

DANIELE MIGNARDI
PROMOPRESS AGENCY



MIA | MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO

EDIZIONE #6

ROMA, 14 - 18 OTTOBRE 2020

*Rassegna stampa
Aggiornata a lunedì 19 ottobre 2020*

AGGIORNAMENTO DI LUNEDÌ 19 OTTOBRE

IL GIORNALE p31 DEL 19/10/2020

Lino Guanciale al MIA MARKET: sono un (tre volte) fantasma

IL MESSAGGERO p28 DEL 19/10/2020

MIA oltre 8000 presente all'evento romano

IL TEMPO p18 DEL 19/10/2020

Numeri da record per il MIA

IL MATTINO / IL MATTINO DI PADOVA p33 DEL 19/10/2020

Gonnella: diventerà serie il progetto sulla Fallaci

LA SICILIA p14 DEL 19/10/2020

Miriam Leone vestirà i panni dell'inviata Oriana Fallaci

LA PROVINCIA / LA NUOVA DI VENEZIA MESTRE p34 DEL 19/10/2020

Gonnella: diventerà serie il progetto sulla Fallaci

VARIETY

Titolo/ Rome's MIA Market Successfully Pulls Off Hybrid Feat as 'Miss Fallaci Takes America' Wins Drama Project Prize

<https://variety.com/2020/tv/news/rome-mia-market-miss-fallaci-takes-america-1234808727/amp/>

IMDB

Titolo/ Rome's MIA Market Successfully Pulls Off Hybrid Feat as 'Miss Fallaci Takes America' Wins Drama Project Prize

<https://www.imdb.com/news/ni63061888/>

ANSA

Titolo/ Si chiude il Mia, boom presenze online e on site

https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/cinema/2020/10/18/si-chiude-il-mia-boom-presenze-online-e-on-site-20_76010e12-1473-49f5-81f0-b6a0d7e6b65f.html

ADNKRONOS

Titolo/ Si chiude il Mia, oltre 3mila presenze e 1800 accreditati

https://www.adnkronos.com/intrattenimento/spettacolo/2020/10/18/chiude-mia-oltre-mila-presenze-accreditati_JllhaQ2zPEHzH9AjHv4G0J.html

LA PRESSE

Titolo/ Cinema, successo per MIA MARKET 2020: 8mila presenze fisiche e online da 50 Paesi

https://www.lapresse.it/spettacoli/cinema_successo_per_mia_market_2020_8mila_presenze_fisiche_e_online_da_50_paesi-3104478/news/2020-10-18/

AGCULT

Titolo/ Audiovisivo, conclusa VI edizione del Mia. Boom di presenze: 8000 mila on site e online

<https://agcult.it/a/26114/2020-10-18/audiovisivo-conclusa-vi-edizione-del-mia-boom-di-presenze-8000-mila-on-site-e-online>

PRIMA COMUNICAZIONE

Titolo/ Mia, boom di presenze: 800mila visite on site e online, tantissimi gli stranieri da 50 Paesi

<https://www.primaonline.it/2020/10/19/314110/mia-boom-di-presenze-800mila-visite-on-site-e-online-centinaia-di-stranieri-di-50-paesi/>

EDUESSE

Titolo/ Tutti i numeri del MIA 2020

<http://www.e-uesse.it/News/Cinema/Tutti-i-numeri-del-MIA-2020-251419>

ROMA TODAY

Titolo/ MIA: 8mila presenze al primo evento ibrido del 2020

<https://www.romatoday.it/eventi/cultura/mia-sesta-edizione-ibrida-2020.html>

CINECITTÀ NEWS

Titolo/ La serie su Oriana Fallaci tra i vincitori del MIA

<https://news.cinecitta.com/IT/it-it/news/53/83749/la-serie-su-oriana-fallaci-tra-i-vincitori-del-mia.aspx>

CINEMA E VIDEO INTERNATIONAL

Titolo/ Concluso il MIA: nell'incertezza vince il futuro

<https://preview.mailerlite.com/l8f0k0/1535317948648920167/x1f1/>

Titolo/ MIA: premiati Miss Fallaci e Darkside

<https://www.cinemaevideo.it/mia-premiati-miss-fallaci-e-darkside>

Titolo/ VIRTUAL PRODUCTION, VR e GAMES: il MIA guarda al FUTURO

<https://www.cinemaevideo.it/realta-games-e-produzione-virtuale-al-mia>

FRED FILM RADIO

The Soup of the Day – #RomaFF15 – 18 Ottobre 2020 – **Servizio sul MIA dal minuto 36:37 al minuto 38:30**

