas globales con denominación de origen española. Confiamos en que el gobierno, las televisiones y las plataformas formen parte de un diálogo constructivo sobre estos y otros asuntos que sin duda será beneficioso para todos', se entusiasma **Matji**.

En mayo pasado, el Gobierno español anunció la simplificación de los procesos de inversión e incentivos fiscales vía AIEs, la recuperación de las ayudas a las series de animación



Nicolás Matji, presidente de Diboos



EL FUTURO DE LA ANIMACIÓN

- Herramientas: ayudas a desarrollo y nuevos formatos
- Mayor inversión en animación por parte de las televisiones públicas
- Simplificación de los trámites burocráticos
- Establecimiento un porcentaje mínimo de inversión en animación en TV y plataformas digitales
- Especial sensibilidad hacia la animación en la próxima transposición de la Directiva Audiovisual Europea

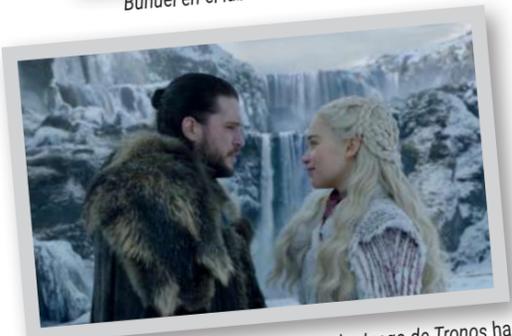
y a desarrollo por parte del **ICAA**, además del establecimiento de un porcentaje mínimo de inversión en contenido de animación de productoras independientes en la futura transposición de la directiva europea sobre la obligación de inversión de canales de televisión y plataformas digitales.

El presidente de Diboos considera: 'Muy pocos sectores culturales ofrecen perspectivas de crecimiento tan sólidas como la industria de animación y los efectos visuales, donde España se ha labrado un prestigio y una reputación internacional con éxitos tanto en los efectos visuales como en animación de la importancia de *Wonderpark*, *Klaus*, *Tadeo Jones*, *Buñuel en el laberinto de las tortugas*, *The Mandalorian*, *Juego de Tronos*, *Pocoyó*, *Virtual Hero*, *Momonsters*, *Bebés Llorones*, etc. muy por encima de lo que sería de esperar por el peso y volumen de nuestra industria audiovisual'.

Matji concluye: 'Aprovechemos la ventaja de tener un sector tan competitivo y reconocido a nivel internacional para dotarle de las armas necesarias para que pueda ser un referente en la creación de empleo y de ayuda a la recuperación de nuestra industria audiovisual, porque su éxito será el éxito de todos.'



Buñuel en el laberinto de las tortugas



En los efectos especiales de Juego de Tronos ha participado la compañía española El Ranchito

NATPE BUDAPEST INTERNATIONAL



25TH - 27TH AUGUST 2020

NATPE Streaming+



15TH SEPTEMBER 2020

NATPE MIAMI



19TH - 21ST JANUARY 2021

NATPE.com

Canarias: salto de calidad en el audiovisual



En los últimos años, Canarias se ha posicionado como territorio de rodajes nacionales e internacionales, y también como territorio de producciones de animación y VFX, habiendo rodado más de 100 proyectos audiovisuales.

‘Este año tenemos contabilizados 10 proyectos de animación. Contamos con 15 estudios de animación (9 en Tenerife, 5 en Gran Canaria y 1 en Fuerteventura), 8 de VFX y 13 de videojuegos. Y tenemos una gran novedad: el incremento de las deducciones fiscales a la producción audiovisual que potenciarán la marca a la industria global’, adelanta **Natacha**

Natacha Mora, coordinadora de Canary Island Film

Mora, coordinadora de **Canary Island Film**.

El Real Decreto-ley 17/2020 ofrece medidas de apoyo al sector cultural y de carácter tributario para hacer frente al impacto del Covid-2019: ‘Introduce una modificación en el artículo 36 de la Ley del Impuesto sobre sociedades, concretamente un incremento del 5% en sus deducciones fiscales lo que sitúa a Canarias a la cabeza de Europa: con efectos retroactivo desde el 1 de enero, las producciones nacionales e internacionales que se rueden o produzcan aquí pueden acogerse a una deducción fiscal de entre el 45% y el 50%’, añade. Estos incentivos son compatibles con el 4% en el impuesto sobre sociedades (el más bajo de Europa) que una empresa puede aplicarse si se instala en la Zona Especial Canaria.

