

LA PRESENTAZIONE. LA NUOVA EDIZIONE DEL MIA DAL 19 AL 23 OTTOBRE

Il mercato dell'audiovisivo a Roma "Evitiamo sovrapposizioni tra eventi"

FRANCO MONTINI

ROMA. Far incontrare le eccellenze internazionali con lo scopo di favorire la diffusione del cinema italiano all'estero e di attrarre nel nostro paese le produzioni straniere. È con questo ambizioso obiettivo che due anni fa è nato il MIA (Mercato Internazionale dell'Audiovisivo), promosso dalle associazioni imprenditoriali di cinema e televisione, con il sostegno dei ministeri dei Beni Culturali (Mibact) e soprattutto dello Sviluppo Economico (Mise), che garantisce all'iniziativa 1,5 dei 1,9 milioni di euro del suo costo. Secondo il ministro dello Sviluppo Economico Carlo Calenda, intervenuto alla presentazione del MIA 2017, è infatti auspicabile lo Stato sostenga una sola manifestazione in ciascun settore, «evitando — ha specificato

— inutili duplicazioni, come avvenuto nell'editoria con saloni del libro che si fanno concorrenza fra loro» e facendo capire che il MISE non è interessato a sviluppare il mercato alla Mostra di Venezia.

Nelle prime due edizioni, il MIA si è svolto in contemporanea con la Festa del Cinema di Roma, quest'anno invece anticiperà la kermesse capitolina ed avrà uno svolgimento autonomo dal 19 al 23 ottobre. «Nessun divorzio — tiene a precisare Lucia Milazzotto, direttrice del MIA — ma semplicemente una scelta decisa per evitare la sovrapposizione con l'American Film Market, il più frequentato appuntamento del settore, che è in programma nelle stesse date della Festa di Roma. Dal 2018 probabilmente torneremo insieme». Ultimo nato fra i grandi appuntamenti del mercato audiovisivo, contrariamente ad altre manifestazione centrate su

specifici settori, il MIA si occupa di tutto l'audiovisivo, cinema, televisione, documentario, e consapevole che gli sviluppi della tecnologia hanno trasformato anche le modalità dei mercati, oltre ad offrire l'occasione di presentare film e serie, oggi facilmente visionabili in rete, punta soprattutto a far incontrare produttori e distributori, per favorire lo sviluppo e la realizzazione di coproduzioni. «E la metà dei progetti presentati e discussi negli anni scorsi al MIA — ricorda la Milazzotto — sono stati concretamente realizzati».

L'edizione 2017 punta ad un'ulteriore crescita e a superare i numeri dello scorso anno, che hanno visto la partecipazione di 1500 accreditati provenienti da 28 paesi, e coinvolgerà anche una sede d'eccellenza: il Palazzo Barberini, che ospiterà incontri e convegni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'INCONTRO

Da sinistra, Vianello, D'Andrea, Leone, Calenda, Zingaretti, Rutelli, Milazzotto

Il ministro Carlo Calenda contro la concorrenza tra manifestazioni di settore "come i saloni del libro"



Cinema

Fuori dalla festa di Roma il Mia punta sui giovani

Satta a pag. 26

Cinema, via dalla Festa di Roma il Mercato punta sui giovani

L'AUDIOVISIVO

Cinema, serie tv, documentari. Tutti insieme appassionatamente, dal 19 al 23 ottobre prossimi, torneranno protagonisti del Mia, il Mercato Italiano dell'Audiovisivo arrivato alla terza edizione ma per la prima volta programmato al di fuori della Festa di Roma. Il temporaneo divorzio è dovuto alle date del festival, dipendenti dal calendario di Santa Cecilia. E dalla necessità che il Mercato sia posizionato tra il MipCom di Cannes e il Los Angeles Film Market, appuntamenti imperdibili per gli operatori del settore. Mentre la Fondazione Cinema per Roma continua ad essere partner dell'iniziativa, Festa e Mia si ricongiungeranno nel 2018.