<http://www.fred.fm/blog/2020/10/18/the-soup-of-the-day-romaff15-18-ottobre-2020/>

YAHOO

Titolo/ Si chiude il Mia, oltre 3mila presenze e 1800 accreditati

<https://it.notizie.yahoo.com/si-chiude-il-mia-oltre-175900873.html>

SPETTACOLO.EU

Titolo/ Nasce Anica Academy, un progetto di formazione nei mestieri dell'audiovisivo

<https://www.spettacolo.eu/anica-academy-formazione-mestieri-audiovisivo/>

B LAB

Titolo/ Cinema, successo per MIA MARKET 2020: 8mila presenze fisiche e online da 50 Paesi

<https://blablive.com/cinema-successo-per-mia-market-2020-8mila-presenze-fisiche-e-online-da-50-paesi/>

AGGIORNAMENTO DI DOMENICA 18 OTTOBRE

AVVENIRE DEL 18/10/2020 PAG. 25

Titolo/ Anica lancia l'Academy per formare professionisti

VARIETY

Titolo/ European Arthouse Distributors Grapple With Pandemic Amid Wider Industry Uncertainty

<https://variety.com/2020/film/global/european-arthouse-distributors-coronavirus-1234808476/>

Titolo/ ViacomCBS International Studios Announces Plans to Ramp Up Production in Southern Europe

<https://variety.com/2020/tv/global/viacomcbs-international-studios-southern-europe-plans-1234808469/>

Titolo/ 'Money Heist' Director Alex Rodrigo on Speaking Truth to Power in Feature Debut 'The Last Shot'

<https://variety.com/2020/film/global/money-heist-director-alex-rodrigo-the-last-shot-1234807419/>

LA PRESSE

Titolo/ Ecco tutti i premiati del MIA | MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO

https://www.lapresse.it/spettacoli/cinema/ecco_tutti_i_premiati_del_mia_mercato_internazionale_audiovisivo-3102190/news/2020-10-17/

Titolo/ Il fratello di 'Che' Guevara al Mia: "Dobbiamo vederlo come un uomo, non un mito"

https://www.lapresse.it/spettacoli/cinema/il_fratello_di_che_guevara_al_mia_dobbiamo vederlo come un uomo non un mito -3099527/video/2020-10-17/

AGCULT

Titolo/ Audiovisivo, ecco tutti i premiati della sesta edizione di MIA

<https://agcult.it/a/26099/2020-10-17/audiovisivo-ecco-tutti-i-premiati-della-sesta-edizione-di-mia>

IL SOLE 24 ORE

Titolo/ Mia, il mercato dell'audiovisivo guarda al futuro. Franceschini: «Continueremo a investire sul cinema»

L'evento dedicato all'intero sistema cine-audiovisivo italiano, è pensato per incrementare l'esportazione di prodotto, le co-produzioni e le relazioni di business a livello internazionale

<https://www.ilsole24ore.com/art/mia-mercato-dell-audiovisivo-punta-creativita-e-guarda-futuro-franceschini-continueremo-investire-cinema-ADOKIhw>

LEGGO

Titolo/ MIA - Mercato internazionale audiovisivo: ecco tutti i premiati della sesta edizione

https://www.leggo.it/spettacoli/televisione/mia_mercato_internazionale_audiovisivo_ecco_tutti_i_premiati_della_sesta_edizione-5529870.html

E-DUESSE

Titolo/ MIA, TUTTI I VINCITORI DELLA 6ª EDIZIONE

<http://www.e-duesse.it/News/Cinema/MIA-tutti-i-vincitori-della-6a-edizione-251417>

TV BLOG

Titolo/ Sopravvissuti, presentato il mystery drama co-prodotto da Rai Fiction, France Tv e Zdf: trama e cast

