
Más de 140.000 personas acompañan al Festival de Málaga en su edición más internacional

Representantes de 51 países de los cinco continentes han integrado la nueva zona de industria del Festival (MAFIZ)

La 21 edición ha contado con 141.000 espectadores y participantes, mientras que MaF 2018 ha registrado algo más de 44.500

El Festival de Málaga incrementa un 2,5% sus cifras de público y casi un 5% su recaudación

24/4/2018.- El **Festival de Málaga** ha celebrado su 21 edición del 13 al 22 de abril de 2018, registrando de nuevo un aumento del número de espectadores y participantes así como de recaudación. Esta edición del Festival se ha caracterizado además por su notable posicionamiento como evento internacional dedicado al cine en español, contando con el apoyo expreso del sector audiovisual iberoamericano, como ha quedado de manifiesto con la celebración durante el Festival de la reunión de la Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica (CACI) y del Comité Intergubernamental del Programa Ibermedia. Asimismo, esta dimensión internacional se refleja en sus homenajes y reconocimientos. Esta 21 edición del Festival ha contado, entre otros, con la presencia de nombres tan prestigiosos como Guillermo del Toro, reciente ganador de dos premios Oscar de la Academia de Hollywood; Juan Antonio Bayona, uno de los directores españoles de mayor proyección internacional; o el diseñador de vestuario Paco Delgado, ganador de varios premios Goya y también nominado al Oscar en dos ocasiones.

El número de **películas** programadas en la 21 edición ha sido de **216**, lo que supone 25 películas más que en 2017, cuando se programaron un total de 191. Por otra parte, ha crecido el número de **sesiones**, que en 2018 han sido **238**, frente a las 223 del año anterior, lo que supone 15 sesiones más. Desglosando este total, se han realizado 41 en el Teatro Cervantes, 129 en el Cine Albéniz, 24 en el Teatro Echegaray, 20 en el Centro Cultural Provincial María Victoria Atencia, 3 en el Auditorio del Museo Picasso Málaga, 16 en la Sala Alameda Cajamar y 5 en los Cines Yelmo Vialia.

Respecto a las **actividades realizadas en 2018** (presentaciones, encuentros, 5 minutos de cine, concierto, galas, ruedas de prensa, etc.), se han desarrollado un total de **82**, sin incluir las **38 actividades** al público realizadas en el **Espacio Solidario** de la Plaza de la Merced por las **28 asociaciones participantes**.

ESPECTADORES, TAQUILLA Y ACREDITADOS

Los ingresos por taquilla y el número de espectadores han seguido creciendo en esta 21 edición. Respecto a la **recaudación de taquilla**, esta alcanza **152.450,90 euros**, lo que representa una diferencia de 6.941,20 euros con respecto a los 145.509,70 euros recaudados en 2017, casi un 5% más.

Estos datos provienen del portal de internet www.unientradas.es, como buzón homologado para el Festival por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, e incluyen también el concierto de clausura de Fernando Velázquez con la Orquesta Sinfónica Provincial de Málaga en el Teatro Cervantes y las cantidades recaudadas por las actividades incluidas en el Área Pedagógica del Festival (Cinefórum y Cine para la infancia).

La 21 edición ha contado con algo más de **141.000 espectadores y participantes en sus distintas actividades**, incluyendo las **42.585 entradas emitidas** para las distintas proyecciones programadas –un **4% más** respecto a la edición de 2017–, así como los asistentes a aquellas otras actividades de acceso directo, con acreditación o invitación, y a las exposiciones, Espacio Solidario, 5 minutos de cine, masterclass, food trucks, etc.

Por otra parte, el apoyo a MaF (Málaga de Festival), en su edición 2018, se ha visto incrementado en un **8,5%** respecto de la edición anterior. La participación a lo largo de las **160 actividades** distribuidas en 80 espacios que abarcan todos los distritos –celebradas entre el 22 de marzo y el 12 de abril–, asciende a más de **44.500 personas**, frente a las 41.000 personas asistentes en 2017. Con estas cifras, MaF consolida un modelo cultural basado en la colaboración y la participación, señas de identidad que se han visto reflejadas en un programa que, en esta edición, ha apostado por pensar la disciplina cinematográfica a través de líneas discursivas concretas: los 40 años de la Constitución, el feminismo y Brasil, país invitado de la 21 edición del Festival.

Estos datos arrojan **un total acumulado** (21 Festival y MaF) en torno a **185.500 espectadores y participantes** en las distintas actividades vinculadas al Festival de Málaga, es decir, un **2,5% más que en 2017**, cuando el número total se cifró en 181.000 aproximadamente.

Las **personas acreditadas** en la 21 edición del Festival han sido **2.810**, de las cuales 922 corresponden a Invitados, 492 a Industria, 493 a MAFIZ, 177 a escuelas de cine y 726 a profesionales de prensa correspondientes a un total de 574 medios, de los cuales cabe destacar los 20 medios extranjeros que han dado cobertura al Festival, procedentes de países como Argentina, México, Brasil, Venezuela, China, Polonia, Estados Unidos, Francia, Reino Unido, Bélgica y Dinamarca, entre otros.