‘Para seguir posicionando a las Islas como destino preferente hemos incrementado la presencia en festivales nacionales e internacionales y organizado misiones en Los Ángeles, República Checa, Suecia, Dinamarca y Finlandia, y una inversa con empresas de animación canadienses. Por otro lado, trabajamos la producción propia mediante subvenciones públicas al desarrollo y a la producción audiovisual en Canarias’, dice Mora.

‘Nuestras ventajas no se limitan a la fiscalidad, también están la infraestructura de alta gama, talento local, calidad de vida y costes competitivos, que forman un paquete que nos convierte en un destino muy atractivo a nivel mundial. Como desde hace seis años, continuaremos con la promoción del sector, así como la colaboración entre instituciones públicas y privadas bajo el sello de Canary Islands Film, buscando consensos entre todos los agentes ligados a esta industria’, finaliza.

France tv: nuevas producciones animada

France tv distribution destaca en MIFA/Anney *Super Caribou* (especiales 48x11' + 2x22/'44), producida por **Autour de Minuit** sobre el superhéroe de Windy-Mount que vuela a Alemania, y que ha sido prevendida por **Studio Hamburg** a **Kika** y **NDR**, además de **Canal Panda** en España y **RTVS** de Eslovaquia.

Además, *Rabbids Invasion S3* (234x7), producida por **Ubisoft Motion Pictures** y muestra a los conejos más locos e intrusivos del mundo que cruzan el Atlántico para unirse a **ICI.Tou.Tv Extra**, SVOD de **Radio-Canada**,

Mondo TV: más coproducciones, más animación



María Bonaria Fois, CEO, Mondo TV Iberoamérica

Con su nuevo estudio 3D CGI en Canarias que estará operativo desde septiembre, **Mondo TV Group** (Italia) consolida su expansión internacional a través de esta oficina que se ha vuelto estratégica en la preproducción y desarrollo visual completo de las principales propiedades y coproducciones. Operado por **Mondo TV Iberoamérica, Mondo TV Producciones Canarias** amplió oficinas y equipos, contratando nuevos ilustradores y animadores.

Liderada por **María Bonaria Fois**, CEO, la división que cubre el negocio en Iberoamérica sigue diversificando sus líneas de negocios y abarca más segmentos aprovechando su expertise en el negocio global de producción y distribución. En los últimos 5-6 años pasó de ser un brazo de distribución a un completo agente de negocios, coproductor y conexión natural entre Europa y las Américas.

‘Estamos atravesando un momento complejo pero sumamente desafiante. Buscamos nuevas alianzas y coproducciones internacionales, tanto en series live action como animación, aprovechando nuestros recursos en Tenerife, donde no sólo hacemos servicios para nuestros headquarters (*Invention Story, MeteoHeroes* y *Robot Trains*) sino que ya genera IPs propios’, dice Bonaria Fois.

Recientemente anunció *Nina & Olga* (52x7), serie animada basada en la popular propiedad preescolar *Olga the Cloud* (Nicoletta Costa) que ha sido confirmada con Rai Ragazzi por su socio en el proyecto **Enanimation** (Italia). Además, confirmó la segunda temporada de *Bad Pat* en coproducción con **RTVE** (España) y **Rai** (Italia).

En ficción, Mondo TV Iberoamérica quiere repetir su rica experiencia con *Heidi Bienvenida* (en sociedad con Alianzas Producciones de Javier Francia y Marcela Citterio). ‘El foco está puesto en ampliar el abanico de proyectos y centrarse en ficción para adultos. Tenemos un acuerdo con Isla Audiovisual (España) para el desarrollo de un ambicioso proyecto de ficción original’, adelanta.

Apenas la emergencia sanitaria lo permita, la ‘gran prioridad’ es el rodaje de 2050, serie futurista con **VIP 2000** (USA) y **Casablanca** (Brasil), que ha sumado socios estratégicos en Turquía y España: ‘Queremos seguir distribuyendo pero también desarrollando más ficción e incrementando las producciones desde Canarias. Estamos abiertos a escuchar proyectos en diferentes géneros, targets e historias. Somos flexibles en los modelos de negocio y nos interesa trabajar con nuevos socios’, finaliza **Bonaria Fois**.