Novità: quest'anno il Mia si svolgerà nel Distretto Barberini tra il Palazzo e il cinema omonimi e l'Hotel Sina Bernini Bristol. Nel 2016 parteciparono 1500 addetti ai lavori da 58 Paesi. «Siamo incoraggiati dal successo delle passate edizioni», afferma la direttrice Lucia Millazzotto, che promette ora di «far incontrare le eccellenze del mondo e valorizzare la nostra» nel corso di meeting, vetrine di coproduzione, seminari, proiezioni. Un'attenzione tutta

nuova sarà riservata ai progetti per ragazzi e giovani adulti e all'animazione.

GIOCO DI SQUADRA

Prodotto da Anica e Apt, l'associazione dei produttori televisivi, il Mercato è finanziato dalle istituzioni pubbliche (MiBact, Ice, Regione Lazio) e dal Programma Media. Ma il ruolo di protagonista lo svolge il Ministero dello Sviluppo Economico che mette circa un milione e mezzo del milione e 900mila del budget. «Abbiamo creduto fin dall'inizio nel Mia», spiega il ministro Carlo Calenda, che inserirà l'investimento triennale anche nella prossima legge di bilancio, «abbiamo recepito la richiesta dell'industria che reclamava un mercato, in un dato momento dell'anno e proprio a Roma. Ascoltati gli operatori del settore, abbiamo appoggiato l'iniziativa che, coerentemente con le nostre strategie di politica industriale e insieme con la nuova legge sul cinema, permette di portare l'Italia all'estero e l'estero in Italia. Siamo un Paese maturo con tassi di crescita limitati o stabili ma con un enorme potenziale».

Servono investimenti potenti, aggiunge il ministro, e scelte nette: «Dobbiamo puntare al consolidamento del settore, non alla polverizzazione». Per capirsi: «Mi pare che sulla questione dei vari

saloni del libro ci sia un approccio vagamente autolesionista». E nessun conflitto con il mercato della Mostra di Venezia: «Mi sembrano avere vocazioni differenti. Massima libertà per le scelte di tutti, qui si parla dei nostri finanziamenti legati alle esigenze che ci hanno esposto gli operatori del settore». Tanto più, aggiunge il capo dei distributori Andrea Occhipinti, che «Venezia subisce la concorrenza del Mercato di Toronto che si svolge in simultanea».

Nicola Zingaretti, presidente della Regione, s'impegna a garantire al Mia «un network di collaborazione conseguente al nostro impegno nell'audiovisivo: con 22 milioni investiti ogni anno, siamo la seconda regione d'Europa dopo la Germania e prima della Francia». Francesco Rutelli, presidente dell'Anica, riconosce che il Mia è frutto «di un lavoro di squadra, in Italia sempre evocato e poco praticato». Giancarlo Leone, alla guida di Apt, ricorda che «il racconto italiano diventa sempre più internazionale, pur mantenendo la propria specificità». Insomma, a ottobre il Sistema Italia torna protagonista al Mia, dove erano stati discussi i progetti dei film *Cuori puri* di Roberto De Paolis, *The Party* di Sally Potter, *Mobile Homes* di De Fontenay. Tutti poi invitati a Cannes.

Gloria Satta



IL FILM

Selene Caramazza è Agnese nel film di Roberto De Paolis "Cuori puri" presentato alla Quinzaine des Réalisateurs al Festival di Cannes 2017

QUEST'ANNO IL MIA DAL 19 AL 23 OTTOBRE NELLA ZONA DI PIAZZA BARBERINI. IL MINISTRO CALENDÀ: «CREDIAMO NEL PROGETTO»

