

Communiqué de presse

LA CHINE  
PAYS À L'HONNEUR DU MIPCOM 2018



SOURCE OF GREAT STORIES

Paris, le 11 septembre 2018 – Le [MIPCOM](#) annonce aujourd'hui la Chine comme le pays à l'honneur de sa prochaine édition. Plus important marché international des contenus de divertissement, le MIPCOM aura lieu à Cannes du 15 au 18 octobre.

« La Chine apparaît aujourd'hui comme un important pays producteur et consommateur de cinéma et de télévision. Nous avons désormais l'assurance et la capacité nécessaires pour tenir un rôle majeur au MIPCOM, faire découvrir au public international de merveilleuses histoires chinoises, et travailler avec nos collègues du monde entier pour bâtir un avenir meilleur », déclare Mme Ma Li, directrice générale du service de coopération internationale de l'Administration générale de la presse, de l'édition, de la radiodiffusion, du cinéma et de la télévision de la République populaire de Chine.

« Le secteur chinois de la télévision et du divertissement occupe une place toute particulière au sein de la communauté du MIPCOM et du MIPTV. En 2004 déjà, le MIPTV avait accueilli la plus grande délégation de professionnels de la télévision chinoise jamais reçue dans le cadre d'un marché international de la télévision. En tant que pays à l'honneur du MIPCOM 2018, la Chine présentera son vaste éventail de programmes divers destinés aux chaînes de télévision internationales », confie Laurine Garaude, directrice de la Division Télévision de Reed MIDEM.

Cette annonce intervient dans le sillage de nouvelles données de l'industrie révélant que la Chine est désormais le deuxième plus grand marché de la télévision au monde, juste devant le Royaume-Uni et derrière les Etats-Unis.

D'après un rapport du IHS Markit, la Chine a dépensé 10,9 milliards de dollars en programmation télévisuelle en 2017, contre 10 milliards de dollars pour le Royaume-Uni. Les télédiffuseurs ont déboursé 6,4 milliards de dollars tandis que les géants Baidu, Alibaba, et Tencent ont investi 4,5 milliards de dollars pour proposer des programmes sur leurs plateformes de divertissement en

ligne. Les émissions originales représentaient 49% des programmes diffusés en Chine, le reste correspondant à des acquisitions (46%) et à des programmations sportives.

« Ces dernières années, nous avons constaté la croissance des émissions chinoises présentées lors de nos événements pour être vendues à des diffuseurs internationaux, ainsi qu'une hausse des partenariats transfrontaliers entre les producteurs chinois et internationaux. Nous nous attendons à ce que cette tendance des exportations de contenu chinois vers l'international se poursuive et s'accélère au cours des deux ou trois prochaines années, et nous souhaitons vivement que le MIPCOM et le MIPTV fassent partie du processus », poursuit Laurine Garaude.

« Lors du MIPTV 2018, nous avons présenté plusieurs formats chinois, parmi lesquels "National Treasure". Et dans la catégorie des documentaires, l'accord entre Tencent et la BBC visant à produire des documentaires de la plus haute qualité est un signe de la volonté de développer des partenariats de production bilatéraux », ajoute la directrice de la Division Télévision de Reed MIDEM.

Le programme du MIPCOM lié au pays à l'honneur comprendra des débats sur le marché chinois pendant le MIPJunior et le MIPCOM, de nombreuses présentations des tout derniers programmes chinois, une soirée d'inauguration sur le thème de la Chine, un aperçu exclusif des émissions les plus populaires du moment en Chine lors de la présentation de Fresh TV, et le plus grand Pavillon chinois jamais proposé.

Dans le cadre de précédentes éditions, le MIPCOM avait mis à l'honneur le Japon, la Russie, la Turquie, et le Mexique.

**À propos de Reed MIDEM** - Fondée en 1963, Reed MIDEM organise des marchés professionnels et internationaux qui se sont imposés comme des plateformes incontournables pour les acteurs-clés des secteurs concernés. Ce sont les MIPTV, MIPDOC, MIPCOM, MIPJUNIOR à Cannes, MIP China à Hangzhou et MIP Cancun au Mexique pour **la télévision et les contenus audiovisuels et numériques** ; MIDEM à Cannes pour les professionnels de la **musique** ; Esports BAR à Cannes et à Miami pour l'industrie du **esports** ; MIPIM à Cannes, MIPIM UK à Londres, MIPIM Asia Summit à Hong Kong et MIPIM PropTech Summit à New York pour le secteur de l'**immobilier** ; MAPIC à Cannes, MAPIC Russia à Moscou, MAPIC Italy à Milan, MAPIC China Summit à Shanghai et IRF powered by MAPIC à Bombay pour le secteur de l'**implantation commerciale**.

**À propos de Reed Exhibitions** - Reed MIDEM est une filiale de Reed Exhibitions, leader mondial dans l'organisation d'événements, avec plus de 500 événements dans 30 pays. En 2017, Reed Exhibitions a réuni plus de sept millions de professionnels actifs dans le monde entier, générant plusieurs milliards de dollars d'affaires. Aujourd'hui les événements de Reed Exhibitions ont lieu en Amérique, en Europe, au Moyen-Orient, en Asie Pacifique, en Afrique et sont organisés par 38 bureaux et agents implantés. Reed Exhibitions touche 43 secteurs industriels, au travers d'événements pour les professionnels et le grand public, et fait partie de RELX Group plc, leader mondial dans la diffusion d'informations. [www.reedexpo.com](http://www.reedexpo.com)

**REED MIDEM CONTACTS PRESSE:**

Jane GARTON, Entertainment Press Director: +33 1 79 71 94 39 > [jane.garton@reedmidem.com](mailto:jane.garton@reedmidem.com)

Philippe LE GALL, Press Manager: +33 1 79 71 96 48 > [philippe.legall@reedmidem.com](mailto:philippe.legall@reedmidem.com)

Yassia FEKIR, Press Officer: +33 1 79 71 95 82 > [yassia.fekir@reedmidem.com](mailto:yassia.fekir@reedmidem.com)

Edith YAHIAOUI, Press Officer: +33 1 79 71 94 34 > [edith.yahiaoui@reedmidem.com](mailto:edith.yahiaoui@reedmidem.com)