

PORTUGAL MUSIC EXPORT

Programa 2 FEIRAS, EVENTOS E PRÉMIOS INTERNACIONAIS

Em qualquer estratégia de exportação, a presença regular em Feiras e certames internacionais da especialidade, assim como a participação em eventos ou o concurso a prémios internacionais são medidas fundamentais para uma abordagem consistente a mercados externos, desenvolvimento de contactos e ganhos de notoriedade que permitam uma subsequente exportação de produtos ou serviços.

INDEX

1. Descrição do Programa	3
2. Medidas	5
Medida 1 - Feiras Internacionais 2010-2012	7
Medida 1.1. – Womex: 2010 e 2012	7
Medida 1.2. – Midem: 2011	9
Medida 1.3. – Feira da Música do Brasil: 2012	12
Medida 2 - Eventos e Prémios Internacionais: 2010-2012	14
Medida 3 - Assistência Técnica: 2010-2012	17

1. Descrição do Programa

Em qualquer estratégia de exportação, a presença regular em Feiras e certames internacionais da especialidade, assim como a participação em eventos ou o concurso a prémios internacionais são medidas fundamentais para uma abordagem consistente a mercados externos, desenvolvimento de contactos e ganhos de notoriedade que permitam uma subsequente exportação de produtos ou serviços. A música enquanto actividade económica de carácter global não escapa a esta perspectiva e hoje existem dezenas de importantes Feiras de Música, Eventos e Prémios Internacionais um pouco por todo o mundo.

A presença de projectos Portugueses exportáveis na principais feiras da especialidade tem sido uma constante preocupação de quem tem feito a gestão do processo de exportação da música Portuguesa. No entanto, e apesar de uma presença muito regular desses principais projectos em feiras como o Womex, provavelmente o certame internacional mais importante para o tipo de géneros mais representativos da música Portuguesa, a presença noutros eventos ou certames como Strictly Mundial, Babel, Vic, Folk alliance, mas principalmente o Midem (Cannes) - que pressupõe um nível de investimento bastante elevado -, estão muito condicionados à disponibilidade financeira que rodeia esses projectos.

Os eventos internacionais, como são as “World Exhibitions”, as “Capitais Europeias da Cultura”, entre outros, que pelo carácter de eventos únicos nos territórios em que são produzidos têm muitas vezes, e se conjugados com outras estratégias, a capacidade de influenciar muito positivamente a carreira de um artista nesse mercado.

Da mesma forma, os diversos Prémios de música internacionais que são atribuídos pelas principais organizações mundiais de música ou media são importantes instrumentos de promoção internacional. Vencer um prémio internacional significa uma notoriedade acrescida e o passaporte para um outro nível dentro do mercado mundial, com um conseqüente aumento do número de oportunidades em termos de tours e edição, e uma

exposição mediática de carácter global. Alguns dos mais importantes prémios de música:

- Grammy Awards
- Latin Grammy Awards (Marisa 2 nomeações)
- BBC Awards For World Music (Marisa ganhou em 2006)
- MTV Europe Music Awards
- European Border Breakers Award (Marisa ganhou em 2004)

Mais uma vez, e quando analisados os apoios disponíveis para feiras, eventos ou prémios a Música Portuguesa sofre internacionalmente uma concorrência desleal quando comparada com a música de outros países, nomeadamente a da grande maioria dos países europeus em que os artistas e projectos com maior notoriedade e capacidade de internacionalização vêm as suas principais acções no exterior serem apoiadas financeiramente pelas entidades locais, nomeadamente os ministérios da cultura, dos negócios estrangeiros e/ou da economia.

Com efeito, e contrariamente ao que se passa com um grande número de projectos europeus cuja participação nestas feiras, certames, eventos e prémios são financiados directamente pelos music export offices respectivos - ou são incluídos no caso das feiras em representações mais vastas lideradas por organismos oficiais -, no caso Português, esse apoio não tem existido de forma consistente nem em disponibilidades financeiras que permitam encarar seriamente a internacionalização. A razão é simples: as linhas existentes do orçamento público não possuem dotação necessárias e não estão vocacionadas para grandes projectos.

2. MEDIDAS

Medida 1 - Feiras Internacionais

Esta Medida é proposta no formato fechado, ou seja, é uma medida estratégica de apoio indirecto, correspondente a um investimento da associação com vista ao conhecimento, prospecção de mercados, divulgação internacional da música Portuguesa e de penetração em mercados chave.

Neste sentido escolheram-se três feiras internacionais para se trabalhar no triénio 2010-2012 e que correspondem às seguintes sub-medidas¹:

Medida 1.1. – Womex. A mais importante feira internacional de World Music.