DATOS DE MAFIZ (Málaga Film Festival Industry Zone)

En 2018, el Festival de Málaga ha dado un importante paso en el desarrollo de su área de industria con la creación de MAFIZ (Málaga Festival Industry Zone), que engloba un conjunto de eventos diseñados para fortalecer las producciones cinematográficas españolas e iberoamericanas. MAFIZ está constituida por seis eventos que promueven la financiación, coproducción, distribución y venta del cine en español, todo ello desde el apoyo e impulso al nuevo talento audiovisual iberoamericano en su consideración de objetivo transversal para esta

amplia área industrial. Así, a **Spanish Screenings – Málaga de Cine**, el núcleo central de MAFIZ dedicado en exclusiva al cine español, se unen ahora **MAFF (Málaga Festival Fund & Coproduction Event)**, **LatinAmerican Focus** –foro bilateral de coproducción, este año con Brasil como país invitado–, **Málaga Docs**, **Málaga Work in Progress** y **Málaga Talent**. Todos ellos eventos diseñados para crear puentes entre la industria y el talento, entre España e Iberoamérica.

En datos, MAFIZ arroja los siguientes resultados:

- 580 participantes acreditados pertenecientes a 51 países de los cinco continentes
- 109 distribuidores internacionales
- 200 productores españoles
- 130 productores del resto del mundo
- 5 agentes de ventas de España
- 7 fondos internacionales
- 13 institutos de cine
- 8 Film Commissions españolas
- 10 Film Commissions del resto del mundo
- 10 festivales internacionales
- 110 películas en proyecciones de Industria
- 26 proyectos participantes

INTERNET Y REDES SOCIALES

En lo relativo a la presencia del Festival en internet, y según la información proporcionada por la empresa malagueña Infodel Media, desarrolladora de la página **web** del Festival (www.festivaldemalaga.com), del 1 al 22 de abril de 2018 (periodo previo y de celebración del Festival) se han registrado un total de 315.951 visitas (cuando se registraron 254.900 en idéntico periodo de 2017), con un total de 3.106.206 de páginas vistas de (1.854.912 registradas en 2017).

También se ha producido un significativo incremento de la presencia del Festival en redes sociales, registrando a fecha 23 de abril un total de 33.536 fans en **Facebook**, 2.871 más que a finales de la pasada edición (30.665). Desde la presentación de contenidos (4 de abril), el alcance orgánico total ha sido de 721.158 personas y los vídeos en Facebook han tenido un total de 88.850 reproducciones, con un total de 57.478 minutos reproducidos.

En cuanto a **Twitter**, el número total de seguidores ha aumentado hasta los 95.250, 15.000 más que a finales de la pasada edición (80.600), lo que supone **un crecimiento de un 18%** gracias a los 1.122 tuits lanzados desde @festivalmalaga del 4 al 22 de abril. El total de impresiones fue de 3,09 millones. Con estas cifras, el Festival de Málaga continúa en primer lugar en seguidores de Twitter entre todos los festivales de cine que se celebran en España.

Instagram ha alcanzado 21.200 seguidores (5.870 más que en la pasada edición), lo que supone un porcentaje de **crecimiento del 38%** gracias a las 300 imágenes y casi 70 historias publicadas durante el Festival, que han tenido 1.718.000 impresiones.

FMTV, web TV de Festival de Málaga. Cine en Español, ha realizado sus transmisiones desde el viernes 13 de abril a las 10:00 horas hasta el domingo 22 de abril a las 21:00 horas, con conexiones en directo, entrevistas, reportajes, noticias y mucho más. La señal se ha difundido en formato HD, para ser reproducida con la máxima calidad en cualquier dispositivo.

En los 10 días del Festival se ha registrado un total de 1.996 horas de visionado por parte de los usuarios de la web. El número de conexiones realizadas en la Web TV del Festival, asciende a 5.255 usuarios con más de un minuto de permanencia, y a 4.026 usuarios con menos de un minuto de permanencia.

El número de usuarios de la web TV ha sido de casi 13.000 personas, con un **aumento de un 39%** con respecto a la 20 edición del Festival. Estos usuarios se distribuyen por países en los siguientes porcentajes:

- España: 62,31%
- Países Unión Europea: 24,08%
- Centro y Sudamérica: 11,68%
- Otros países: 1,93%

De la Unión Europea, destacan: Alemania, Francia, Italia, Polonia, Países Bajos, Portugal, y Reino Unido. De Iberoamérica: Argentina, Brasil, Uruguay, Méjico, Colombia, Chile, y Ecuador. También ha habido conexiones de otros países como la Federación de Rusia, Andorra, Japón, Canadá, Marruecos, e incluso India, Qatar, Vietnam, Angola y Filipinas.

