

# FUTUR DU MIDEM OU MIDEM DU FUTUR ?

LE 24 JANVIER 2011 LARA BESWICK

Ce matin, Anne de Kerckhove nous présente le nouveau projet du Reed Midem qui fait le pont entre la technologie et les industries culturelles. "Connected Creativity" semble être la réponse au fossé qui persiste entre les deux mondes.



*Les opportunités du marché en faveur du divertissement et des médias «connectés» augmentent considérablement, et le mobile est au cœur du phénomène.*

*(John Hoffman, PDG de GSMA Ltd.)*



A l'occasion de notre entretien avec les **boss du Midem**, nous avons posé la question concernant une éventuelle synergie entre le **Midem** et **MIPTV**. La réponse à cette demande grandissante est concrétisée par l'organisation d'un nouvel événement baptisé "**Connected Creativity**". Le CC forum, organisé par **Reed MIDEM** en partenariat avec **GSMA**, association représentant l'industrie mobile mondiale, aura lieu du 5 au 7 avril 2011 au MIPTV.

**Anne de Kerckhove**, directrice de la division Entertainment du Reed Midem, a longtemps travaillé pour les industries du mobile et de la technologie. Elle nous parle avec enthousiasme de son projet. De par son expérience, elle sait que les acteurs de la technologie connaissent mal les paramètres à maîtriser pour travailler les contenus. Inversement, l'industrie de la musique a démontré, par son incapacité à appréhender, approcher et comprendre les nouvelles technologies et ses usages, la nuisance de cette incompréhension.



Trop souvent perçue comme un simple canal de distribution, l'expérience que peuvent offrir les nouvelles technologies n'est pas optimisée par les producteurs de contenus et on ne peut plus penser un programme pour les multi-plateformes comme on le pensait jusqu'alors. Il faut réinventer des modèles économiques, faciliter la licence des contenus mais aussi repenser la création en elle-même.



**(...) le MIPTV répondra aux besoins de la communauté des appareils portables ainsi qu'à ceux des industries du divertissement dans cet espace numérique excitant qui inclut la télévision, la musique et le cinéma, entre autres. (Paul Zilk, PDG de Reed MIDEM)**



Cet évènement est un symposium technologique et sera le premier évènement créé spécialement pour l'industrie mondiale du divertissement et de la technologie. Il rassemblera les créateurs et distributeurs de contenus de toutes les industries de création ainsi que les opérateurs mobiles, de smartphones, de tablettes, d'appareils et de téléviseurs connectés.

Les industries culturelles et de la technologie échangeront leurs idées et perspectives. Pour le networking et des deals, c'est donc *the place to be* ! Les formats envisagés pour animer cet évènement tenteront d'être aussi innovants que l'évènement en lui-même. On y retrouvera l'équivalent du MidemNetLab qui fait un carton avec Workshop, speed dating et sessions de travail. L'équipe paraît très enthousiasmée par ce qu'ils appellent le "Big Debat", ou l'interaction entre les panélistes et le public est maximisée par un format plus "musclé" et innovant. Nouvelle formule pour la conférence, la "Unconference". Le Connected Entertainment Experience Hub sera un espace privilégié où les derniers contenus interactifs et les récentes innovations technologiques seront mis en avant. Il permettra d'avoir un aperçu de l'avenir de l'univers «connecté» chez soi et hors de chez soi.



L'expérimentation des technologies sera privilégiée puisque "expliquer ne suffit pas, il faut l'expérimenter pour comprendre" et nous ne pourrions que valider cette réflexion.

Quelques thèmes dont les intitulés plutôt "catchy" ont été déterminés: "In the Consumer's Mind", "Anatomy of the Deal", "Social Media Tipping Points", "The Winner Takes It All", "Know your Rights". De gros fonds d'investissement tel Google, le retour des **Business Angels** qui s'intéressent à l'innovation seront de la partie.

*"Les contenus de divertissement alimentent la croissance des applications B2C sur tous les appareils connectés. La musique représente 17,5 milliards de transactions chaque année et l'on estime que la télévision mobile représentera 11,8 milliards de transactions en 2012. Le marché global du marketing et de la publicité mobile devrait connaître une croissance à deux chiffres dans les prochaines années."*

Ne négligez pas l'importance de cet évènement qui pourrait s'avérer plus essentiel encore que l'évènement clé qu'est le MIDEM.

Stay Connected !!!

—  
Crédits photos CC flickr: **mksavage**; **h.koppdelaney**

## 2 pings

Tweets that mention Futur du Midem ou Midem du futur ? » Article » OWNImusic, Réflexion, initiative, pratiques -- Topsy.com le 24 janvier 2011 - 20:53

*[...] This post was mentioned on Twitter by lara beswick and Loïc DR, OWNImusic. OWNImusic said: "Futur du Midem ou Midem du futur ?" sur #OWNImusic <http://bit.ly/eKCHvK> [...]*

En savoir plus sur Connected Creativity » Article » OWNImusic, Réflexion, initiative, pratiques le 3 mars 2011 - 19:02

*[...] Futur du Midem ou Midem du futur ?Bob Vincent, les dessous du métier de managerGroupe cherche musicien : par où commencer ?Blogueurs, faites-moi tourner ! (Partie 3)Les boss du #MIDEM ont la parolePremière partie : mode d'emploiPetit traité de bulshitting à l'usage des conférenciersToi aussi rate ta carrière d'artiste [...]*