Medida 1.2. – Midem. A mais importante feira internacional de música.

Medida 1.3. – Feira da Música do Brasil. A recente e mais importante feira de música do Brasil.

Medida 2 - Eventos e Prémios Internacionais

Serão considerados para efeitos de apoio à participação em importantes eventos e prémios internacionais aqueles que se inscrevam em mercados considerados prioritários ou de reconhecido impacto global.

¹ Pelo tipo de estratégia que foi anteriormente definida e em função daqueles que são neste momento os géneros musicais Portugueses com maior representatividade a proposta agora apresentada deixa naturalmente de fora importantes feiras, nomeadamente feiras voltadas para o pop/rock como o Popkomm, que tem lugar anualmente em Berlim, Alemanha, no mês de Setembro. A eventual participação em feiras deste tipo deverá ser discutida.

Medida 3 - Assistência Técnica

Medida que pressupõem a contratação de serviços e de equipamento informático necessário à gestão do programa, assim como a divulgação do mesmo.

Implementação

O horizonte de implementação para as diferentes medidas deste programa deveria ser o seguinte:

Medida 1 - Feiras Internacionais

Medida 1.1. – Womex: bi-anual, com início na edição de 2010

Medida 1.2. – Midem: bi-anual, com início na edição de 2011

Medida 1.3. – Feira da Música do Brasil: bi-anual, com início na edição de 2012.

Medida 2 - Eventos e Prémios Internacionais: com início no 2º semestre de 2010

Medida 3 - Assistência Técnica: para o período 2010-2012

Investimento Programa 2

Prevê-se um investimento perto dos 475 mil Euros para o período 2010-2012, repartido da seguinte forma entre as medidas já anunciadas:

Conceito	Investimento PROGRAMA 2	2010	2011	2012	Total
Medidas	Medida 1.1. - Womex - Copenhagen	53.000	54.855	56.775	164.630
	Medida 1.2. - MIDEM - Cannes	0	56.900	58.892	115.792
	Medida 1.3. - Feira de Música do Brasil - Recife	0	0	17.050	17.050
	Medida 2 - Apoio a Eventos e Prémios Inter.	9.750	13.455	13.926	37.131
	Medida 3 - Assistência Técnica	40.490	47.451	52.330	140.271
	Total Investimento	103.240	172.661	198.973	474.874

Medida 1 - Feiras Internacionais

Medida 1.1. – WOMEX The World Music Expo

1.1. Projecto

A Womex – World Music Expo – é reconhecidamente a maior e melhor feira mundial de World Music. Para a música Portuguesa, especialmente os géneros Fado, MPP e música africana, a internacionalização passa necessariamente por aqui. A presença Portuguesa ao longo das suas 7 edições esteve centrada fundamentalmente nas empresas que compõem a actual associação Música.PT para além de diversas outras agências que participam de forma individual.

A edição de 2008 – última realizada em Sevilha – contou com 2800 delegados e 1425 companhias de 90 países, das quais 750 editoras, 850 managers e 450 produtores e 310 jornalistas, entre outros.

Com a passagem da feira em 2009 (de 28 Outubro a 1 de Novembro) para Copenhagen, Dinamarca, o factor proximidade deixará de beneficiar a comitiva Portuguesa, sendo de prever mesmo um aumento significativo do preço da participação em função dos custos mais elevados de produção e organização de uma feira desta natureza no norte da Europa.

O projecto de participação Portuguesa a partir da edição de 2010 passaria pela constituição de um grupo de stands conjuntos a partilhar por um conjunto de empresas, à semelhança do que foi realizado nos anos

anteriores, mas com um aumento do investimento em termos de apresentação dos stands, eventualmente divididos por áreas/géneros de repertório (ou tradicionalmente por empresas), do número de artistas a integrarem o programa de showcases da feira, e com a realização conjunta de alguns instrumentos promocionais como sampler CD/Vídeo.

Muitas ideias serão passíveis de discussão em função da experiência acumulada das empresas em causa. Um projecto futuro poderá passar também pela participação no Film Market da feira com um ciclo sobre a filmografia do Fado. Neste programa inicial, iremos no entanto cingir-nos à apresentação de um projecto simples, nos moldes enunciados. A data limite para inscrições e reservas bonificadas para delegados e stands é em Junho.

1.2. Objectivos

- Promoção da competitividade das empresas participantes e dos artistas que representam através do aumento de resposta e presença activa dessas PME no mercado global.
- Divulgação e promoção de projectos de música Portuguesa, com vista à venda internacional de espectáculos, repertório gravado e seus direitos.
- Participação de uma delegação nacional em condições de qualidade e competitividade.
- Continuação do trabalho de afirmação internacional dos géneros de repertório Português – principalmente Fado, MPP e música africana - que maior êxito têm produzido no importante segmento mundial da World Music.

