

## Trois experts aux platines du nouveau Midem

*Première édition du 19 au 22 janvier 2023 au Palais des Festivals et des Congrès de Cannes*

En mai dernier, la Mairie de Cannes a repris la marque Midem (Marché International du Disque et de l'Édition Musicale). Alors que ce rendez-vous mythique des professionnels de la musique n'existait plus depuis 2019, l'objectif de David Lisnard est de lui redonner vie afin de renforcer le dynamisme économique de la ville et sa position leader dans les industries créatives et culturelles en inscrivant l'évènement dans le programme « Cannes On Air ». Pour faire du nouveau Midem la manifestation mondiale incontournable de l'industrie musicale, la municipalité et le Palais des Festivals et des Congrès de Cannes ont sélectionné une équipe pluridisciplinaire aux talents complémentaires. On y retrouve Hopscotch, groupe international de communication globale, All Over/Panda Events, organisateur d'évènements culturels et festivals musicaux d'envergure, et Pianity, première plateforme française dédiée à l'achat, la vente et l'échange de *Non-Fungible Tokens (NFT)* musicaux. La première édition du nouveau Midem se tiendra du 19 au 22 janvier 2023.

### La renaissance d'un évènement international cannois

Organisé depuis 1967 à Cannes, le Midem est une manifestation visant à réunir les professionnels de la communauté internationale de la musique (labels indépendants et majors, éditeurs, distributeurs, services, artistes, managers, institutions, organismes professionnels, mais aussi entrepreneurs et marques) afin d'élargir leur réseau, les inspirer et développer leur savoir-faire, leur influence et leurs activités à l'international.

Afin de maintenir cet évènement au potentiel de développement majeur, la Mairie de Cannes a acquis, en mai 2022, la pleine propriété de la marque Midem auprès de RX France, organisateur historique.

En septembre dernier, la Mairie de Cannes a concédé à la Société d'Économie Mixte pour les Évènements Cannois (SEMEC), exploitante du Palais des Festivals et des Congrès de Cannes, le droit d'utiliser la marque Midem afin de poursuivre l'organisation de cette manifestation.

Pour accompagner la renaissance de cet évènement professionnel et grand public, la municipalité et le Palais des Festivals et des Congrès ont sélectionné, après mise en concurrence, l'association de trois talents complémentaires :

- le groupe international de communication Hopscotch. En France, il a, notamment créé et organisé des festivals de films internationaux (Deauville, Gérardmer, Reims), Solutions Cop21 et le nouveau Mondial de l'auto ;
- l'agence de production d'évènements All Over/Panda Events. Elle organise des festivals musicaux rencontrant un grand succès populaire, parmi lesquels les « Plages Electroniques » à Cannes ou encore les « Dunes Electroniques » en Tunisie ;
- la société Pianity, première plateforme française dédiée à l'achat, la vente et l'échange de *Non-Fungible Tokens (NFT)* musicaux. Elle permet aux artistes de transformer leurs morceaux en éditions limitées et de les vendre directement à leurs fans.

L'expérience confirmée et les compétences avérées de cette équipe permettront de répondre aux ambitions et objectifs fixés pour ce nouveau Midem sur les trois prochaines années :

- représenter l'ensemble des professionnels de la musique, en réservant une part plus importante au secteur du *live* aux côtés de celui de la musique enregistrée, pilier historique du Midem ;
- remettre les artistes au cœur de l'évènement avec davantage de concerts organisés au sein et en dehors du Palais ;
- promouvoir l'innovation artistique et technologique en privilégiant les démonstrations et ateliers ;
- être un lieu de réflexion et d'anticipation sur l'évolution future du marché ;
- donner la parole à des conférenciers rares et inspirants, pouvant être issus d'autres univers que la musique ;
- animer une communauté Midem toute l'année et pas seulement pendant la manifestation ;
- favoriser la dimension festive de l'évènement pour améliorer l'expérience vécue par les professionnels accrédités et y associer le grand public ;
- être exemplaire en matière de développement durable.

2023 verra ainsi une première édition de préfiguration avant de monter en puissance en 2024. La programmation du nouveau Midem sera prochainement dévoilée.

## Annexes

### La reprise du Midem : une opération qui s'inscrit dans la stratégie « Cannes On Air »

Le maintien et le développement d'évènements prestigieux et récurrents d'envergure internationale comme le Midem visent, conformément à la volonté de David Lisnard, à **renforcer le positionnement de Cannes en tant que leader dans les industries créatives et culturelles**. Ils s'inscrivent en cohérence avec la stratégie territoriale « Cannes On Air » dont l'objectif est de faire de la ville un haut lieu d'accompagnement dans toutes les étapes de création d'une œuvre, en plus de sa diffusion, sa promotion et sa consécration.

