



#mercartes

# MERCARTES

MERCADO DE LAS ARTES ESCÉNICAS

9, 10 Y 11 DE NOVIEMBRE DE 2016



FERIA DE  
VALLADOLID

[www.mercartes.es](http://www.mercartes.es)

DOSSIER DE PRENSA

## ÍNDICE

1. ¿Qué es Mercartes? .....	3
2. Las novedades de Mercartes 2016.....	5
3. Contenidos Mercartes.....	7
3.1. Pabellón de expositores .....	7
3.1.1. Itinerarios para programadores .....	7
3.1.2. Foro de los Negocios .....	7
3.1.3. Tribuna de presentaciones.....	7
3.2. II Foro Mercartes.....	8
3.3. Programación día a día.....	10
4. Información práctica .....	13
5. Organizadores .....	14

### SERVICIO DE PRENSA

Toñi Escobero · M. [00 34] 630.455.545 · [tescobero@gmail.com](mailto:tescobero@gmail.com)  
Aloma Vilamala · M. [00 34] 616 26 56 26 · [avilamala@comedianet.com](mailto:avilamala@comedianet.com)  
Marc Gall · T. [00 34] 933 10 60 44 · 932 95 56 34

## 1. ¿Qué es Mercartes?



### Un gran mercado de las artes escénicas

**Mercartes** celebrará su sexta edición en Valladolid, del 9 al 11 de noviembre. El evento bienal se ha posicionado, después de 5 ediciones y 12 años de trabajo, como una cita comercial imprescindible en las agendas de los profesionales y empresas de artes escénicas de España. **En la pasada edición, celebrada en 2014, el Salón recibió la visita de más de 700 profesionales del sector.**

El sector escénico tiene sus características propias, y Mercartes trabaja para satisfacer las **necesidades específicas de creadores, productores, distribuidores y exhibidores**. No sólo ellos: el sector cuenta con un service formado por proveedores de servicios de logística, comunicación, ticketing, producción de escenografías y vestuario, iluminación, sonido, financiación, y un largo etc. Mercartes es **el principal espacio de networking del sector, que permite a los participantes conocer a muchos otros operadores para incrementar su red de contactos profesionales y encontrar o consolidar oportunidades de negocio.**

Más allá de la vertiente comercial, que se lleva a cabo durante los dos primeros días de mercado (9 y 10 de noviembre), Mercartes ofrece también su vertiente de debate con el **II Foro Mercartes**, dedicado a reflexionar y definir estrategias de sector en relación a los principales retos de futuro. El Foro presencial será el punto final de un proceso de debate que se realiza en un foro online previo abierto a un tema central específico. Contará con la presencia de expertos e invitará también a responsables de cultura de formaciones políticas.

Coincidiendo con **Mercartes 2016**, la ciudad de Valladolid ofrecerá un **programa de actividades relacionadas con las artes escénicas** en distintos puntos de la ciudad para compartir el evento entre ciudadanos y profesionales. En algunos centros culturales se celebrarán **monólogos breves y debates entre creadores**. Además, **algunos espacios escénicos de la ciudad ofrecerán una programación especial** que contará con estrenos de algunos espectáculos a los que se invita a los profesionales acreditados a Mercartes 2016.

## Destinatarios

La convocatoria está destinada a los siguientes perfiles de profesionales y organizaciones del sector de las artes escénicas:

1. **Creadores** (autores, intérpretes, directores de escena, escenógrafos, coreógrafos, especialistas en iluminación, sonido, efectos especiales, caracterización, etc.) que quieren ponerse en contacto o establecer acuerdos comerciales con formaciones artísticas o productoras.
2. **Compañías y empresas de producción y distribución** que quieren conocer a autores emergentes, contactar con especialistas escénicos, ofrecer sus producciones a programadores públicos y privados de festivales y de espacios escénicos con programación estable, proponer a otros productores o formaciones artísticas acuerdos de coproducción, entrar en contacto con empresas de logística, comunicación, *ticketing*, etc.
3. **Programadores y gestores de festivales y espacios escénicos públicos y privados** que quieren saber qué producciones escénicas están proyectando las compañías y productoras para próximas temporadas para establecer preacuerdos, recibir ofertas interesantes sobre producciones que están en el mercado, conocer las propuestas de las distintas empresas de servicios, invitar a formaciones artísticas a ser compañías residentes de sus espacios escénicos, etc.
4. **Empresas de servicios y equipamiento técnico** (empresas proveedoras de servicios técnicos y equipamiento, empresas proveedoras de servicios de *ticketing* o aplicaciones tecnológicas, empresas de logística, empresas de servicios de comunicación y marketing, empresas de servicios financieros, etc.) que quieren ofrecer sus servicios o productos a espacios escénicos o empresas de producción de forma personalizada.
5. **Instituciones públicas que desarrollan políticas escénicas en el ámbito local o autonómico** que quieren promover o facilitar la salida al mercado de las pequeñas compañías y productoras que operan en su ámbito competencial, que quieren intercambiar puntos de vista o establecer acuerdos con otras instituciones, que quieren conocer en directo los proyectos del sector y las dificultades que le impiden un desarrollo satisfactorio, etc.