Nina & Olga, IP original de Canarias junto al estudio italiano Enanimation



Super Caribou

que también adquirió *The Owl & Co S2* (especial 156x7 + '13), producida por **Studio Hari**.

Otros producciones son *Science of Botheration* (39x5), producida por **Vivement Lundi**: es una serie animada híbrida también ha sido adquirida por **ICI.Tou.Tv**; *Les Lapins Crétins S3*, *La Chouette* y *Cie S2* y *La Science des Soucis*.

DICM DUBAI INTERNATIONAL CONTENT MARKET

7-8 December 2020
Jumeirah Beach Hotel | Conference Centre

EXPLORE OPPORTUNITIES
IN MENA!

MENA MARKET AT PLAY

dicm.ae

MIAM: animación disruptiva



Hanna Mouchez, fundador y CEO

MIAM! animation (Francia) es una distribuidora global boutique que ofrece animaciones preescolares, kids, teens y para adultos de unas 15 productoras independientes francesas. Este año, adquirió cuatro nuevos programas, que está ofreciendo al mercado internacional.

Luisa y la serpiente de plumas ('26) es un especial de **Kazak** para **Canal +** con gran vínculos con Latinoamérica ya que se desarrolla en México y estará listo para fines de 2021; *Cuentos de espías* (6x'6) de **Quark** con foco en teens y adultos que muestra seis retratos de espías que obraron durante la Guerra Fría: se estrenó en marzo con más de 1.5 millones de vistas en **Arte**, **YouTube** y redes sociales.

'Nuestro catálogo se sigue vendiendo bien a través del mundo', subraya **Hanna Mouchez**, founder & CEO. Y destaca también a *Valerosas* (30x'3'30), serie en 2D con 30 mujeres de diferentes orígenes que cambiaron el mundo. Fue producida por **Silex** y estrenó el 8 de marzo

en **France Télévisions** totalizando más de 11 millones de vistas. 'Se ha pre-vendido a **Rai** (Italia), **RTS** (Suiza), **Yle** (Finlandia) y **RTP** (Portugal), y en negociación en España y América Latina', completa, y destaca también acuerdos en Canadá: **TFO** compró *Fresh Out of School* (91x'3) y *No-No* (52x'7) mientras de **TVO** adquirió *Pequeño Malabar* (26x'4).

En marzo pasado la compañía lanzó su primer programa para preescolares en 3D tiempo real, *Edmond & Lucy* (52x'12), producido en su nuevo estudio parisino, **MIAM! studio**. 'Tenemos 80m2 y unos 20 empleados. La serie estrenará en **France Télévisions** en Q1 2022', adelanta **Mouchez**, quien agrega que es una adaptación de libros ilustrados por **Marc Boutavant** y publicados en más de 20 países.

Edmond & Lucy tiene como objetivo reconectar los niños a la naturaleza. 'Queremos que sientan el placer de jugar, construir, plantar y observar. **RTS** la adquirió para Suiza, **SVT** para Suecia y **TV5 Monde** para el mundo francófono. Más pre ventas están por concretarse', finaliza.

The magical Garden of 13th Street, coproducción entre Uruguay y Brasil

The Magical Garden of 13th Street es un proyecto de animación coproducido por **Bactéria Filmes**, **Druzina Content** y **Armazém**, de Río Grande del Sur (Brasil) y **Circular Media**, liderada por **Nicolás Valdés**, con base en Punta del Este (Uruguay).

Fue creada por la dramaturga negra, investigadora, actriz y cantante **Viviane Juguero**, y dirigida por **Daniela Israel**. Aún en preproducción, se trata de un telefilme de 52 minutos para niños de 6-9 años que narra una aventura musical y que cuenta con el 80% de su finan-



The magical Garden of 13th Street

Universal Cinergia: más acuerdos globales



Liliam Hernández, CEO, Universal Cinergia

Universal Cinergia Dubbing, compañía de doblaje con sede en Miami, concretó varios acuerdos por servicios de doblaje con **Caracol TV** (Colombia), **Gaumont** (Francia), **DARO Films** (Mónaco), **CJ ENM** (Corea del Sur) y **Eccho Rights** (Suecia), entre otros.

