

L'EFFICIENZA CI DEFINISCE COME EVENTO

BENVENUTI NEL MONDO DELL'INNOVAZIONE E DELLA CREATIVITÀ TELEVISIVA: **CONECTA FICTION & ENTERTAINMENT** DI TOLEDO. L'EVENTO PROFESSIONALE RIUNIRÀ IN SPAGNA – DAL 18 AL 21 GIUGNO – MENTI BRILLANTI E VISIONARIE DELL'INDUSTRIA AUDIOVISIVA INTERNAZIONALE. NE PARLA A TIVÙ **GÉRALDINE GONARD**, COLEI CHE LO HA FONDATO NEL 2016.

di Jordi Casanova

Géraldine Gonard, figura emblematica con oltre due decenni di esperienza nel campo dell'audiovisivo, ha guidato numerosi progetti in varie aziende del settore, maturando un know-how di eccellenza e visione strategica. Nel 2016 ha dato vita a Inside Content, una piattaforma dedicata alla produzione di eventi specializzati, nonché alla distribuzione internazionale del cinema spagnolo e alla ricerca di finanziamenti per coproduzioni di alto livello. Da qui nasce Conecta Fiction & Entertainment, evento di quattro giorni che riunisce i migliori talenti televisivi e affermati professionisti dell'audiovisivo per esplorare le ultime tendenze e le nuove opportunità del settore. Dal 18 al 21 giugno, l'ottava edizione immergerà i partecipanti in un'intensa atmosfera di ispirazione, collaborazione e scoperta. Toledo è ancora una volta la cornice perfetta per un appuntamento che si distingue per la sua efficienza: in soli 7





anni, più di 15 serie finaliste hanno preso vita, sono state prodotte o stanno per arrivare sugli schermi.

Che cos'è Conecta Fiction & Entertainment?

È molto più di un evento professionale: è un punto d'incontro che copre tutti gli aspetti dell'industria televisiva. Dalla concezione delle idee alla diffusione dei contenuti. È diventato indispensabile per un'ampia platea di professionisti, dagli sceneggiatori ai dirigenti di produzione di reti e piattaforme di streaming. Inoltre, è interessante anche per consulenti fiscali, avvocati specializzati, distributori internazionali, istituzioni e marchi. Infine, vorrei aggiungere che si tratta di un appuntamento che contempla nel suo concept non solo i contenuti di o per la televisione, e che, naturalmente, non

Brasile e Portogallo sono i Paesi ospiti di questa edizione. In apertura, Géraldine Gouard

si limita alla compravendita di contenuti, ma è un mercato di idee che si spinge fino all'analisi delle reazioni del pubblico. A Conecta cerchiamo sempre di dare valore a ogni anello della catena produttiva.

Qual è il suo bilancio della settima edizione?

Molto positivo. Nonostante sia stato l'anno di maggiore partecipazione, siamo riusciti a mantenere una dinamica molto simile a quella degli anni precedenti. Non cerchiamo un gran numero di partecipanti, perché vogliamo concentrarci maggiormente sull'attrarre professionisti con interessi specifici, che vengono a Conecta con un'idea chiara di ciò che stanno cercando, che si tratti di raggiungere accordi di investimento, sviluppare contenuti o presentare progetti concreti. Questa strategia si è dimostra-

ta più fruttuosa rispetto alla semplice ricerca di una partecipazione di massa, e ci ha permesso di avere un pubblico più coinvolto e focalizzato sulla qualità.

Quali temi sono stati discussi?

È stata ampiamente trattata la stanchezza dei consumatori dovuta alla sovrapproduzione, soprattutto di serie. Questo ha portato a una fase di equilibrio nella produzione, in cui la qualità è diventata prioritaria rispetto alla quantità. È stato osservato un aumento della produzione di contenuti premium, nonché un cambiamento nelle strategie di distribuzione e monetizzazione. Inoltre, sono state esplorate nuove forme di produzione e di narrazione, soprattutto in ambito digitale, che riflettono la continua evoluzione del settore. Questi sono stati i temi del ➔



La mission di Conecta Fiction & Entertainment è di offrire opportunità di crescita e incontro per tutti i protagonisti della filiera dell'audiovisivo.



VOGLIAMO CONTINUARE A PROMUOVERE LA QUALITÀ E L'INNOVAZIONE NELLA PRODUZIONE DEI CONTENUTI, ADATTANDOCI ALLE NUOVE SFIDE DEL MERCATO

momento, anche se, poiché in questa industria tutto si muove molto velocemente, l'approccio al mercato di oggi è, per certi aspetti, molto diverso. L'ottava edizione è ancora a Toledo...