Mia, il Mercato audiovisivo a Roma tra cinema e tv

DI GIANFRANCO FERRONI

Mia, il Mercato internazionale audiovisivo, può essere una grande occasione per rilanciare la capitale. Ne è convinto il ministro per lo Sviluppo economico Carlo Calenda, che ieri ha detto che a Roma «stiamo lavorando per fare una mappatura per le cose che si possono fare e per aiutarla a emergere». E così, via libera all'appuntamento con la convention dedicata ai produttori e i distributori di film e serie tv organizzata dall'Anica guidata da Francesco Rutelli e dall'Apt - Associazione produttori televisivi presieduta da Giancarlo Leone, assieme alle associazioni di categoria e imprenditori del settore audiovisivo, dal 19 al 23 ottobre. «Matching Excellence» è lo slogan scelto per questa terza edizione, che vedrà 1.500 partecipanti accreditati, provenienti da 58 nazioni. L'iniziativa è finanziata da Mise, Mibact, Ice, regione Lazio e programma Media. Tre le sezioni in programma del Mia: cinema, tv e doc, presentando unitariamente il sistema Italia sulla scena internazionale. Tra i programmi speciali, Yas (Young adult spot light), spazio trasversale tra cinema e tv, segnalando il prodotto kids&teens e young adult nelle varie fasi di sviluppo e con diverse declinazioni. Protagonista di Yas quest'anno sarà la graphic novel. Altra sezione speciale sarà dedicata all'animazione. L'edizione di ottobre verrà allestita nel «distretto Barberini», coinvolgendo il museo statale, l'albergo del gruppo Sina e la sala cinematografica. Budget previsto 1,9 milioni. Gli organizzatori sottolineano che più del 50% dei progetti selezionati nelle scorse edizioni è stato accompagnato fino alla produzione. Per il presidente della regione Lazio Nicola Zingaretti «l'obiettivo è far trovare a questa manifestazione un habitat amichevole, costruendo un network di collaborazione. Abbiamo costruito una politica dell'audiovisivo, finanziata con 22 milioni l'anno di contributi: il Lazio, in questo, è la seconda regione della Ue per sostegno all'audiovisivo, dopo Berlino e prima di Parigi». E annunciando la presentazione di «un nuovo bando da 9 milioni della programmazione Ue a sostegno delle imprese digitali della creatività e dell'audiovisivo. Ci sarà poi un nuovo bando da 1,5 milioni a sostegno dei cinema e dei teatri».



A Roma dal 19 al 23 ottobre

Mercato audiovisivo, incontro di eccellenze tra cinema e tv

Lucia Milazzotto, direttore editoriale del Mia (Mercato internazionale audiovisivo), annuncia che la manifestazione, per la prima volta, sarà distaccata dalla Festa del cinema di Roma (26 ottobre-5 novembre), visto che si terrà dal 19 al 23 ottobre. «Si tratta di una contingenza non voluta: le date della Festa sono legate



alla disponibilità dell'Auditorium, mentre il Mia deve tenersi per forza dopo il Mipcom di Cannes e prima dell'American Film Market», ha spiegato il presidente dell'Anica Francesco Rutelli», dal 2018 le due manifestazioni saranno di nuovo in sincrono». La Milazzotto ha tratto il bilancio delle prime

edizioni: «Con 1.500 accreditati da 58 nazioni il Mia è appuntamento esclusivo per i produttori e distributori di contenuti, film e serie televisive. È nato due anni fa, il 10 luglio 2015, sono stati due anni di rodaggio, ma anche di successi, visto che sono state realizzate più del cinquanta per cento delle storie presentate da

noi. L'obiettivo della manifestazione è sempre lo stesso: portare l'Italia all'estero e l'estero in Italia. Per questo la sinergia qui realizzata tra chi il cinema e il prodotto audiovisivo produce, con istituzioni come il ministero dei Beni culturali, quello dello Sviluppo economico e la regione Lazio, sono fondamentali».

O.C.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La strategia per non fare la fine di Monti

Da destra a sinistra: Calenda sgomita per un posto al sole

■ ■ ■ La mattina a una conferenza stampa con Francesco Rutelli, per la presentazione del Mercato internazionale audiovisivo. Il pomeriggio con Pier Luigi Bersani a un convegno sull'efficienza energetica della fondazione Nens, creatura dell'ex ministro delle Finanze Vincenzo Visco. La determinazione con cui Carlo Calenda smentisce una sua discesa in campo («è esclusa da sempre», ha detto ieri) va di pari passo con la rete trasversale che attorno a lui si sta creando. E che non riguarda solo il centro o la destra liberale. Certo, in quell'area c'è una sintonia più naturale. Ma anche a sinistra in molti guardano al ministro dello Sviluppo economico. Soprattutto in funzione anti-renziana, essendo l'uomo, nel governo, che più ha criticato pubblicamente Renzi. L'agenda di ieri, tra Rutelli e Bersani, era esemplare.

«La mia area politica di riferimento», ha detto ieri Calenda, «è Paolo Gentiloni». Ed è tornato sulla necessità di un piano industriale per il Paese, «necessario per gli obiettivi, le risorse e le priorità», così come a suo avviso è indispensabile costruire «una squadra ampia», che coinvolga anche i «corpi intermedi». Mentre ha dato ragione a Renzi sul fatto che «la discussione sulle alleanze, a prescindere dai contenuti, è inutile e non interessa a nessuno».