En cuanto al primero, trabaja en el doblaje al inglés de la serie histórica *Bolívar*, descrita como su proyecto 'más ambicioso' en vistas a su comercialización internacional. Con la compañía francesa trabajando en 10 películas mientras que para la distribuidora de filmicos de Mónaco está doblando al portugués dos películas del **Steven Seagal**, que han sido licenciadas en Brasil.

Asimismo, lleva adelante las voces en español de *Guardian: The Lonely and Great God*, la serie de la compañía coreana para el mercado hispanoparlante y, como último proyecto de la agencia sueca, **Universal Cinergia** está doblando al español la serie *Cennet*, de **ATV**, que ya se emite en **Canal 4** (Uruguay) y **Telemundo** (USA).

Liliam Hernández, Presidenta y CEO: 'Estar conectados nunca ha sido tan crucial y la continuidad de hacer negocios es vital. Nuestros clientes saben que pueden contar con nosotros, sin importar las circunstancias. **Caracol**, **Sony**, **NBC**, **Gaumont**, **DARO**, **CJ ENM** y **Eccho Rights** son algunas de las compañías con las que estamos trabajando actualmente, doblando contenido al portugués, español e inglés'.

Con sus cuatro nuevo estudios en Ciudad de México inaugurados a fines de 2019, la compañía totaliza 40 en todos los territorios donde opera, lo que llena de satisfacción a **Hernández** y fija nuevos retos a futuro. En París tiene tres, en Cuernavaca (México) 19, en Sao Paulo 7 y 9 estudios en sus headquarters de Miami.

'Trabajamos con contenidos de todas partes del mundo, pero el español neutro es el que reina y por eso seguimos incrementando nuestras operaciones: lo que Universal Cinergia Dubbing ofrece es un contenido premium, exitoso y de altísima calidad', concluyó **Hernández**.

ciación. Cuenta la historia de la pequeña araña (Spider), quien quiere acabar con la carrera musical de Rosa para convertirse en la única estrella del jardín.

The Magical Garden of 13th Street se destaca en el stand V.003 de Anancy-MIFA, a cargo de **Luciana Druzina**, productora ejecutiva y CEO de **Druzina Content**, quien señala: 'Es un proyecto de gran potencial porque muestra una historia sensible basada en la complejidad de nuestros orígenes. Trata temáticas ligadas a la diversidad y transformación personal, que están alineadas a las búsquedas universales de la actualidad'.

'Es importante valorizar las tradiciones con las que crecimos, aquellas que brindaron alegrías durante la infancia; y además lograr que los niños incorporen valores de identidad, solidaridad y reconocimiento', resalta Valdés.

BUYERS Y PRODUCTORES EN PREMIOS QUIRINO Y ANNECY-MIFA



José Iñesta, de Pixelati (México), Nicolás Matij, presidente de Diboo (España), Beatriz Navas, directora del ICAA (España), José Luis Fariás, de Premios Quirino, Silvana Cornillón, Animation! INCAA (Argentina) y Tito Rodríguez, head of marketing, ICAA (España)
Concha Díaz, Tenerife Film Commission, y Natacha Mora de Canary Island Film Commission
Zulay Rodríguez de Tenerife Film Commission
Planeta Junior, España: Diego Ibáñez Belaustegui, director comercial, Paula Taborda dos Guarany, directora de contenidos, e Ignacio Segura de Lassaletta, director general
Gull Francia Julien Figue, director delegado adjunto, Philippe Bony, presidente, Maud Branly, directora de adquisición, y Jean-René Aucouturier, director comercial y de desarrollo



Pedro Martín, Presidente del Cabildo de Tenerife, José Gregorio Martín Plata, Consejero Insular del Área de Planificación del Territorio, Patrimonio Histórico y Turismo, David Pérez, Consejero Delegado de Turismo de Tenerife, y José Luis Fariás, Coordinador de los Premios Quirino
Televisa México: Sophie Sandoval, adquisiciones con Maura Romo, licensing director, y Mitchell A. Machado Villegas, comercial manager, licensing
Netflix: Daniela Vieira, senior manager, original animation, y Gloria Ponce, International Originals, Kids & Family
Sesame Workshop: Shanna Kohn, project manager, programación educativa, y Scott Cameron, productor ejecutivo de programación de impacto social, con Beatrice Chow, AVP, y Ed Wells, SVP, international media y educación
Disney Latin America: Magali Stawera, manager de producción, Javier Castani, Head of Original Production, Kids & Family, Diego Wapfarsky, productor ejecutivo de programación original, y Cecilia Mendoca, head of Disney Brands, María Laura Moure, GM, Metrovisión y Jorge Edelstein, CEO Yellow Kingdom