En el Canal que el Festival tiene en **YouTube**, se han ido implementado en redifusión los videos de las emisiones de la web TV, que han conseguido en diez días de seguimiento un número de 14.049 visitas y 74.895 minutos de visionado, destacando la masterclass de Guillermo del Toro, que ha obtenido 2.596 visitas y 40.591 minutos de visionado.

El 74% de estas visitas proceden de internautas españoles. Destacan a continuación países como México con el 6,1%, Argentina con el 4,7%, EEUU con el 2,9 %, y países de habla hispana como Perú, Chile, Colombia, Ecuador, Costa Rica, Guatemala, Uruguay, República Dominicana y Ecuador.

Hay que destacar el convenio firmado con Google para llevar a cabo una acción divulgativa del Festival mediante la edición por sus medios de tres vídeos promocionales y posterior subida al canal de YouTube del Festival, con desarrollo de una campaña de difusión en redes entre el 1 al 12 de abril de 2018, con un resultado de 729.875 visitas y 161.810 minutos de tiempos de visionado.

En cuanto a la nueva radio del Festival, **FM Radio**, ha emitido 240 horas de las cuales más de 70 han sido de programación de producción propia, entre magazine, ruedas de prensa, encuentros de prensa, masterclass y conciertos, lo que da una media de 7 horas diarias de contenidos y una producción cercana al 30% del tiempo total de emisión. Se ha registrado más de 1.100 accesos desde 500 IPs distintas, la inmensa mayoría pertenecientes a España y

seguidos de Rusia, Estados Unidos, Reino Unido, Francia, Argentina, Perú, Brasil, Polonia, Italia y Colombia.

En esta edición, la plataforma **VeoMálaga** ha vuelto a ser una herramienta de gran utilidad para los acreditados del Festival, específicamente de prensa. Hemos recibido un total de 116 peticiones de clave, de las cuales 101 son de prensa. Esto ha supuesto un total, a 23 de abril de 2018, de 306 visualizaciones de las obras ofertadas.

Además, se han facilitado 103 claves de visionado a los compradores acreditados en Spanish Screenings para VeoMálaga, mientras que en VeoSpain, la otra plataforma activa para el área de Industria, se han realizado 144 visionados en 8 días.

GASTOS DIRECTOS DEL FESTIVAL EN LA CIUDAD DE MÁLAGA

Festival de Málaga (21 edición y MaF) ha realizado en la ciudad una importante inversión económica en sus distintos sectores productivos y de servicios. La contratación por parte del Festival de empresas, profesionales y personal de Málaga se cifra en 590.000 euros, mientras que la contratación de servicios para la producción (módulos, audiovisuales, iluminación, sonido, etc.) se cifra en más de 400.000 euros. Los servicios hoteleros y de restauración se valoran en torno a 340.000 euros, mientras que aquellos otros vinculados a la comunicación, soportes e imagen alcanzan los 220.000 euros. Todo ello significa que la gestión presupuestaria desarrollada por el Festival en este año 2018 ha supuesto un total de **gastos directos en la ciudad de Málaga** cercanos a **1.550.000 euros**, lo que supone la aplicación al desarrollo socioeconómico de la ciudad de casi el 90% de la aportación anual del Ayuntamiento de Málaga al Festival.

En detalle, esta inversión ha supuesto la **contratación de 83 empleos directos** de personal eventual (relaciones públicas, personal de producción, contenidos, prensa, etc.), así como **40 colaboradores locales**, representando asimismo la **contratación de 150 empresas malagueñas** en las distintas tareas logísticas y de producción para la realización de las actividades del Festival.

A esto habría que añadir el flujo económico adicional generado por los visitantes y participantes de fuera de Málaga, cuya presencia ha supuesto que la **ocupación hotelera de la capital supere el 95%** durante los fines de semana de celebración del Festival, con un cómputo promedio de ocupación durante el periodo cercana al 90%, según datos inicialmente ofrecidos por la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (AEHCOS).

22 EDICIÓN

Por último, el Festival ha fijado ya sus fechas para la celebración de su **22 edición**, que tendrá lugar del **15 al 24 de marzo de 2019**. De nuevo serán 10 días dedicados al cine en español, que concluirán, como ya es habitual, con un maratón de cine dedicado a las películas ganadoras de las distintas secciones oficiales del Festival y un concierto de música de cine.

La 22 edición del Festival seguirá en su objetivo de convertir a Málaga en referente del **cine en español**, favoreciendo con ello la promoción y difusión del cine iberoamericano, **una comunidad cultural unida por un idioma y raíces comunes**.

Puedes descargar material gráfico a través de:
<http://festivaldemalaga.com/prensa/descargas>

También dispones de una ampliación de este material en nuestra FTP:

<ftp.prensafcm.com>

Usuario: prensa

Contraseña: fcm2018

Canal Oficial de Vimeo: vimeo.com/festivaldemalaga