Cosa farà nella prossima legislatura? «Che ne so. Mi dovrò trovare un lavoro», ha detto arrivando al convegno di Nens. Per ora resiste ai tanti corteggiamenti di cui è oggetto. Il fatto è che Calenda ha visto la parabola di Mario Monti e non vuole ripeterla. Non vuole creare l'ennesimo partitino. Piuttosto, lavora a fare la «riserva della Repubblica». Ministro o presidente del Consiglio di un governo di coalizione.

I rapporti con il segretario del Pd, che alcuni mesi fa erano azzerati, ultimamente sono migliorati. Sono tornati a sentirsi. «Con Renzi», ha detto ieri, «ho sempre avuto un rapporto costante, lo sento quotidianamente. È un rapporto molto franco. Quando non ci siamo trovati d'accordo su una cosa ce lo siamo detti in modo molto diretto. Il più delle volte ci scambiamo idee e opinioni ed è molto utile». Il segretario del Pd gli ha chiesto di non lanciarsi in avventure centriste e, dicono, gli ha proposto di correre da capolista in uno dei cento seggi sicuri. Anche ieri Calenda non è stato zitto rispetto alla proposta del segretario del Pd sul fiscal compact, esprimendo qualche perplessità: le proposte di Renzi «mi convincono se sono articolate come un piano industriale concreto che

puntando su pochi fattori di crescita del Paese, sia in grado di accelerare il processo oggi in atto, cioè agganciare la domanda internazionale». Per esempio, «la defiscalizzazione degli investimenti o l'abbattimento del cuneo fiscale contributi o ancora la defiscalizzazione della produttività hanno un senso». Mentre «altri tipi di detassazione non sono sbagliati, perché meno tasse va benissimo, ma sono meno utili».

Per ora Calenda non si sbilancia con nessuno. Coltiva il rapporto con Gentiloni, molto buono. «Mi trovo molto bene col presidente del consiglio», ha detto ieri, «sia dal punto di vista della linea politica sia dal punto di vista della metodologia di lavoro. Non avendo un partito, l'unica area di riferimento mi sembra la sua». Per il resto continua a tessere la sua tela con associazioni di categoria, fondazioni, imprenditori, sindacati.

EL. CA.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Carlo Calenda [LaPresse]



In autunno il meeting dei produttori tv

Nella cornice di Piazza Barberini a Roma dal 19 al 23 ottobre si terrà la terza edizione del MIA (Mercato Internazionale Audiovisivo), l'appuntamento per i produttori di film e serie tv transnazionali. Tra le sezioni previste: MIACINEMA, mercato di co-produzione che ha generato una piattaforma di riferimento per l'industria e MIATV, un appuntamento per favorire nuove opportunità di business.



MIA - Mercato Internazionale Audiovisivo: Gerundio vince la gara per la comunicazione globale

La manifestazione si terrà a Roma, dal 19 al 23 ottobre 2017. Un appuntamento destinato a segnare un importante punto di svolta, dove produttori e distributori di contenuti potranno affermare la centralità della industry tricolore

33

Gare MIA 2017 - Mercato Internazionale Audiovisivo: Gerundio vince il pitch per la comunicazione globale

La manifestazione si terrà a Roma, dal 19 al 23 ottobre. Un appuntamento destinato a segnare un importante punto di svolta, dove produttori e distributori di contenuti avranno a disposizione uno strumento unico per affermare la centralità della industry e apprezzare il ruolo fondamentale che sta caratterizzando la produzione italiana

di Marino Bologan



Gerundio, creative company di Roma fondata da Ramon Sembianza e Andrea Sebastiani - specializzata nel riposizionamento strategico dei brand -, si è aggiudicata la gara indetta da MIA (Mercato Internazionale Audiovisivo) e si occuperà dello sviluppo di concept e immagine della campagna di comunicazione, dell'ideazione e progettazione di tutti i materiali video e degli allestimenti, dell'ideazione e design dei materiali per le campagne di comunicazione esterna atl e btl. Il nuovo marchio disegnato da Gerundio accompagna il nuovo payoff "Matching Excellence", studiato per valorizzare e sottolineare la valenza del MIA come primo hub italiano per tutti i segmenti del prodotto audiovisivo (cinema, tv, doc). Inoltre, Gerundio ha realizzato il nuovo sito web (www.miamarket.it/it), volto a lanciare la terza edizione del MIA che si terrà a Roma dal 19 al 23 ottobre 2017, appuntamento che segnerà un importante punto di svolta per il mercato nazionale e internazionale dell'audiovisivo dove produttori e distributori di contenuti avranno a disposizione uno strumento unico per affermare la cen-