Agnieszka Kowalewska-Skowron y Katarzyna Gromadzka de Momakin (Polonia), junto a José Iñesta de Pixelati, Paloma Mora y Leticia Moltalvá de TV On! Producciones
Dreamia, Portugal: Jorge Ruano, marketing and communication director, Susana Gomes, children channel manager, y Pedro Mota Carmo, presidente ejecutivo
Xavi Mas, ventas de PGS con Luiz Fittipaldi, contenido y nuevos negocios de Playkids, y Ana María Núñez, directora de adquisiciones de The Walt Disney Company Latinoamérica
El estudio Los Amigos se lanzó Kidscreen 2020: Pato Scala de PunkRobot (Chile), Milton Guerrero de Red Animation (Perú), y Gabriel García de Hype (Brasil)
Pablo Corona, VP programming & acquisitions, AMC Networks Latin America, Françoise Nieto-Fong, Dutch Features (Holanda), Doris Vogelmann, VP de programación de Vme (USA Hispano), y Christophe Goldberg, MD, GoldBee (España)



Con el apoyo de BRAVI nuevamente la delegación brasileña será una de las más numerosas en MIFA-Anancy
Tomavision: de Barcelona a Tenerife. La productora movió la mayoría de su estructura a la isla canaria para potenciar sus producciones con los incentivos locales
Yakahiro Kishimoto, head of animation, TV Asahi (Japón) con Leena Lele Dutta, business head, y Ronajoy Chkraborty, head of programming, ambos de Sony Yay! (India)
José Carlos García de Letona y Gastón Caml, VP de Ventas de Anima Mexico (bordes) junto a Gastón Gerall, co-fundador y CEO de Mundaoloco CGI Argentina
Las mujeres en la industria de la animación con representantes de organismos públicos y privados en la última edición de Premios Quirino en Tenerife

Coronavirus: los niños y su interacción durante el aislamiento



El aislamiento social ha significado un cambio casi total en las actividades humanas, especialmente en la interacción entre personas y medios. Los índices de consumo se han disparado en todos los medios, tradicionales y digitales. Kidscorp analiza cómo ha sido el impacto en el segmento infanto-juvenil.

En este contexto, las familias y los niños han tenido que reinventarse y adaptarse a un nuevo escenario, modificando sus rutinas, y desarrollando una vida equilibrada. Según la UNESCO, más de 890 millones de niños no están asistiendo actualmente a clases, lo que significa que pasan, en su mayoría, 24 horas en sus casas. En su más reciente informe, la compañía de marketing **Kids Corp**, parte del grupo global **SuperAwesome**, destaca un crecimiento del 108% de las interacciones en los más de 2.400 publishers latinoamericanos que la consultora monitorea, formado por apps, juegos en línea, websites, y experiencias educativas.

En el segmento de 0 a 3 años enfatiza que la visualización medial con supervisión adulta creció un 24%, mientras que para los preescolares (3-6) creció en un 52%; de 7 a 9 años, 88%; y finalmente de 9 a 12 años y 13 a 17, consumieron un 63% y 66% más, respectivamente. Una de las plataformas más beneficiadas de

este incremento es **YouTube**. De acuerdo a **Qustodio**, el consumo de videos en YouTube entre los menores ha aumentado un 50% de media desde mayo de 2019, siendo los niños los que más tiempo pasan en esta plataforma. Antes de la pandemia, los menores pasaban una media de 86 minutos (USA), 75 minutos (UK) y 63 minutos (España) al día en la plataforma. Sin embargo, durante los meses del confinamiento (marzo-abril) el tiempo ha aumentado hasta 97 minutos (USA), 83 minutos (UK) y 75 (España).