<https://www.tvblog.it/post/sopravvissuti-fiction-raiuno-cast>

INVESTIMENTO FINANZA ITALIANO

Titolo/ Mia, il mercato dell'audiovisivo guarda al futuro. Franceschini: «Continueremo a investire sul cinema»

<https://investimentoefinanzaitaliano.it/2020/10/17/mia-il-mercato-dellaudiovisivo-guarda-al-futuro-franceschini-continueremo-a-investire-sul-cinema/>

AGGIORNAMENTO DI SABATO 17 OTTOBRE

CORRIERE DELLA SERA p54 DEL 17/10/2020

Titolo/Anica Academy: I produttori uniti per la formazione dell'audiovisivo

IL MESSAGGERO p50 DEL 17/10/2020

Titolo/ Cinema e Audiovisivo arriva un'accademia per i futuri talenti

ITALIA OGGI p19 DEL 17/10/2020

Titolo/ Nasce la fondazione Anica Academy

TGR DEL 16/10/2020 ORE 14.00 – Dal minuto 14.43

<https://www.rainews.it/tgr/lazio/notiziari/index.html?tgr/video/2020/10/ContentItem-22c22e8e-06e0-407d-939e-81c2fcf2064f.html>

VARIETY

Titolo/ Top TV Execs at Rome's MIA Market See No Signs of Slowdown for Global Production Boom

<https://variety.com/2020/tv/global/rome-mia-market-international-tv-production-1234807258/>

Titolo/ Amazon Orders Italian Heist Series 'Everybody Loves Diamonds'

<https://variety.com/2020/digital/global/mia-amazon-everybody-loves-diamonds-1234807475/>

VARIETY E-SHOW DAILY

<https://view.email.variety.com/?qs=e5a596fb7e7cb93e6b051b95f37f9b7b0a413d21618c1cab20ecfb0effd9aada7b66faa284fd18276da9495534f4e5c2f36205831c2f146ada5dd430656f7c7f2ffd9723e3002a93>

IMDB

Titolo/ Top TV Execs at Rome's MIA Market See No Signs of Slowdown for Global Production Boom

<https://www.imdb.com/news/ni63059926>

SENAL NEWS

Titolo/ Mia Market: Europa Unida Por Un Sector Audiovisual Sustentable

<https://senalnews.com/es/eventos/mia-market-europa-unida-por-un-sector-audiovisual-sustentable>

NEWSBREAK

Titolo/Top TV Execs at Rome's MIA Market See No Signs of Slowdown for Global Production Boom

<https://www.newsbreak.com/news/2083465132943/top-tv-exec-at-romes-mia-market-see-no-signs-of-slowdown-for-global-production-boom>

THE BALTIMORE POST

Titolo/Rome MIA Market Kicks Off With Broad Slate of New European Film, TV, Doc Projects

<https://thebaltimorepost.com/rome-mia-market-kicks-off-with-broad-slate-of-new-european-film-tv-doc-projects/>

ANSA

Titolo/Nasce Anica Academy, produttori uniti per la formazione

https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/cinema/2020/10/16/nasce-anica-academy-produttori-uniti-per-la-formazione_b7d4cfd4-19a6-4432-ada9-ce88221a76b7.html

LAPRESSE

Titolo/Rai Documentari, Duilio Giammaria: è la nuova golden age del documentario

<https://www.lapresse.it/spettacoli/televisione/rai-documentari-duilio-giammaria-e-la-nuova-golden-age-del-documentario-3094284/news/2020-10-16/>

AGCULT

Titolo/Cinema e audiovisivo, nasce la Fondazione Anica Academy

<https://agcult.it/a/26058/2020-10-16/cinema-e-audiovisivo-nasce-la-fondazione-anica-academy>

9 COLONNE

Titolo/ Cinema: Nasce La Fondazione Anica Academy

https://www.9colonne.it/278691/cinema-nasce-la-fondazione-anica-academy-2#.X4qLFUpS_IU

IL SOLE 24 ORE

Titolo/Cinema, Anica Academy per formare nuovi professionisti per l'audiovisivo

<https://www.ilsole24ore.com/art/cinema-anica-academy-formare-nuovi-professionisti-l-audiovisivo-ADCEcUw>

LEGGO.