In queste immagini, a partire da sinistra, Ramon Sembianza e Andrea Sebastiani

tralità dell'industria dell'audiovisivo e apprezzare il ruolo fondamentale della produzione italiana.

Obiettivi ambiziosi

"Siamo orgogliosi - dichiara Andrea Sebastiani - di poter lavorare su questo progetto che, da un lato, amplia il parterre di clienti internazionali della nostra agenzia e, dall'altro, ci permetterà di accompagnare un marchio importante come il MIA verso il raggiungimento del suo ambizioso obiettivo di posizio-

narsi tra i primi e principali mercati del mondo, come luogo di incontro privilegiato in cui incontrare i più prestigiosi e importanti partner per lo sviluppo industriale di film, serie drama, documentari, factual e animazione. Tutto questo - conclude Sebastiani - in un'ottica di valorizzazione dell'eccellenza italiana".

Punto d'incontro per i key-player

Dunque, la terza edizione della kermesse si terrà nella Capitale in autunno, e il Distretto Barbe-

rini diventerà punto d'incontro per i key-player dell'industria del cinema, della tv e del documentario. Con 1.500 accreditati da 58 Paesi nelle precedenti edizioni, MIA è l'appuntamento esclusivo per i produttori e distributori di contenuti, film e serie televisive transnazionali e di alto valore industriale, affermatosi allo stesso tempo come un volano importante per promuovere la capacità produttiva, il sistema audiovisivo italiano, il know-how e le expertise del nostro paese a livello internazionale.

Ideatori e produttori

MIA è ideato, realizzato e prodotto da ANICA (Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche e Audiovisive) e APT (Associazione Produttori Televisivi). La partecipazione delle associazioni di categoria, per la prima volta coinvolte direttamente nel ridisegnare il progetto di mercato, rende il MIA un'iniziativa che risponde in maniera sartoriale alle esigenze dell'industria di cui è espressione e diventa una reale occasione di presentazione unitaria del "sistema Italia" sulla scena internazionale. Per l'edizione 2017 cambia, quindi, anche l'identità visiva ▶



Un momento della conferenza stampa di presentazione dell'edizione 2017 di MIA, a Roma dal prossimo 19 ottobre

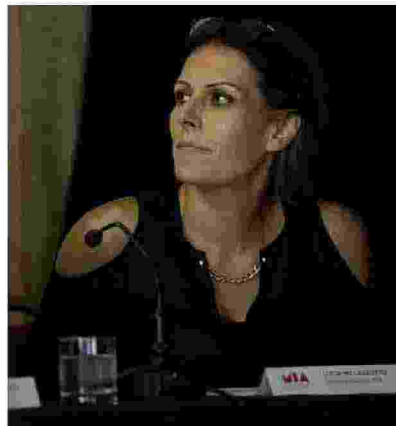
con un nuovo claim, "Matching Excellence", e il nuovo logo descritto in precedenza. Entrambi sottolineano il posizionamento che il mercato ha assunto nel panorama degli appuntamenti internazionali dedicati all'industria audiovisiva: quello di un hub frequentato dai leader del mercato dove l'eccellenza italiana è protagonista.

Location e finanziamenti

Tra le altre novità di questa edizione, la location: il MIA vivrà le proprie attività nel "distretto" di Piazza Barberini, da Palazzo Barberini all'Hotel Bernini Bristol, fino al Cinema Barberini. Inoltre, MIA è finanziato da Ministero dello Sviluppo Economico, ICE, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, Regione Lazio, e dal programma MEDIA. Tra i partner spiccano la Fondazione Cinema per Roma e il Fondo Eurimages del Consiglio d'Europa. E ancora, MIA si avvale di un comitato editoriale che comprende, oltre ad ANICA e APT, Cartoon IT, 100 Autori, Italian Film Commissions, UNEFA.