Según **Kids Corp**, los canales de **YouTube** más vistos en la región son: "T Series", líder de la industria de video en India que se ubica #1, alcanzando 864.4 millones de visitas durante la última semana; también



Demian Falestchi, CEO de Kids Corp



LATINOAMÉRICA: CONSUMO DE YOUTUBE EN EL SEGMENTO DE NIÑOS E INFANTO-JUVENILES

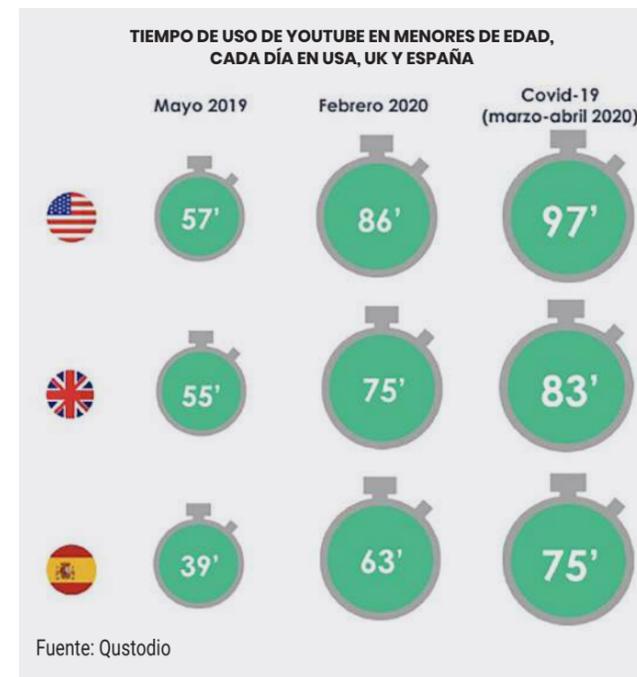


Fuente: Kids Corp

productores de videos infantiles en USA como **Cocomelon-Nursery Rhymes** (719 millones), el vlog "Like Nastya" (524 millones) y el estudio **Kids Diana Show** (488.9 millones), entre otros.

El Reino Infantil de Leader Entertainment es el canal de Latinoamérica mejor posicionado, #12, con casi 195 millones de visitas, mientras que el de mayor crecimiento fue "Kids Play" con 125.2 millones de visitas.

Demian Falestchi, CEO de **Kids Corp**, asegura que, además del confinamiento, este impacto en **YouTube** está regido por las recientes reformas en políticas de seguridad



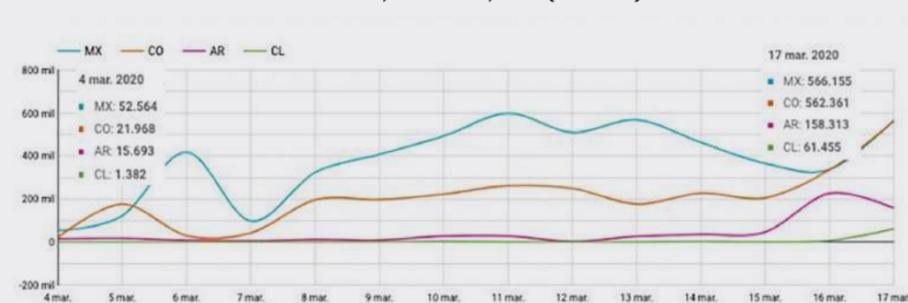
Fuente: Qustodio

que la compañía tiene respecto a los contenidos para niños: 'La multa impuesta por la Federal Trade Commission por USD 170 millones, también empujó a que la división de **Google** efectúe cambios desde el 1 de enero pasado como privacidad y segmentación del contenido en la web. Es la primera vez que un gigante levanta la mano y dice "acepto que tengo mi plataforma llena de niños y voy a tomar acción para protegerlos". Es algo que tenía que suceder'.

Kids Corp no ha visto solamente aumento en consumo de video en línea. Observando los datos relacionados con las aplicaciones de juegos, China y España han sido los que han experimentado un crecimiento considerable. La consultora de consumo de tec-

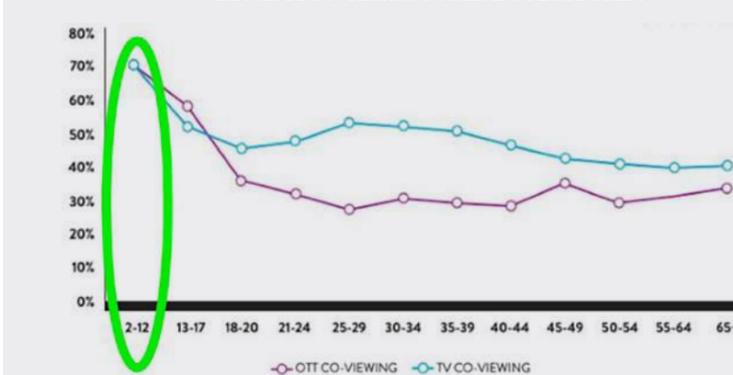
Kids Corp asegura que además de aplicaciones y entornos de entretenimiento, otro de los campos que más ha evidenciado incremento en su consumición es las de las plataformas