1.3. Beneficiários

Empresas PME de management e agenciamento integradas na Portugal Music Export e futuras editoras que venham a aderir a esta associação. Artistas representados de forma isolada em condições a definir.

1.4. Critérios de Selecção e Condições de Elegibilidade dos Projectos

A definir.

1.5. Custo da Medida

Na estimativa em baixo, prevêem-se para cada edição custos para:

- Participação de 10 PME's e cerca de 20 delegados
- Aluguer de 10 stands e respectivo design
- Animação para 3 dias
- Produção de 1.000 CD/DVD
- Participação de 2 artistas Portugueses nos showcases da feira.

Conceito	MEDIDA 1.1. - Womex - Copenhagen	2010	2011	2012	Total
Logísticos	Viagens (10 empresas - 20 Delegados)	4.000	4.140	4.285	12.425
	Aluguer de Transporte Local	2.750	2.846	2.946	8.542
	Alojamento (4 noites)	5.000	5.175	5.356	15.531
Participação	Aluguer de 10 Stands	12.500	12.938	13.390	38.828
	Design, Produção e Montagem de Stands	12.000	12.420	12.855	37.275
	Aluguer de Equipamento Vídeo	1.500	1.553	1.607	4.659
	Material Promocional (CD & Vídeo sampler)	2.500	2.588	2.678	7.766
	Animação Stands	750	776	803	2.330
	Participação de 2 Artistas Showcases da Feira	12.000	12.420	12.855	37.275
	Total	53.000	54.855	56.775	164.630

Medida 1.2. – MIDEM

1.1. Projecto

A maior feira generalista de música do mundo, referência no sector editorial e do publishing, tem lugar todos os anos em Cannes, França, no final do mês de Janeiro. Aí estão presentes as maiores companhias nacionais e internacionais de todas as áreas do negócio (autores, publishing, edição, digital, management, agenciamento, etc), incluindo todas as multinacionais, assim como os principais Music Export Offices europeus, sendo o nível participativo em termos de representação, stands, materiais promocionais e projectos muito competitivo e exigente.

A diminuta presença Portuguesa nesta feira – em 2009 participaram 8 empresas (sem stand) - tem-se resumido ao longo dos anos a contactos comerciais desenvolvidos por editoras independentes, sem uma presença efectiva em termos de delegações ou comitivas – com stands e representação própria – e sem a participação de artistas Portugueses nos importantes showcases que aí têm lugar. De uma forma geral, estes participantes têm procurado basicamente a importação, ou seja, o licenciamento de marcas e produtos de música gravada com vista à sua representação em Portugal, não havendo praticamente actividade direccionada para a internacionalização de projectos e a sua exportação.

O alto custo de participação nesta feira², e o nível dos custos associados de deslocação e estadia têm afastado outro tipo de participações, nomeadamente aquelas empresas que estão direccionadas para a internacionalização e a exportação.

A ser encarado um primeiro projecto de participação numa futura edição do Midem, este terá que ser muito bem ponderado no sentido da sua correcta rentabilização. Será necessário igualmente que o nível de oferta a ser apresentado tenha uma qualidade verdadeiramente global (dado se estar em presença de uma feira com projectos de todos os géneros de

² A título de exemplo refira-se que o stand standart (13 M2) de aluguer custava na edição de 2009 do Midem 8.000 euros, incluindo 4 delegados, sendo o registo suplementar de cada delegado de 575 euros. Acresce que em matéria de alojamento é difícil encontrar oferta por menos de 250 euros por noite para um quarto duplo.

repertório), e não só de alta qualidade dentro da World Music como acontece no Womex.

A proposta para esta medida passa pela exploração de contactos e levantamento de informação na próxima edição do certame em 2010 (24 a 27 de Janeiro), e a formulação de projecto participação anual regular a partir de 2011.

1.2. Objectivos

- Promoção da competitividade das empresas participantes e dos artistas que representam através do aumento de resposta e presença activa dessas PME no mercado global.
- Divulgação e promoção de projectos de música Portuguesa, com vista à venda internacional de espectáculos, repertório gravado e seus direitos.
- Participação de uma delegação nacional em condições de qualidade e competitividade.
- Aumento da penetração no importante mercado Francófono, segundo mercado de espectáculos internacionais da música Portuguesa e segundo país em termos de comunidades Portuguesas.