Il programma

Tre le sezioni previste per l'edizione 2017 c'è "MIA Cinema", un mercato di co-produzione che ha accompagnato, fino alla realizzazione, più del 50% dei progetti selezionati nel corso delle passate edizioni e una piattaforma di riferimento per l'industria europea nella stagione autunnale, dove vedere e acquistare le produzioni più recenti del cinema indipendente e di qualità con 120 proiezioni in quattro giorni, oltre alla vetrina "What's Next Italy". Un'altra sezione è "MIA Tv", appuntamento selezionato di alto profilo per l'industria televisiva mondiale, con l'obiettivo principale di favorire il confronto e il networking, partnership, accordi e nuove opportunità di business in un momento di profonda trasformazione dell'industria italiana. Tra gli appuntamenti più attesi, la seconda edizione del "Drama Series Pitching Forum" e, per la prima



In questa foto, da sinistra: Francesco Rutelli, Presidente Anica; Carlo Calenda, Ministro per lo Sviluppo Economico; Lucia Milazzotto, Direttore Editoriale MIA; Giancarlo Leone, Presidente APT



Nelle foto di questa pagina: in alto, Lucia Milazzotto. Qui sopra, da sinistra: Giancarlo Leone, Carlo Calenda e Nicola Zingaretti, Presidente della Regione Lazio. Qui a fianco: Francesco Rutelli, alla sua sinistra, Giampaolo D'Andrea, capo di gabinetto al Ministero per i Beni e le Attività culturali e Turismo

volta, gli "Italian TV Upfront". Infine, terza sezione è "MIA Doc", un boutique market al servizio delle aziende italiane, una piattaforma selettiva ed efficiente a sostegno delle co-produzioni e della distribuzione di documentari e factual. Al centro del "Co-production Market & Pitching Forum", nel 2017, l'investigative, current affairs e human interest.

Conferme e premi

MIA 2017 conferma anche alcuni programmi speciali: YAS (Young adult spotlight) è uno spazio che si snoda in maniera trasversale tra cinema e tv, segnalando nei diversi

segmenti presenti al MIA il prodotto kids&teens e young adult nelle varie fasi di sviluppo e con diverse declinazioni: dai pitch ai panel, dagli screenings di mercato a vere e proprie anteprime. Protagonista di YAS, quest'anno, sarà la graphic novel. Un'altra sezione speciale è dedicata all'animazione, tra le forme più efficaci e innovative della narrazione cine-audiovisiva. Riconoscendo a MIA un importante ruolo nel sostegno alle co-produzioni e alle relazioni di business intorno ai grandi progetti internazionali, il Fondo Eurimages ha confermato per il terzo anno di seguito il Premio al Miglior

progetto di MIA Cinema. EDI Effetti Digitali Italiani (azienda leader nel settore dei VFX) inaugura, invece, il MIA EDI Visionary Award, dedicato a quei progetti di cinema, serie tv e documentario che si contraddistinguono per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi. Tra gli eventi ospitati dal MIA 2017 spicca, poi, anche la sesta edizione del Premio Carlo Bixio: i giovani autori di età compresa tra i 18 e i 30 anni sono chiamati a cimentarsi in un progetto di serialità senza limiti di genere, ma che abbia qualità di internazionalizzazione. ■

MERCATO INTERNAZIONALE DELL'AUDIOVISIVO

La terza edizione del Mia nel «distretto» Barberini

GIOVANNA BRANCA
Roma

«La missione è portare l'Italia all'estero e viceversa», dice il Ministro dello Sviluppo economico Carlo Calenda, a cui fa eco il presidente dell'Anica Francesco Rutelli e anche Lucia Milazotto, direttrice del Mia, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo - la cui terza edizione (9-23 ottobre) è stata presentata ieri a Roma - nato proprio per favorire i contatti e la cooperazione tra l'industria italiana e quella estera.