## Más de 700 profesionales

En la pasada edición, el salón recibió la visita de más de 700 profesionales. **El 81% de ellos vieron sus expectativas respecto al evento cumplidas o superadas**, según un estudio posterior. Hubo una proporción de asistentes repartida en:

16% Creadores

30% Productores

22% Distribuidores

25% Programadores y gestores de espacios escénicos y festivales

7% Profesionales y empresas de equipamiento y servicios técnicos, de ticketing, logística, comunicación u otros servicios auxiliares



## 2. Las novedades de Mercartes 2016



- **La proyección internacional**

Con la finalidad de favorecer las relaciones entre agentes y proyectos de diferentes países y potenciar la movilidad de creadores y compañías en el mercado externo, esta edición de Mercartes apuesta claramente por la internacionalización, con la presencia de **invitados de siete países**, ya sean agentes escénicos, empresas de producción o instituciones. Los mercados prioritarios para Mercartes son Iberoamérica y Europa, y por este motivo Mercartes ha invitado a representantes del sector de las artes escénicas de Argentina, Colombia, México, Costa Rica, Francia, Portugal e Inglaterra.

Los objetivos son tres: **impulsar las coproducciones, vender derechos de autor españoles** en el extranjero y **fomentar la compra de producciones** españolas.

- **Proyección de la ciudad de Valladolid**

En esta edición, ampliando aún más la relación con la Ciudad que acoge el evento por segunda vez, **Mercartes** desplaza una parte de su contenido fuera del recinto, en forma de programación cultural, tales como **lecturas dramatizadas** que se realizan en colaboración con la ESADCYL y los **encuentros con Creadores**. Además, los espacios escénicos de la ciudad han querido programar **estrenos y espectáculos** de interés para el conjunto de profesionales que visitaran Mercartes, y de los habitantes Valladolid.

- **Ampliación de empresas de servicio**

**Mercartes** encargó un estudio de mercado sobre los proveedores habituales implicados en la cadena de valor de las artes escénicas para estudiar su conocimiento del mercado. Es el caso de transportes logísticos, atrezzo, vestuario, equipamientos técnicos, asesorías fiscales, estudios fotográficos y un largo etcétera.

Puesto que la feria está bien posicionada en el sector, **Mercartes ha propiciado un aumento de la participación de la industria proveedora de servicios**. La feria ha llegado a un **acuerdo con AFIAL**, patronal española de servicios y equipamientos técnicos, que jugará a favor de la integración del sector.

- **Bonificación voluntaria del 10% del precio de mercado de los espectáculos**

Otra novedad de este año es un atractivo para los programadores. Aquellos productores que lo deseen, pueden ofrecer a sus potenciales compradores un 10% de descuento si se cierran los tratos a lo largo de los tres días de feria.

### 3. Contenidos Mercartes

#### 3.1. Pabellón de expositores

El Pabellón es el espacio donde los operadores pueden tener **encuentros casuales o concertados** y ofrecer sus productos y servicios. Es la base de Mercartes. **Mercartes es un mercado sin exhibición**, que se centra en las tareas comerciales. **El punto de partida son los stands** de los expositores, punto de encuentro para la oferta de productos y servicios. Este año, **Mercartes mantiene los precios respecto los de la anterior edición**, para facilitar el acceso a los participantes. Para potenciar los intercambios comerciales se ponen a disposición de los participantes varios instrumentos que favorecen el conocimiento mutuo y el diálogo. Los principales son:

##### 3.1.1. Itinerarios para programadores

Recorridos por todos los stands en grupos reducidos, guiados por un miembro de la organización, para que los programadores puedan conocer en un tiempo breve las propuestas de todos los expositores y concertar, si lo consideran, un encuentro.

