

EL FESTIVAL DE MÁLAGA VUELVE A CIFRAS PRE PANDEMIA EN ENTRADAS Y RECAUDACIÓN EN SU EDICIÓN MÁS INTERNACIONAL

La 25 edición ha contado con más de 80.000 espectadores, participantes y público en sus proyecciones, actividades y exposiciones

29/03/2022.- El 25 Festival de Málaga, celebrado del 18 al 27 de marzo, ha finalizado con el apoyo reforzado del sector, la ciudad, el público y las instituciones, que han aplaudido de forma unánime el éxito conseguido en una edición que ha vuelto a cifras anteriores a la pandemia en cuanto a entradas emitidas y recaudación y que ha despertado enorme interés y participación internacional. Su director, Juan Antonio Vigar, asegura que el certamen “ha logrado su objetivo de utilidad y ha cumplido con las cuatro C que deben marcar todo proyecto cultural: contenido, comunicación, contexto (en el sentido de que está enraizado en la ciudad) y compromiso (con el sector, con la sociedad y con su entorno)”.

Siguiendo el objetivo de ser reflejo del cine en español actual, la Sección Oficial ha reunido a nombres destacados de nuestro cine junto a nombres muy prometedores, que consolidan al certamen malagueño como descubridor de nuevos talentos. Este hecho se ha constatado un año más en el palmarés del Festival, en el que *Cinco lobitos*, de Alauda Ruiz de Azúa, y *Utama*, de Alejandro Loayza Grisi, han resultado ganadoras.

El número de películas programadas en la 25 edición ha sido de 186 y el número de sesiones 216, a las que hay que sumar conciertos, exposiciones, encuentros, presentaciones, etc, además de las casi 90 actividades celebradas en el Espacio Solidario. Así, el certamen ha contado con más de 80.000 espectadores y participantes en sus distintas actividades, incluyendo las más de 40.000 entradas emitidas (un 80% más que en la 24 edición) así como los asistentes a aquellas otras actividades de acceso directo, con acreditación o invitación, y el público que ha visto las diferentes exposiciones al aire libre y en espacios cerrados. Todo ello ha supuesto una recaudación superior a los 200.000 euros (un 13,5% más en la 22 edición (2019), anterior a la pandemia del coronavirus).

Las **personas acreditadas** en la 25 edición del Festival han sido 5.027 (más del doble que en la pasada edición, con 2.092), de las cuales 2.894 corresponden a invitados e industria; 1.229 procedentes de 46 países a MAFIZ; 204 a escuelas de cine y casi 700 profesionales de prensa, de los cuales cabe destacar 42 medios extranjeros que han dado cobertura al Festival.

En cuanto a **MaF - Málaga de Festival**, programación previa a la celebración de Festival de Málaga que tuvo lugar del 24 de febrero al 17 de marzo, reunió a más de 15.000 personas a lo largo de las 152 actividades en los diversos espacios colaboradores. MaF 2022 logró acercarse a la dinámica habitual de ediciones anteriores a la época COVID con el objetivo de reflexionar sobre la realidad y celebrar la cultura con el cine como argumento. MaF está basado en un esquema pionero que

ORGANIZAN



Ayuntamiento de Málaga

MálagaProcultura

CON EL APOYO DE



ATRESMEDIA



pretende construir ciudad a través de un modelo centrado en la participación y la colaboración. MaF 2022 trabajó estrechamente con el tejido profesional de la cultura para ofrecer actividades vinculadas a la revolución del pensamiento frente a la lógica digital, el año 92 y la ciudad sostenible, horizontes de reflexión y trabajo de esta edición. La Fundación "la Caixa" es el colaborador principal de esta programación.

Gran impulso al área de Industria

MAFIZ (Málaga Festival Industry Zone) recuperó en 2022 la presencialidad tras dos ediciones en formato *online* debido a la pandemia y a las dificultades en los desplazamientos internacionales. Un total de **1.229 personas procedentes de 46 países** asistieron al evento, de las que 632 se acreditaron en **Spanish Screenings Content**, el evento de MAFIZ que más ha crecido en esta edición y que cuenta con la colaboración del **ICAA (Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales)** y de **ICEX España Exportación e Inversiones** y con el apoyo del sector.

Con un formato expandido y nuevos contenidos, ha sido la primera parada de **'Spanish Screening XXL. Un mercado internacional para la producción audiovisual española'**, que se enmarca en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR) y destina un total de 200 millones de euros para reforzar el papel de España como hub audiovisual de Europa.

En Spanish Screenings Content se han presentado 163 películas, que han tenido un total de 1.567 visionados, y cinco proyectos. A día de hoy, se han cerrado 50 acuerdos de ventas y hay 80 más en negociación. Además, de las seis películas en postproducción de Spanish WIP, tres ya han iniciado conversaciones con posibles socios para su finalización. Por su parte, los cinco proyectos de Spain Copro Forum, han celebrado más de 50 reuniones con potenciales coproductores internacionales.