Sì, la Comunità di Castilla la Mancha ha messo a disposizione le strutture. Ancora una volta abbiamo il sostegno della Junta de Castilla-La Mancha e la collaborazione della Castilla-La Mancha Film Commission. Toledo è una città ideale, molto vicina a Madrid e ben collegata. Permette inoltre ai dirigenti di

staccare la spina senza sentirsi lontani dai loro impegni ed è ovviamente un luogo che ispira e incoraggia la creatività. Non avremmo potuto scegliere sede migliore.

Qual è l'obiettivo principale per il 2024?

Continuare a promuovere la qualità e l'innovazione nella produzione di contenuti, adattandoci alle nuove tendenze e sfide del mercato. Continueremo ad approfondire temi come i modelli di business, la produzione digitale e la distribuzione dei contenuti, ma

esploreremo anche nuove aree, come il visual marketing e il transmedia. Ci impegniamo a fornire ai partecipanti strumenti e conoscenze che consentano loro di distinguersi in un mercato sempre più competitivo e diversificato. In particolare, vogliamo continuare a dimostrare di essere utili ed efficaci, ed è per questo che non dimentichiamo questioni fondamentali, ma prioritarie, come i finanziamenti.

Quali nuovi modelli di business verranno analizzati?

Vogliamo aiutare i professionisti a essere il più competitivi possibile, dando loro gli strumenti che consentano di produrre contenuti migliori, ma a prezzi più equilibrati. Parleremo di incentivi fiscali, di fenomeni come il FAST, di coproduzioni, di come vendere meglio un contenuto e, naturalmente, dell'importante ruolo che l'intelligenza artificiale svolge nel nostro settore.

Ci sono due nuovi Paesi ospiti. Sì, come abbiamo sempre fat-



to finora, stiamo mettendo in evidenza un Paese per ogni continente. La scelta di Brasile e Portogallo per la questa edizione è dovuta a diversi fattori. In primo luogo, il legame linguistico è fondamentale: entrambi i Paesi condividono la lingua portoghese, il che facilita la collaborazione e la comprensione reciproca nel settore audiovisivo. Inoltre, negli ultimi anni il Portogallo ha conosciuto una rinascita della produzione audiovisiva, realizzando numerose coproduzioni con la Spagna e acquisendo rilevanza su piattaforme come Prime Video. Questa rivitalizzazione ha generato un rinnovato interesse per l'industria portoghese, rendendola un partner strategico per la Spagna, ma anche per altri mercati.

È lo stesso per il Brasile?

Alcune immagini dell'edizione 2023: anche quest'anno la sede scelta è Toledo

Il Brasile è un mercato enorme, caratterizzato da un grande consumo interno, e i suoi contenuti hanno conquistato gli schermi internazionali per decenni grazie ai suoi distributori, guidati da Globo. Questo è un momento molto interessante, in quanto le case di produzione si stanno aprendo per partecipare più attivamente alla scena internazionale, e anche a livello istituzionale si sta cercando di dare impulso all'industria audiovisiva con riforme legislative. Il Paese ha mostrato una crescita e un'apertura significative sia nel settore cinematografico che in quello televisivo. E, dopo un periodo di stagnazione, sta vivendo un nuovo slancio sotto un governo più ricettivo alle politiche di sostegno alla produzione. Questo ha portato a una maggiore collaborazione internazionale, e generato interesse per il mercato brasiliano.

Come stanno funzionando le sessioni di pitching quest'anno e come hanno funzionato nel 2023?

Stanno suscitando molto interesse, con un flusso costante di progetti. L'anno scorso abbiamo registrato un grande successo. Abbiamo ricevuto un totale di 311 progetti per le cinque categorie interna-

zionali, provenienti da 30 Paesi diversi, con un aumento significativo rispetto all'anno precedente. Le categorie per il 2024 comprendono Pitch Copro-Series, Pitch High-End Series, Pitch Music Series, Pitch Docu-drama e Pitch Feelgood Formats. Di anno in anno abbiamo assistito a un aumento dei progetti presentati. Ma non c'è stata solo una crescita numerica, ma anche sotto il profilo della qualità del materiale ricevuto. Ora i progetti sono molto più elaborati e permettono a chi valuta di analizzare e comprendere meglio il loro pieno potenziale.

Avete stretto nuove alleanze strategiche?

Sì, con Content Americas. Connecta Fiction & Entertainment è unico nel suo genere, anche se affianchiamo altri importanti eventi con cui abbiamo accordi di collaborazione. Tra i più importanti ricordiamo Series Mania in Francia, BAM (Bogotá Audiovisual Market) in Colombia, Sanfic in Cile e Tv Drama Vision a Göteborg. Ognuno di essi ha le sue caratteristiche particolari, ma ciò che ci distingue è che siamo gli unici a collegare direttamente due continenti.