Titolo/ Annunciato al MIA l'inizio delle riprese di SOPRAVVISSUTI con Lino Guanciale al via il 21 ottobre 2020

https://www.leggo.it/spettacoli/cinema/annunciato_al_mia_l_inizio_delle_riprese_di_sopravvissuti_con_lino_guanciale_al_via_il_21_ottobre_2020-5527853.html

Titolo/ "Sopravvissuti", arriva il mystery-drama nato dall'alleanza fra Rai, France Télévisions e Zdf

https://www.leggo.it/spettacoli/televisione/sopravvissuti_arriva_mystery_drama_nato_alleanza_rai_france_televisions_zdf-5527934.html

LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO

Titolo/Nasce Anica Academy, produttori uniti per la formazione

<https://www.lagazzettadelmezzogiorno.it/news/spettacolo/1254884/nasce-anica-academy-produttori-uniti-per-la-formazione.html>

L'ARENA

Titolo/Nasce Anica Academy, produttori uniti per la formazione

<https://www.larena.it/argomenti/spettacoli/nasce-anica-academy-produttori-uniti-per-la-formazione-1.8293507>

PRIMA ONLINE

Titolo/ Anica punta sulla formazione di talenti per l'audiovisivo e lancia la sua Academy. I fondatori: risposta alle richieste del settore

<https://www.primaonline.it/2020/10/16/314063/anica-punta-sulla-formazione-e-lancia-la-sua-academy/>

Titolo/ Mia 2020: Amazon presenta le nuove produzioni

<https://www.youtube.com/watch?v=S7PQ2-agzig>

EDUESSE

Titolo/ Nasce ANica Academy

<http://www.e-duesse.it/News/Cinema/Nasce-Anica-Academy-251416>

TV ZOOM

Titolo/ Facciamo i conti in tasca a TV e cinema

<https://www.tvzoom.it/2020/10/16/85229/tiziano-ferro-su-amazon-vi-racconto-il-mio-alcolismo/>

FUNWEEK

Titolo/ MIAMarket: è il tempo della meritocrazia, intervista con Lucia Milazzotto Direttrice MIA

<https://www.funweek.it/musica/miamarket-e-il-tempo-della-meritocrazia-intervista-con-lucia-milazzotto-direttrice-mia/>

YAHOO

Titolo/MIAMarket: è il tempo della meritocrazia, intervista con Lucia Milazzotto Direttrice MIA

<https://it.notizie.yahoo.com/miamarket-%C3%A8-il-tempo-della-170816151.html>

MSN

Titolo/Cinema, Anica Academy per formare nuovi professionisti per l'audiovisivo

<https://www.msn.com/it-it/money/mercati/cinema-anica-academy-per-formare-nuovi-professionisti-per-laudiovisivo/ar-BB1a5Rv7>

RADIO E TELEVISION MONITOR

Titolo/ [Chiude 18 ottobre la sesta edizione del MIA Mercato Internazionale Audiovisivo](#)

<https://www.monitor-radiotv.it/w/chiude-18-ottobre-la-sesta-edizione-del-mia-mercato-internazionale-audiovisivo/>

CINEMA ITALIANO.INFO

Titolo/Nasce La Fondazione Anica Academy

<https://www.cinemaitaliano.info/news/59451/nasce-la-fondazione-anica-academy.html>

IL PROFUMO DELLA DOLCEVITA

Titolo/ Piera Detassis, Francesco Rutelli e Giampaolo Letta tra i soci fondatori della Fondazione Anica Academy

<https://www.ilprofumodelladolcevita.com/piera-detassis-francesco-rutelli-e-giampaolo-letta-tra-i-soci-fondatori-della-fondazione-anica-academy/>

TV SERIAL

Titolo/ Riprese di SOPRAVVISSUTI con Lino Guanciale al via il 21 ottobre 2020

<https://www.tvserial.it/sopravvissuti-fiction-uscita-anticipazioni-trama-cast-video/>

OPTIMAGAZINE

Titolo/ Via libera alla fiction Rai Sopravvissuti con Lino Guanciale, primo ciak a Genova. La fiction Rai Sopravvissuti con protagonista Lino Guanciale aprirà molto presto il set: l'ufficialità in occasione del MIA