Por último, a Spanish Screenings Content se han añadido iniciativas como **Animation Day**, dirigido al mercado internacional de la animación y los VFX, **Remake Day**, destinado a compradores de derechos de remake, **Spain Colorful Diversity**, **Regional Film Hub**, **Book Showcase** y **Spain Scorecom**.

En el marco de MAFIZ también ha tenido lugar **MAFF Málaga Fund & Co-production Event**, un evento de formación y financiación para proyectos de ficción y no ficción de Iberoamérica, en el que se han presentado 26 proyectos en busca de coproductor internacional. Cuatro de ellos formaban parte del nuevo evento **MAFF Women Screen Industry**, organizado por el Festival de Málaga en colaboración con tres asociaciones de mujeres cineastas con el objetivo de avanzar hacia la equidad.

En **Málaga WIP** se presentaron 14 películas en fase de postproducción. A los anteriormente mencionados de **Málaga WIP España**, se suman las ocho iberoamericanas procedentes de seis países.

Finalmente, el Festival de Málaga, en su estrategia de posicionarse como semillero de talento, ha reunido a 20 jóvenes cineastas españoles e iberoamericanos en el programa de formación y *networking* **Campus Málaga Talent** y a 20 creadores de contenidos digitales en **Hack MAFIZ Málaga**, también parte de Spanish Screenings Content. Seleccionados entre 1.300 candidatos, presentaron el

FESTIVAL DE MÁLAGA

Málaga el último reto creativo que el Festival de Málaga les propuso, además de tener la posibilidad de participar en charlas, formaciones y tutorías con expertos de las principales plataformas, empresas y agencias internacionales del sector.

INTERNET Y REDES SOCIALES

En lo relativo a la presencia del Festival en internet, y según datos de Google Analytics, la página web del Festival (www.festivaldemalaga.com) ha tenido del 2 al 27 de marzo casi 44.000 usuarios y más de 105.000 sesiones, con un total de 440.000 páginas vistas.

Un año más, se ha producido un significativo incremento de la presencia del Festival en redes sociales, registrando a fecha 27 de marzo un total de 40.100 seguidores en Facebook, 1.000 más que en la pasada edición. Desde la presentación de contenidos (2 de marzo), el alcance de las publicaciones de la página de Facebook ha sido de 3,8 millones de usuarios.

En cuanto a Twitter, el número total de seguidores ha aumentado hasta los 101.300 gracias a los casi 1.000 tuits lanzados desde @festivalmalaga en este periodo. El total de impresiones fue de 2,6 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 casi 61.000 seguidores (tenía 49.000 al final de la pasada edición), gracias a las 59 publicaciones en el perfil, las casi 1.000 stories y 145 vídeos lanzados durante el Festival, que han tenido en total casi 10 millones de impresiones.

Por su parte, las retransmisiones en directo realizadas por el Festival en las diferentes plataformas y redes han acumulado 110.000 espectadores del 18 al 27 de marzo.

GASTOS DIRECTOS DEL FESTIVAL EN LA CIUDAD DE MÁLAGA

En su 25 edición, el Festival de Málaga 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 756.000 euros (110.000 más que en la pasada edición), mientras que la contratación de servicios para la producción (módulos, audiovisuales, iluminación, sonido, etc.) se cifra en 450.000 euros. Los servicios hoteleros y de restauración se valoran en 624.000 euros, mientras que aquellos otros vinculados a la comunicación, soportes e imagen alcanzan los 155.000 euros.

Todo ello significa que la gestión presupuestaria desarrollada por el festival en este año 2022 ha supuesto un total de gastos directos en la ciudad de Málaga de 1.985.000 euros. Una gestión que recupera de modo casi íntegro para cada ciudadano los 3,5 euros anuales que supone el coste del Festival por malagueño/año.

En detalle, esta inversión ha supuesto la contratación de 150 empleos directos de personal eventual (relaciones públicas, personal de producción, contenidos, prensa, etc.), así como 16 colaboradores

FESTIVAL DE MÁLAGA

locales y la contratación de 160 empresas malagueñas en las distintas tareas logísticas y de producción para la realización de las actividades del festival.

Esta inversión supone un importante balón de oxígeno para distintos sectores económicos de Málaga, que de nuevo han valorado especialmente esta edición en unos momentos todavía difíciles, sobre todo en el sector hostelero.

26 EDICIÓN

Por último, el Festival ha fijado ya sus fechas para la celebración de su 26 edición, que tendrá lugar del 10 al 19 de marzo de 2023.