CRECIMIENTO DE LA ACTIVIDAD EN PLATAFORMAS DE E-LEARNING EN MÉXICO, COLOMBIA, ARGENTINA, CHILE (MAR. 4-17)



Fuente: Awesomeads

ÍNDICES DE CO-VIEWING POR EDAD Y PLATAFORMA



Fuente: Nielsen

nología web **Sensor Tower** destaca que el número de descargas se duplicó en el país asiático (+89%) entre los 30 días anteriores al caso 200 y los 30 días posteriores.

Por su parte, España experimentó la segunda tasa de crecimiento más rápida, un 51% más en este periodo, seguida de Italia (+36%) y Japón (+32%), mientras que USA domina en números absolutos registrando más de 500 millones de descargas de aplicaciones de juegos en los 30 días posteriores a su caso número 200.

educativas o las Ed-Techs. Algunas de las herramientas más usadas por las escuelas y los estudiantes del mundo. Según **Falestchi** estas son: **Nearpod**, **Firefly**, **Edmodo**, **Padlet**, **Flipgrid**, **Microsoft** y **Century**. El informe destaca un notable crecimiento de Edmodo en América Latina, donde experimentó un auge del 1.300% entre el 4 y el 17 de marzo pasado.

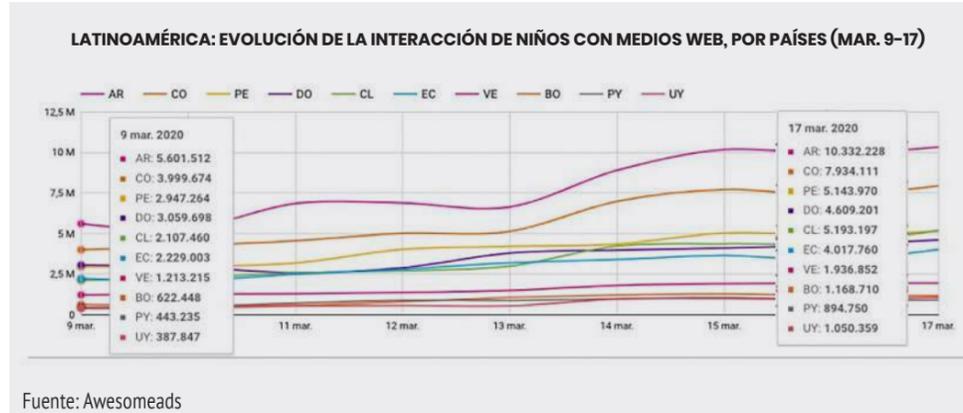
Co-viewing

Y por último uno de los puntos que resalta especialmente es el consumo co-viewing de TV en los hogares. Entre los 2 y 12 años, se concentra el mayor nivel de actividad de pantallas compartidas. La compañía se apoya en datos suministrados por **Nielsen**, donde establece que este rango etario, la pantalla compartida es del 70% y se da entre los niños y sus padres. El reporte señala: 'Esta actividad ha disparado los niveles de influencia en las decisiones de compra en casa', por lo que asegura que es el momento 'más idóneo' para las marcas apoyarse en sus propuestas de publicidad.

La consultora cree que el 83% de los niños en América influyen sobre sus padres en la compra de cosas que vieron en un anuncio. **Kids Corp** subraya "Power Pester", que se refiere al nivel de influencia y su poder de con-

vencimiento para que los padres hagan una compra por su insistencia. El concepto se refiere al nivel de influencia de los niños y su poder de convencimiento para que sus padres hagan una compra por su insistencia.

'Un consumidor indeciso pide ayuda a otra persona (en este caso a sus hijos) quienes entran en la escena de la decisión de compra. El 75% de las mamás ha sido impactada en 2019 por "Power Pester", y no es solo para los juguetes, sino también para artículos del hogar, entretenimiento y alimentos', completa **Falestchi**.



Fuente: Awesomeads