<https://www.optimagazine.com/2020/10/16/via-libera-alla-fiction-rai-sopravvissuti-con-lino-guanciale-primo-ciak-a-genova/1956816>

MEDIA KEY

Titolo/ "Entierro" di Maura Morales Bergmann selezionato nello showcase Italians Doc It Better del MIA Market di Roma

<https://www.mediakey.tv/leggi-news/entierro-di-maura-morales-bergmann-selezionato-nello-showcase-italians-doc-it-better-del-mia-market-di-roma>

CHE TV FA

Titolo/ LinoGuanciale tra #Sopravvissuti e il remake di #ThisIsUs, su Canale 5 va in scena #LAltraTosca

<http://www.chetvfa.it/affictionati-lino-guanciale-sopravvissuti-remake-this-is-us-canale-5-l-altra-tosca/>

KEY4BIZ

Titolo/Il settore audiovisivo: ripartire insieme dalla legalità, webinar FAPAV/MIA il 19 ottobre 2020

<https://www.key4biz.it/il-settore-audiovisivo-ripartire-insieme-dalla-legalita-webinar-fapav-mia-il-19-ottobre-2020/326253/>

SPETTACOLO ITALIANO

Titolo/Lino Guanciale al Mia Market 2020, annunciato il cast di Sopravvissuti, tutti i titoli degli episodi de "Il Commissario Ricciardi"

<https://www.spettacoloitaliano.it/2020/10/16/lino-guanciale-mia-market-2020/>

DI TUTTO UN POP

Titolo/ Sopravvissuti, iniziate le riprese della serie tv Rai con Lino Guanciale e Barbora Bobulova

<https://www.dituttounpop.it/sopravvissuti-fiction-rai-lino-guanciale-trama-cast-produzione/>

ALLINFO

Titolo/MIA 2020: Torna Il Mercato Internazionale Audiovisivo, Più Di 100 Nuovi Titoli Presentati E 137 Proiezioni In 5 Giorni

<https://allinfo.name/it/mia-2020-torna-il-mercato-internazionale-audiovisivo-piu-di-100-nuovi-titoli-presentati-e-137-proiezioni-in-5-giorni/>

ULTIME NOTIZIE OGGI

Titolo/Cinema, Anica Academy per formare nuovi professionisti per l'audiovisivo

<https://ultimenotizieoggi.it/2020/10/16/cinema-anica-academy-per-formare-nuovi-professionisti-per-laudiovisivo/>

AGGIORNAMENTO DI VENERDÌ 16 OTTOBRE

IL SOLE 24ORE p14 DEL 16/10/2020

Titolo/ Leone (APA), alla Rai vada tutto il canone o produzione a rischio

ITALIA OGGI p19 DEL 16/10/2020

Titolo/ Mia Market: fiction, un mercato da 480 mln

IL MESSAGGERO p27 DEL 16/10/2020

Titolo/ Leone: "Restituire alla Rai 180 milioni"

IL GIORNALE p31 DEL 16/10/2020

titolo/ L'appello di Mia Market: investire più soldi nel canone nelle fiction

LEGGO p2 DEL 16/10/2020

Titolo/ Audiovisivo in crisi "Subito risorse alla Rai per la ripresa"

TG1 DEL 15/10/2020 ORE 17.00 - Dal minuto 7.25

<http://www.tg1.rai.it/dl/tg1/2010/edizioni/ContentSet-c84f2af3-b920-421a-8c13-5f8331ccdeff-tg1.html?item=undefined>

VARIETY

Titolo/ Rome MIA Market Kicks Off With Broad Slate of New European Film, TV, Doc Projects

<https://variety.com/2020/tv/global/rome-mia-market-film-tv-documentary-projects-1234806003/>

Titolo/ 'Morning Show' Exec Producer Michael Ellenberg on Hollywood's Adaptability in the Age of COVID-19, Streaming

<https://variety.com/2020/tv/news/the-morning-show-michael-ellenberg-media-res-coronavirus-svod-1234807216/>

Titolo/ 'Game of Thrones' Co-Executive Producer Vince Gerardis Sets Up Italian Production Company CIAO

<https://variety.com/2020/tv/global/games-of-thrones-vince-gerardis-italian-production-company-ciao-1234804386/>