1.3. Beneficiários

Empresas PME de management e agenciamento integradas na Portugal Music Export e futuras editoras que venham a aderir a esta associação. Artistas representados de forma isolada em condições a definir.

1.4. Critérios de Selecção e Condições de Elegibilidade dos Projectos

A definir.

1.5. Custo da Medida

Estimativa de custos para uma delegação da Portugal Music Export, a preços correntes, prevendo:

- Participação de 8 PME's, e cerca de 16 delegados
- Aluguer de 2 stands (26 M2 no total) e respectivo design
- Animação para 4 dias
- Produção de 1.000 CD/DVD
- Participação de 1 artista Português nos showcases da feira.

Conceito	MEDIDA 1.2. - MIDEM - Cannes	2010	2011	2012	Total
Logísticos	Viagens (8 empresas - 16 Delegados)	0	5.600	5.796	11.396
	Aluguer de Transporte Local	0	1.900	1.967	3.867
	Alojamento (5 noites)	0	10.000	10.350	20.350
Participação	Inscrição Delegados na Feira (8 Delegados incluídos)	0	4.600	4.761	9.361
	Aluguer de 2 Stands	0	16.000	16.560	32.560
	Design, Produção e Montagem de Stands	0	7.800	8.073	15.873
	Aluguer de Equipamento Vídeo	0	1.500	1.553	3.053
	Material Promocional (CD & Vídeo sampler)	0	2.500	2.588	5.088
	Animação Stands	0	1.000	1.035	2.035
	Participação de 1 Artista nos principais Showcases	0	6.000	6.210	12.210
	Total	0	56.900	58.892	115.792

Medida 1.3. – Feira da Música do Brasil

1.1. Projecto

Na sua primeira edição em 2007, a Feira da Música do Brasil, Recife, Estado de Pernambuco, contou com a presença de cerca de 2.500

profissionais na feira profissional, 10.000 pessoas na feira de produtos e 50.000 pessoas nos concertos ao longo dos seus 4 dias.

A feira, com o apoio do Ministério da Cultura Brasileiro, através do Programa de Desenvolvimento da Economia da Cultura (Prodec), é neste momento o mais importante certame no sector Brasileiro e pretende afirmar-se internacionalmente. Do conselho da FMB fazem parte as principais associações Brasileiras dos Empresários de Artistas, dos Editores de Música, de Editoras Reunidas, de Música Independente, de Produtores de Disco, de Festivais Independentes e de Rádios Públicas.

A feira assume o formato clássico em termos profissionais, e inclui stands de editoras, produtores, management, agenciamento, operadores e fornecedores digitais, empresas de tecnologia, software e webdesign, fábricas de cds/dvd, estúdios, produtoras de audiovisual, casas de espectáculos, distribuidoras, associações sectoriais, etc.

O objectivo para a Portugal Music Export seria constituir um projecto para a edição de 2012, promovendo a participação de uma pequena delegação, constituída preferencialmente por empresas representantes de artistas Portugueses com um mínimo de histórico de exportação no Brasil.

1.2. Objectivos

- Promoção da competitividade das empresas participantes e dos artistas que representam através do aumento de resposta e presença activa dessas PME no mercado global.
- Divulgação e promoção de projectos de música Portuguesa, com vista à venda internacional de espectáculos, repertório gravado e seus direitos.
- Participação de uma delegação nacional em condições de qualidade e competitividade.
- Tentativa de entrada no importante mercado Brasileiro, principal mercado da língua Portuguesa e terceiro país em termos de comunidades Portuguesas.

1.3. Beneficiários

Empresas PME de management e agenciamento integradas na Portugal Music Export e futuras editoras que venham a aderir a esta associação. Artistas representados de forma isolada em condições a definir.

1.4. Critérios de Selecção e Condições de Elegibilidade dos Projectos

A definir.

1.5. Custo da Medida

Conceito	MEDIDA 1.3. - Feira de Música do Brasil	2010	2011	2012	Total	
Logísticos	Viagens (3 empresas - 6 Delegados)	0	0	5.400	5.400	
	Aluguer de Transporte Local	0	0	900	900	
	Alojamento (7 noites)	0	0	2.100	2.100	
Participação	Inscrição Delegados na Feira (3 Delegados incl.)	0	0	300	300	
	Aluguer de Stands	0	0	1.800	1.800	
	Design, Produção e Montagem de Stands	0	0	2.700	2.700	
	Aluguer de Equipamento Vídeo	0	0	750	750	
	Material Promocional (CD & Vídeo sampler)	0	0	2.500	2.500	
	Animação Stands	0	0	600	600	
	Total		0	0	17.050	17.050

Estimativa de custos para uma delegação da Portugal Music Export na edição de 2012, a preços correntes, prevendo:

- Participação de 3 PME's, e cerca de 6 delegados
- Aluguer de stands e respectivo design
- Animação para 4 dias

- Produção de 1.000 CD/DVD

Medida 2 - Eventos e Prémios Internacionais (2010-2012)

1.1. Projecto

Pretende-se com esta medida apoiar a participação de artistas de música Portuguesa em importantes eventos internacionais, quer sejam “World Exhibitions”, “Capitais Europeias da Cultura”, eventos TV (tipo Galas), rádio ou outros de carácter internacional, e que tenham lugar em mercados estratégicos para a exportação da música Portuguesa.