##### 3.1.2. Foro de los Negocios

Encuentro colectivo breve entre expositores y visitantes en el que los primeros tienen la oportunidad de presentar, en un minuto, quiénes son y qué tipo de productos o servicios ofrecen. El objetivo es poner nombres a caras conocidas y poner cara a los que se desea conocer.

##### 3.1.3. Tribuna de presentaciones

Espacio habilitado dentro del Pabellón de stands en el que los expositores presentan sus principales novedades en 12 minutos y con apoyo de imágenes, de acuerdo con una programación previamente comunicada. Todos los visitantes pueden asistir sin previa inscripción y sin abandonar el Pabellón de stands.

##### 3.1.4. Sesión informativa sobre mercados Internacionales

Los invitados internacionales hacen una presentación breve de las características y funcionamiento de los mercados escénicos de sus respectivos países, y al mismo tiempo son informados de la situación de nuestro mercado.

También, en el marco de internacionalización de Mercartes, se propiciarán los encuentros con agentes de otros países para **impulsar las coproducciones, vender derechos de autor españoles** en el extranjero y **fomentar la compra de proyectos** españoles.

### 3.2. II Foro Mercartes

El **II Foro Mercartes** es un encuentro profesional donde especialistas de prestigio analizarán la **situación del mercado interior y las oportunidades que ofrecen algunos mercados exteriores**. Esta iniciativa ya ha empezado, y consiste en un proceso de debate on line que culmina en **Mercartes 2016**.

#### **Definición de los temas de debate**

En primer lugar, se han definido los temas de interés a partir de una consulta a los participantes de la edición anterior, para saber cuáles son las principales preocupaciones del momento actual y cuáles son las estrategias que consideran que el sector debe desarrollar en el futuro. Se han definido cuatro ejes de debate:

1. **Presencia de las artes escénicas en los medios de comunicación, redes sociales y sistema educativo para promover su visibilidad y reconocimiento social.**

En el momento actual las artes escénicas tienen una visibilidad social escasa y un valor social muy bajo. Los ciudadanos no las consideran imprescindibles para el desarrollo personal ni consideran que sean factores clave para el desarrollo social y económico. El sector debe definir una estrategia para incrementar su visibilidad social y su reconocimiento como motor de desarrollo social y económico. Para ello hay que incidir en el sistema educativo, en los medios de comunicación y en las redes sociales. ¿De qué manera se puede conseguir un impacto óptimo?

2. **Misión, funciones y modelos de gestión de los espacios escénicos de titularidad municipal en el nuevo contexto.**

La red actual de espacios escénicos de titularidad pública se ha ido configurando sin una definición previa de su misión y sus líneas de actividad bajo el paradigma de la democratización cultural y centrados en la función exhibidora. Poco a poco, se han ido incorporando otras funciones, y en algunos casos los espectadores se han ido implicando en su gestión bajo el concepto de comunidades de intereses. Estos cambios llevan a la necesidad de que todos los operadores del sector reflexionen sobre la misión de los espacios escénicos de titularidad pública, sus líneas de actividad y servicio, el uso de sus instalaciones, el modelo de gestión y de gobernanza, con una mirada al futuro y teniendo en cuenta modelos de referencia de otros países. Hay que valorar la necesidad de elaborar planes estratégicos de los espacios escénicos que contengan indicadores de evaluación, definir nuevos modelos de financiación, promover la declaración artística de los espacios que corresponda y definir nuevos modelos de relación con los públicos y con la comunidad.

3. **Formación y desarrollo de públicos escénicos a partir del conocimiento de sus hábitos e intereses.**



El análisis de los hábitos e intereses de los públicos habituales y ocasionales de un proyecto o equipamiento escénico es, probablemente, la mejor estrategia para conseguir su desarrollo y consolidación. La eclosión de primeras experiencias escénicas en los públicos inactivos es, a su vez, la mejor manera de crear intereses y conseguir el incremento de su tasa de penetración. Su presencia en el sistema educativo permitirá la formación de interés por las artes escénicas en sectores de población sin hábitos escénicos, y permitirá la continuidad de estas primeras experiencias a través de programaciones para públicos familiares y grupos de adolescentes.