WORLD SCREEN

Titolo/ MIA-Mercato Internazionale Audiovisivo Returns for 2020

<https://worldscreen.com/tvdrama/mia-mercato-internazionale-audiovisivo-returns-for-2020/>

SCREEN DAILY

Titolo/ Artistic director Antonio Monda on bringing Rome's 15th edition to fruition

<https://www.screendaily.com/features/artistic-director-antonio-monda-on-bringing-romes-15th-edition-to-fruition/5154048.article>

TBI

Titolo/ MIA 2020 gets underway with online platform and physical event in Rome

<https://tbivision.com/2020/10/15/mia-2020-gets-underway-with-online-platform-and-physical-event-in-rome/>

ANSA

Titolo/ Audiovisivo vede nero, "risorse per la ripresa"

https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/2020/10/15/audiovisivo-vede-nero-risorse-per-la-ripresa_2766cbf8-743c-4224-81aa-1d29ad2d490e.html

LA PRESSE

Titolo/ Giancarlo Leone, Presidente APA: "Ripartire in questo momento è fondamentale per l'intera industria dell'audiovisivo"

<https://www.lapresse.it/cronaca/giancarlo-leone-presidente-apa-ripartire-in-questo-momento-e-fondamentale-per-l-intera-industria-dell-audiovisivo-3091865/video/2020-10-15/>

ASKANEWS

Titolo/ A Roma torna il Mercato dell'audiovisivo, con 137 proiezioni

<http://www.askanews.it/video/2020/10/15/a-roma-torna-il-mercato-dellaudiovisivo-con-137-proiezioni-20201015-video-12013528/>

AGENZIA DIRE

Titolo/ A Roma Al Via Il Mercato Internazionale Dell'audiovisivo

<https://www.dire.it/15-10-2020/515865-tg-cultura-edizione-del-15-ottobre-2020/>

AGCULT

Titolo/ Audiovisivo, Apa: nel 2019 valore produzione nazionale sale a circa 1,3 mld

<https://agcult.it/a/25978/2020-10-15/audiovisivo-apa-nel-2019-valore-produzione-nazionale-sale-a-circa-1-3-mln>

IL MESSAGGERO

Titolo/ Intervista a Giancarlo Leone, presidente Apa-Associazione dei Produttori Audiovisivi

<https://www.ilmessaggero.it/video/spettacoli/giancarlo-leone-apa-produttori-audiovisivi-5525823.html>

IL SOLE 24 ORE

Titolo/ A Roma torna il Mercato dell'audiovisivo, con 137 proiezioni

<https://stream24.ilsole24ore.com/video/cultura/a-roma-torna-mercato-audiovisivo-137-proiezioni/ADeUqFw>

QN - QUOTIDIANO.NET

Titolo/ A Roma torna il Mercato dell'audiovisivo, con 137 proiezioni

<https://www.quotidiano.net/magazine/video/a-roma-torna-il-mercato-dell-audiovisivo-con-137-proiezioni-1.5612675>

LEGGO

Titolo/ Audiovisivo in crisi «Subito risorse alla Rai per la ripresa»

https://www.leggo.it/pay/roma_pay/audiovisivo-in-criasi-subito-risorse-alla-rai-per-la-ripresa-5526132.html

PRIMA COMUNICAZIONE

Titolo/ Cresce la produzione audiovisiva in Italia. Apa: alla fiction il primato; Rai resta leader ma aumenta il peso degli Ott

<https://www.primaonline.it/2020/10/15/313961/nel-2019-cresce-la-produzione-audiovisiva-in-italia-dati-apa-alla-fiction-il-primato-rai-resta-leader-ma-aumenta-il-peso-degli-ott/>

Titolo/ Canone, il presidente Apa Leone: riconoscere alla Rai quote dell'extragettito per investimenti in cinema e audiovisivo

<https://www.primaonline.it/2020/10/15/313953/canone-il-presidente-apa-leone-riconoscere-alla-rai-quote-dell-extragettito-per-investimenti-in-cinema-e-audiovisivo/>

Titolo/ Videointervista esclusiva dal Mia: Giancarlo Leone, presidente Apa-Associazione dei Produttori Audiovisivi