IL PROGRAMMA DEL 2017- che si articolerà intorno a tre settori:

cinema, televisione e documentario - verrà però presentato a settembre. Di modo che l'incontro romano - a cui partecipano anche il Presidente della Regione Lazio Nicola Zingaretti e il presidente dell'Apt Giancarlo Leone - diventa occasione soprattutto per una promozione istituzionale. «Nel primo trimestre del 2017 l'export dell'Audiovisivo del Lazio è aumentato del 43%» sottolinea infatti Zingaretti, che spiega come quest'anno la Regione prenderà parte al Mia con un contributo diretto, e che proprio al Mercato dell'Audiovisivo presenterà la seconda parte del bando da 5 milioni di

euro, in sostegno delle produzioni internazionali.

A ESSO si aggiungeranno un bando da un 1 milione e mezzo per le sale cinematografiche e un altro da 9 milioni «a sostegno delle imprese digitali della creatività e dell'audiovisivo». Le novità della terza edizione del Miasono la data - quest'anno non si svolgerà in contemporanea con la Festa del cinema di Roma - e il luogo, che come spiega Rutelli sarà il «distretto» Barberini tra il cinema, l'Hotel Bernini e lo stesso Palazzo Barberini.

NON CAMBIA invece il budget (circa 1,9 milioni) fornito da Ministero dello Sviluppo Economi-

co, Mibact, Istituto del Commercio Estero, Regione Lazio e Creative Europe. Una delle priorità sottolineate da tutti è, con le parole di Zingaretti, l'istituzione di un «Network di collaborazione» fra diverse istituzioni che «costruisca un sistema invece di mettere in concorrenza eventi simili».

Il Mia è dunque il Mercato italiano su cui si è deciso di puntare - «Lo metterò nel budget della prossima legge di bilancio» dice infatti Calenda - con buona pace dei tentativi di far nascere un mercato al Festival di Venezia, dato che in quel periodo - interviene Andrea Occhipinti - gli operatori dell'industria audiovisiva «sono tutti a Toronto».



3° Mercato Audiovisivo

**Il MIA
si presenta**

Torna il Mercato Internazionale Audiovisivo: a Roma dal 19 al 23 ottobre. MIA è l'appuntamento doc per produttori e distributori di contenuti, film e serie tv, voluto da Anica e Api. metro

The bottom right corner of the page contains a newspaper clipping and several advertisements. The clipping features a headline "Il generale Neeson in Operation Chromite" and a photograph of a man in a military uniform. Below the clipping are several small advertisements, including one for "Corsi AGENFOR" and another for "RIMBORSATO".

Lazio: audiovisivo, Zingaretti: «10,5 milioni con nuovo bando»

"Noi vogliamo dare una mano al Mia ed essere presenti con l'obiettivo di far trovare a questa manifestazione un habitat amichevole, costruendo un network di collaborazione che superi l'idea, vecchia, di mettere in concorrenza le 'perle' che abbiamo". Lo ha detto il presidente della Regione Lazio, Nicola ZINGARETTI, che questa mattina ha partecipato con il ministro allo Sviluppo economico, Carlo Calenda, alla presentazione della Terza edizione del Mia, mercato internazionale dell'audiovisivo. "Abbiamo sempre collaborato per costruire un sistema e avere tante ricchezze puo' non essere una forza se queste sono isolate - ha spiegato -. Abbiamo costruito una politica dell'audiovisivo, finanziata con 22 milioni l'anno di contributi. Il Lazio, in questo, e' la seconda regione dell'Ue per sostegno all'audiovisivo, dopo Berlino e prima di Parigi, con cui siamo in contatto". "Tutto cio' che accade nel Lazio - ha proseguito ZINGARETTI - deve trovare un sistema di attori pubblici e privati con una Regione che tenta di essere sistema e di rafforzarlo. Abbiamo una 'task force' dell'audiovisivo e la grande forza della programmazione dei fondi europei 2014-20 a sostegno delle politiche di network. Nel primo trimestre del 2017 l'export di questo settore e' aumentato del 43 per cento rispetto allo scorso anno, un risultato anche figlio di un sistema che ha trovato forza e dovra' aumentarla. Quest'anno saremo presenti al Mia con un contributo diretto e presenteremo la seconda tranche, che vale 5 milioni, del bando Lazio Cinema International a sostegno delle produzioni internazionali". "Rilanceremo una piattaforma di promozione delle 2000 location del Lazio, costruiremo una sinergia che si amplia anche al turismo e alla promozione territoriale - ha concluso ZINGARETTI -. Il sistema delle coproduzioni sta funzionando, sta trasformando questi territori, vediamo gia' dei risultati. Presenteremo poi un nuovo bando da 9 milioni della programmazione Ue a sostegno delle imprese digitali della creativita' e dell'audiovisivo. Ci sara' poi un nuovo bando da 1,5 milioni a sostegno dei cinema e dei teatri. Il nostro obiettivo ora e' non far spegnere questa luce. Rafforzare il Mia e' una grande opportunita' per costruire questa sintesi tra cultura e industria, e' un nostro dovere".