#### 4. **Profesionalización y desarrollo tecnológico de la gestión de las artes escénicas para optimizar los recursos disponibles y mejorar la eficiencia.**

En épocas de escasez es especialmente necesario optimizar los recursos disponibles con una gestión eficiente y ésta requiere la máxima especialización profesional del equipo de gestión. Hay la sensación que la profesionalización de la gestión de las artes escénicas se ha quedado a medio camino y que es necesario llegar a la plena profesionalización. Por otro lado el desarrollo tecnológico del sector no se ha realizado de manera satisfactoria, cuando está claro que la tecnologización de la gestión es una medida que impulsa siempre la productividad de las estructuras operativas.

#### **Dinámica de los grupos de debate**

Los expositores y visitantes de **Mercartes** interesados en participar en uno de los cuatro grupos de debate deben inscribirse previamente. La inscripción no comporta ningún coste. En cada grupo habrá:

- Un coordinador (que regula la dinámica de la sesión)
- Dos o tres ponentes (que presentan las ideas clave de la ponencia que han escrito)
- Un relator (que elabora un relato del debate y expone un resumen del mismo en la puesta en común)

El total de participantes en cada grupo no será superior a 50 personas.

#### **Calendario**

El foro de debate en LinkedIn está activo del 7 de mayo al 15 de octubre del 2016. Se irán publicando hilos de debate de acuerdo con los ejes temáticos indicados. Una vez aprobado el programa por parte del Comité Organizador, se están encargando las ponencias a los especialistas propuestos. Se editarán y publicarán en la web antes del 28 de octubre. Se publicarán también en un cuaderno impreso que será entregado a los asistentes al inicio de la sesión.

El foro presencial se celebrará en el marco de **Mercartes 2016**, el viernes 11 de noviembre, la última jornada de la feria. Consistirá en la puesta en común y debate de las conclusiones de cada grupo de trabajo, presentadas por los correspondientes **especialistas invitados**.

### **3.3. Programación día a día**

#### **Martes 8 de noviembre**

17:00h - Recogida de acreditaciones y documentación.

18:30h - Reuniones generales internas de las entidades convocantes.

20:30h - Invitación a espectáculos de la cartelera de los espacios escénicos de Valladolid.

#### **Miércoles 9 de noviembre**

9:00h - Recogida de acreditaciones y documentación.

10:00h - Inicio de la actividad en los stands del pabellón 1.

10:30h - Inicio de los Itinerarios guiados para programadores.

12:00h - Recorrido institucional por los stands del pabellón con participación de los presidentes de las entidades convocantes y colaboradoras, de los representantes del INAEM, de la Junta de Castilla y León y del Ayuntamiento de Valladolid.

12:30h - Foro de los Negocios en una sala anexa.

16:00h - Presentación de proyectos en la Tribuna del pabellón 1.

17:30h - Sesión informativa sobre mercados internacionales.

18:00h - Muestra de monólogos breves en centros culturales de la ciudad.

18:30h - Diálogos con autores, intérpretes y directores en espacios alternativos públicos y privados de la ciudad.

19:00h - Final de actividad en los stands del pabellón.

20:30h - Invitación a espectáculos de la cartelera de los espacios escénicos de Valladolid.

#### **Jueves 10 de noviembre**

10:00h - Inicio de la actividad en los stands del pabellón 1.

11:00h - Presentación de proyectos en el Espacio Tribuna del pabellón.

11:30h - Encuentros de productores con autores.

16:30h - Encuentro de compañías con programadores internacionales.

18:30h - Diálogos con autores, intérpretes y directores en espacios alternativos públicos y privados de la ciudad.

19:00h - Final de actividad en los stands del pabellón.

20:00h - Muestra de monólogos breves en centros culturales de la ciudad.

20:30h - Invitación a espectáculos de la cartelera de los espacios escénicos de Valladolid.



## **Viernes 11 de noviembre**

9:30h - Inicio del **II Foro**. Presentación de objetivos y metodología a cargo de la Comisión del II Foro.