Quando se fala de evento internacional, fala-se necessariamente de um evento de carácter único (por exemplo um programa regular de TV de um país não pode ser considerado um evento internacional), com a participação de artistas de diversas nacionalidades, e que tenha uma importância estruturante no mercado em questão, ou que pela sua divulgação (ou transmissão) internacional tenha capacidade de influenciar um conjunto maior de territórios.

Da mesma forma, pretende-se apoiar a participação de artistas de música Portuguesa em importantes prémios de música com carácter reconhecidamente internacional como os Grammy Awards, Latin Grammy Awards, BBC Awards For World Music, MTV Europe Music Awards (excepto na categoria de “Melhor Artista Português”), European Border Breakers Award, etc.

O apoio a projectos candidatos à participação em prémios internacionais nesta Medida deverá restringir-se unicamente a despesas relacionadas com viagens e estadias necessárias a essa participação.

1.2. Objectivos

- Promoção da participação de artistas e empresas seus representantes em eventos internacionais com capacidade de afirmarem e projectarem carreiras artísticas nos mercados de influência.
- Promoção da competitividade dos artistas e das empresas seus representantes através do aumento de resposta e presença activa no mercado global.
- Divulgação e promoção de projectos de música Portuguesa, com vista à venda internacional de espectáculos, repertório gravado e seus direitos.
- Aumento da presença e penetração nos mercados internacionais definidos como prioritários para a música Portuguesa.

1.3. Beneficiários

Empresas PME de management e agenciamento integradas na Portugal Music Export e futuras editoras que venham a aderir a esta associação. Artistas representados de forma isolada em condições a definir.

1.4. Critérios de Selecção e Condições de Elegibilidade dos Projectos

A definir.

1.5. Custo da Medida

Estimativa de custos para esta Medida no triénio 2010/2012, prevendo:

- Apoio a viagens para a Europa Central (54% do total).
- Apoio a viagens para Espanha (23% do total).
- Apoio a viagens para a América do Norte (23% do total).

Conceito	MEDIDA 2 - Eventos e Prémios Internacionais	2010	2011	2012	Total
Mercados	Europa Central (ex. Espanha)	5.250	7.245	7.499	19.994
	Espanha	2.250	3.105	3.214	8.569
	América do Norte	2.250	3.105	3.214	8.569
	Total	9.750	13.455	13.926	37.131

Medida 3 - Assistência Técnica

Os investimentos previstos nesta Medida permitirão contratar e financiar os recursos necessários à gestão do Programa na sua totalidade, em conjunto com os outros programas e na partilha dos investimentos necessários, nomeadamente o co-financiamento de despesas com pessoal relativos à própria associação Portugal Music Export, incluindo:

- aquisição de equipamento informático e software.
- serviços de apoio contabilístico
- Estudos e planos de marketing relativos à implementação das medidas
- Contratação temporária de 1 técnico gestor de programas co-responsável pelo acompanhamento técnico da implementação e execução do programa.
- Realização de um road show anual de apresentação em Lisboa e Porto do conjunto actual de programas.

Conceito	MEDIDA 3 - Assistência Técnica	2010	2011	2012	Total
Custos (1)	Aquisição de equipamentos informáticos e Software	1.019	0	0	1.019
	Serviços Técnico Oficial de Contas	778	935	1.031	2.743
	Estudos e Planos de Marketing	3.521	4.233	4.669	12.423
	Contratação de 1 Técnico Gestor do Programa	7.606	9.144	10.084	26.834
	Road Show Anual de Apresentação do Programa	761	914	1.008	2.683
	Imputação Custos da Portugal Music Export (2)	26.805	32.225	35.539	94.569
	Total Assistência Técnica	40.490	47.451	52.330	140.271
<p>Nota(1): correspondente a 33,5% dos custos da contratação a partilhar com a assistência Técnica dos Restantes Programas. Nota(2): correspondente à imputação de custos de funcionamento da organização Portugal Music Export</p>					