<https://www.primaonline.it/2020/10/15/313986/videointerviste-dal-mia-giancarlo-leone/>

EDUESSE

Titolo/ MIA: presentato il Secondo Rapporto di Apa sulla produzione audiovisiva

<http://www.e-uesse.it/News/Televisione/MIA-presentato-il-Secondo-Rapporto-di-Apa-sulla-produzione-audiovisiva-251408>

MILANO FINANZA

Titolo/ Fiction, un mercato da 480 mln. I dati 2019 del Rapporto Apa presentati al Miamarket. La produzione audiovisiva vale 1,3 mld

<https://www.milanofinanza.it/news/fiction-un-mercato-da-480-mln-2484090>

AFFARI ITALIANI

Titolo/ Canone, Apa chiede al governo che siano restituiti 180 milioni alla Rai

<https://www.affaritaliani.it/mediatech/canone-apa-chiede-al-governo-che-siano-restituiti-180-milioni-alla-rai-700077.html>

TODAY

Titolo/ A Roma torna il Mercato dell'audiovisivo, con 137 proiezioni

<https://www.today.it/video/a-roma-torna-il-mercato-dell-audiovisivo-con-137-proiezioni-75hp4.askanews.html>

CINEMA ITALIANO.INFO

Titolo/ GREEN FILMING AWARD - Un nuovo premio per incoraggiare produzioni eco-sostenibili

<https://www.cinemaitaliano.info/news/59426/green-filming-award-un-nuovo-premio-per-incoraggiare.html>

TISCALI

Titolo/ A Roma torna il Mercato dell'audiovisivo, con 137 proiezioni

<https://spettacoli.tiscali.it/video/articoli/a-roma-torna-mercato-audiovisivo-137-proiezioni-00001/>

VIRGILIO

Titolo/ A Roma torna il Mercato dell'audiovisivo, con 137 proiezioni

https://video.virgilio.it/guarda-video/a-roma-torna-il-mercato-dellaudiovisivo-con-137-proiezioni_bc6200916653001

RB CASTING

Titolo/ TorinoFilmLab e Trentino Film Commission presentano il Green Filming Award

<https://www.rbcasting.com/altri-articoli/2020/10/15/torinofilmlab-e-trentino-film-commission-presentano-il-green-filming-award/>

ONDA MUSICALE

Titolo/ MIA 2020: torna il Mercato Internazionale Audiovisivo, più di 100 nuovi titoli presentati e 137 proiezioni in 5 giorni

<https://www.ondamusicale.it/index.php/cultura-ed-eventi/22018-mia-2020-torna-il-mercato-internazionale-audiovisivo-piu-di-100-nuovi-titoli-presentati-e-137-proiezioni-in-5-giorni>

MEDIA KEY

Titolo/ APA, L'associazione Produttori Audiovisivi presenta il 2° Rapporto Nazionale

<https://www.mediakey.tv/leggi-news/apa-lassociazione-produttori-audiovisivi-presenta-il-2-rapporto-nazionale>

IL GIORNALE D'ITALIA

Titolo/ A Roma torna il Mercato dell'audiovisivo, con 137 proiezioni

<https://www.ilgiornaleditalia.it/video/a-roma-torna-il-mercato-dellaudiovisivo-con-137-proiezioni-65362>

SARDEGNA REPORTER

Titolo/ APA presenta il 2° Rapporto sulla Produzione Audiovisiva Nazionale

<https://www.sardegna-reporter.it/2020/10/apa-presenta-il-2-rapporto-sulla-produzione-audiovisiva-nazionale/353157/>

VOCE DEL NORDEST

Titolo/ APA presenta il 2° Rapporto Nazionale e chiede al Governo la restituzione a Rai di 180 milioni di euro annui trattenuti da un prelievo sul canone

<http://voicedelnordest.it/?p=12282>

LA RONDINE

Titolo/ La Finlandia al MIA Market, mercato internazionale audiovisivo

<https://rondine.fi/2020/10/la-finlandia-al-mia-market-mercato-internazionale-audiovisivo/>