10:00h - Sesión 1: **Análisis del impacto de la revolución digital, la crisis económica y los modelos políticos emergentes en las artes escénicas como práctica social y como bien de mercado.**

11:00 – Sesión 2: Prioridades estratégicas del sector de las artes escénicas en el nuevo contexto social y económico. Grupos de debate:

- Sala 1: Presencia de las artes escénicas en los medios de comunicación, redes sociales y sistema educativo para promover su visibilidad y reconocimiento social.
- Sala 2: Misión, funciones y modelos de gestión de los espacios escénicos de titularidad municipal en el nuevo contexto.
- Sala 3: Formación y desarrollo de públicos escénicos a partir del conocimiento de sus hábitos e intereses.
- Sala 4: Profesionalización y desarrollo tecnológico de la gestión de las artes escénicas para optimizar los recursos disponibles y mejorar la eficiencia.

12:00h - Café-descanso

12:15h - Sesión 3: Puesta en común de los grupos de debate

12:45h - Sesión 4: **Prioridades de las políticas escénicas en el nuevo contexto político.** Mesa redonda de representantes de las principales formaciones políticas sobre la "*Carta de compromisos para el desarrollo de las artes escénicas en España*".

13:45h - **Acto de clausura.** Conclusiones del II Foro. Clausura a cargo de la Directora General del INAEM y de los presidentes de FAETEDA, LA RED y AAT.

14:30h - Final del II Foro.

## 4. Información práctica

### **Mercartes 2016 - Feria de Valladolid**

Del 9 al 11 de noviembre de 2016

Avenida Ramón Pradera nº 3

47009 Valladolid

Tfno. (+34) 983 429 300

[www.feriavalladolid.com](http://www.feriavalladolid.com)

#### Para contratar un stand modular o suelo

A través de la web de Mercartes [www.mercartes.es](http://www.mercartes.es) se puede descargar el formulario de solicitud y enviar a Feria Valladolid.

#### Tarifas:

Stand modular 6 m2: 625 € +10% IVA

Stand modular 12 m2: 937,5 € +10% IVA

Suelo libre 16 m2: 650 € +10% IVA

Suelo libre 32 m2: 1.137,5 € +10% IVA

Suelo libre 48 m2: 1.625 € +10% IVA

Punto de información: 170 € +10% IVA

Bonificación del 25% sobre estas tarifas para los socios de las entidades convocantes y organizadoras.

#### Para preinscribirse como profesional

A través de la web de Mercartes [www.mercartes.es](http://www.mercartes.es) se puede cumplimentar el formulario de preinscripción. La organización indicará posteriormente a todos los preinscritos el procedimiento de inscripción y de reserva a las diversas actividades.

Las personas que estén inscritas en Mercartes 2016 podrán participar en el Foro Mercartes sólo con una reserva de plaza sin coste adicional. También podrán participar en el Foro otras personas previa inscripción. La participación en el Foro no está sujeta al pago de ninguna tarifa.

Más información: [www.mercartes.es](http://www.mercartes.es)



## 5. Organizadores



### Entidades convocantes:

Federación Estatal de Asociaciones de Empresas de Teatro y Danza (FAETEDA)  
Red Española de Teatros, Auditorios y Circuitos de Titularidad Pública (LA RED)  
Asociación de Autores de Teatro (AAT)

### Producción:

Feria de Valladolid

### Entidades colaboradoras:

Instituto Nacional de las Artes Escénicas y la Música (INAEM)  
Junta de Castilla y León  
Ayuntamiento de Valladolid  
Acción Cultural Española (AC/E)  
Coordinadora de Ferias de Artes Escénicas del Estado Español (COFAE)  
Federación Estatal de Asociaciones de Compañías y Empresas Profesionales de Danza (FECED)  
Asociación de Distribuidores y Gestores de Artes Escénicas (ADGAE)  
Federación Estatal de Asociaciones de Gestores Culturales (FEAGC)  
AFIAL (Asociación de fabricantes e importadores de Sonido Profesional, Iluminación Espectacular y Equipamiento Auxiliar)  
Instituto Complutense de Ciencias Musicales (ICCMU)

### **Servicio de prensa**

Toñi Escobero

M. [00 34] 630.455.545

[tescobero@gmail.com](mailto:tescobero@gmail.com)

COMEDIA. Comunicación & media sl

Marc Gall / Marta Solé

T. [00 34] 933 10 60 44 · 932 95 56 34

M. [00 34] 654 06 65 10

[msole@comedianet.com](mailto:msole@comedianet.com)