### À propos d'Hopscotch

Hopscotch est un groupe de communication international créé en France en 1968, dirigé par ses fondateurs et ses managers, tous guidés par une vision d'entrepreneurs portée par la complémentarité des expertises. Le credo d'HOPSCOTCH ? Les « Global PR » qui s'articulent autour d'un mix inédit entre digital, événementiel, influence, relations publiques et marketing services. La société réunit, au sein de son Hub parisien, à Lyon, à Lille et à l'international plus de 800 collaborateurs experts dans tous les métiers de la communication : influence, événement, activation, digitalisation, communication interne, affaires publiques, marketing services...

Convaincu que la valeur d'une entreprise ou organisation réside dans le soin apporté à son capital relationnel, Hopscotch structure ses expertises autour de sa marque propre « Hopscotch » (Event / PR / Travel / Décideurs / Congrès / Luxe), et d'agences spécialisées : Alizeum, heaven, Human to Human, Le Public Système Cinéma, Le Public Système PR, Sagarmatha, Sopexa, Sport&Co et Uniteam.

Hopscotch est une des rares agences de conseil en communication à avoir développé une expertise de production d'évènements culturels comme le « festival du film américain » de Deauville, « Reims Polar », le « festival du film fantastique » de Gérardmer et des évènements rassemblant une communauté sectorielle comme la « Cyber week » à Rennes, le « Mondial de l'Automobile », « L'Usine Extraordinaire » et encore des évènements avec ses enjeux sociétaux comme les « Etoiles du Sport » ou « Solutions COP21 ».

Hopscotch dispose aujourd'hui d'un réseau international intégré, avec 34 bureaux répartis sur 5 continents, permettant une capacité d'intervention partout dans le monde.

Côté sur Euronext Growth Paris (Code ISIN : ALHOP FR 00000 6527 8), le groupe a représenté, en 2021, un volume d'affaires de 153,7 millions € et 66,9 millions € de marge brute.

### À propos d'All Over/Panda Events

All Over/Panda Events, filiale et succursale de la holding NSG Production, est une société de production spécialisée, depuis plus de 7 ans, dans l'organisation d'évènements grand public d'envergure, aux concepts forts et exclusifs, ainsi qu'à haute valeur ajoutée.

Parmi ces évènements All Over organise notamment : « Les Plages Electroniques » à Cannes qui accueillent désormais 55 000 personnes pendant 3 jours sur la plage et au Palais des Festivals, et qui est devenue une référence internationale de ce type d'évènement premium. Le Festival se décline aussi tout au long de l'année en plusieurs concepts originaux tels que « Les P'tites Plages » ou encore « Villa Plages ». Le « Crossover Festival » à Nice, qui rayonne depuis 15 ans en plein centre-ville, et qui, est, désormais, inscrit dans l'agenda de 10 000 azuréens comme étant l'évènement incontournable de la rentrée. De nombreuses déclinaisons naissent aussi de ce festival référence comme par exemple les « Crossover Summer » qui se déroulent tout au long de la saison estivale dans les plus belles communes de la Côte d'Azur (musées, citadelle, remparts...), ou par exemple aussi les soirées Crossover Live, Crossover Club, Crossover Radio. All Over/Panda events est également à l'origine de « La Villa Jamel Comedy Club » qui permet de vivre le stand up autrement, dans une ambiance de pique-nique familial et conviviale, pendant 4 jours pour 3 000 privilégiés dans les jardins classés de la Villa Rothschild à Cannes. Au-delà de ces évènements récurrents, l'équipe définit son activité comme boîte à idées développant et améliorant les pratiques des métiers liés à l'évènementiel et au spectacle : solutions de réduction d'impact carbone, inclusion, formations, sensibilisations, débats, accompagnement d'artistes... All Over/Panda Events se positionne donc comme un opérateur leader et de référence sur son territoire de la Côte d'Azur, fédérateur, et facilitateur de nombreuses collaborations.

### À propos de Pianity

Pianity est la première marketplace française de musique NFT où les artistes et leur communauté se réunissent pour créer, collectionner et échanger des morceaux en éditions limitées.

L'approche pionnière de Pianity, qui inclut l'écoute gratuite pour tous et la possibilité pour les musiciens de transformer leurs morceaux en NFT, offre aux artistes une nouvelle source de revenus leur permettant d'être plus indépendants et de se connecter plus en profondeur avec leurs fans. Grâce à son application mobile, Pianity permet aux artistes et à leurs fans de créer des communautés musicales où les collectionneurs se réunissent au sein Clubs privés pour partager des expériences exclusives et participer au succès de l'artiste.