Nuovo impulso allo sviluppo del settore Audiovisivo, la Regione protagonista del "Mia"

La Regione Lazio presente da protagonista alla terza edizione del Mia, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo: si tratta di un settore in cui la Regione Lazio sta investendo molto. 22mln di euro le risorse investite nei diversi segmenti dell'audiovisivo: dalla produzione alla fruizione, dalla scelta delle location alla promozione nei mercati internazionali, anzitutto tramite il sostegno alle coproduzioni. Un'azione a tutto campo per sviluppare una delle principali vocazioni del nostro territorio e dell'intero Paese. Il Lazio, tra l'altro, è la prima regione italiana per investimenti in questo settore, tra le prime tre al livello europeo. L'impegno della Regione per dare un nuovo impulso allo sviluppo del settore:

La creazione di un sistema coeso per fare del Lazio un punto di riferimento nazionale per lo sviluppo dell'audiovisivo. I numeri dicono che questo sistema ora esiste e sta crescendo. Per questo è stato importante il dialogo con il Governo e in particolare con il Ministero dello Sviluppo

e con il Mibact, che hanno accompagnato e sostenuto lo sforzo della Regione Lazio. Il Mia è uno dei frutti più importanti di questa collaborazione.

Le altre azioni:

Sviluppare la dimensione industriale. Un secondo importante obiettivo è sta-

to quello di mettere insieme due elementi: la dimensione culturale del cinema e dell'audiovisivo e il suo aspetto industriale. La creatività e i talenti da soli non bastano: serve un sistema che aiuti le buone idee a svilupparsi e realizzarsi, a trovare finanziamenti e mercati.

Sostenere la vocazione internazionale: il terzo importante obiettivo è quello di sviluppare la vocazione internazionale del settore multi-

plicando le occasioni per collocare l'audiovisivo del Lazio in una dimensione internazionale. Il tutto con iniziative inedite, come il bando sulle coproduzioni; con una presenza stabile nelle più importanti fiere internazionali.



Nicola Zingaretti

ANNUNCIO DI ZINGARETTI*Bando Lazio Cinema
da 5 milioni di euro*

Intervenendo ieri alla conferenza stampa di presentazione della terza edizione del Mia-Mercato internazionale audiovisivo, presso l'Hotel Bristol in piazza Barberini a Roma, il presidente della Regione Lazio, Nicola Zingaretti, ha spiegato: «Quest'anno saremo presenti al Mia con un contributo diretto, e presenteremo la seconda tranche, che vale 5 milioni, del bando Lazio Cinema international a sostegno delle produzioni internazionali. Rilanceremo una piattaforma di promozione delle 2000 location del Lazio, per costruire una sinergia che si amplia anche al turismo e alla promozione territoriale» ha aggiunto. «Il sistema delle co-produzioni sta funzionando» ha proseguito Zingaretti «trasformando questi territori, vediamo già dei risultati. Presenteremo poi un nuovo bando da 9 milioni della programmazione Ue a sostegno delle imprese digitali della creatività e dell'audiovisivo. Ci sarà poi un nuovo bando da 1,5 milioni a sostegno dei cinema e dei teatri. Il nostro obiettivo ora è non far spegnere questa luce. Rafforzare il Mia e' una grande opportunità per costruire questa sintesi tra cultura e industria, è un nostro dovere».

**IL PRESIDENTE
NICOLA ZINGARETTI**

REGIONE E SITO LAZIO

Flash mob contro la chiusura delle fontanelle pubbliche romane

Agrifarm
VENDITA E ASSISTENZA
RIVENDITORE DELLE MIGLIORI MARCHE
PER L'ORNITOLOGIA

MANITOWBA VERGHE-LAGA L'ORNITALEA
NEW GUNNIZ