CHERRY PRESS

Titolo/ MIA 2020: torna il Mercato Internazionale Audiovisivo

<https://www.cherrypress.it/2020/10/mia-2020-torna-il-mercato.html>

DIETRO LA NOTIZIA

Titolo/ APA presenta 2° rapporto nazionale

<https://www.dietrolanotizia.eu/tag/mercato-internazionale-audiovisivo/>

ESPORTS MAG

Titolo/ Videogiochi (e IIDEA) protagonisti al MIA di Roma

<https://www.esportsmag.it/videogiochi-e-iidea-protagonisti-al-mia-di-roma/>

LE ULTIME NOTIZIE

Titolo/ A Roma torna il Mercato dell'audiovisivo, con 137 proiezioni

<http://www.le-ultime-notizie.eu/articolo/a-roma-torna-il-mercato-dell-8217-audiovisivo-con-137-proiezioni/6317808>

TECH PRINCESS

Titolo/ First Playable parteciperà al Mercato Internazionale Audiovisivo

<https://techprincess.it/iidea-first-playable-mercato-internazionale-audiovisivo/>

AGGIORNAMENTO DI GIOVEDÌ 15 OTTOBRE

IL MESSAGGERO p23 DEL 15/10/2020

Titolo/ Parte il MIA in cartellone 137 produzioni

IL GIORNALE p20 DEL 15/10/2020

Titolo/ Al Mia Market il nostro meglio di cinema e tv

CORRIERE DELLA SERA ED. ROMA p68 DEL 15/10/2020

Titolo/ Al via il MIA, rassegna sul mercato dell'audiovisivo

ITALIA OGGI p18 DEL 15/10/2020

Titolo/ Audiovisivo, al MIA 123 nuove produzioni per circa 450 milioni di euro

IL SOLE 24 ORE p15 DEL 15/10/2020

Titolo/ MIA a Roma il punto sull'Audiovisivo

IL FATTO QUOTIDIANO p19 DEL 15/10/2020

Titolo/ Quattro giorni di MIA

IL MANIFESTO p21 DEL 15/10/2020

Titolo/ Mia, da Mainetti a Paolo Taviani l'edizione 2020

IL TEMPO p26 DEL 15/10/2020

Titolo/ Il Mercato dell'Audiovisivo, si prepara a decollare 1400 presenze da 41 paesi

LEGGO p5 DEL 15/10/2020

Titolo/ La sfida è tutta MIA

SCREEN INTERNATIONAL

Titolo/ Mia Market director talks about going hybrid, market shifts and working with Venice

<https://www.screendaily.com/features/mia-market-director-talks-about-going-hybrid-market-shifts-and-working-with-venice/5154050.article>

VARIETY

Titolo/ Orange Studio Bows Philippe Lioret's '16 Ans' at MIA Market (EXCLUSIVE)

<https://variety.com/2020/film/global/orange-studio-philippe-lioret-16-ans-mia-market-1234804149/>

PRENSARIO

Titolo/ MIA 2020 abrió en Roma en su nuevo formato híbrido

<https://www.prensario.net/30700-MIA-2002-abrio-en-Roma-en-su-nuevo-formato-hibrido.note.aspx>

SENAL NEWS

Titolo/ MIA 2020: THE FIRST PHYSICAL MARKET SINCE FEBRUARY KICKED-OFF IN ROME

<https://senalnews.com/en/events/mia-2020-the-first-physical-market-since-february-kicked-off-in-rome>

ADVANCED TELEVISION

Titolo/ ViacomCBS International Studios takes stage at 2020 Mia Market

<https://advanced-television.com/2020/10/14/viacomcbs-international-studios-takes-stage-at-2020-mia-market/>

TRIBUNE CONTENT AGENCY

Titolo/ Match Factory Announces Slew of Sales on Gianfranco Rosi's 'Notturmo' (EXCLUSIVE)

<https://tribunecontentagency.com/article/match-factory-announces-slew-of-sales-on-gianfranco-rois-notturmo-exclusive/>

QNEWS HUB

Titolo/ Orange Studio Bows Philippe Lioret's '16 Ans' at MIA Market (EXCLUSIVE)

<https://qnewshub.com/entertainment/orange-studio-bows-philippe-liorets-16-ans-at-mia-market-exclusive/>

THE NEWS TRACE

Titolo/ Orange Studio Bows Philippe Lioret's '16 Ans' at MIA Mark

<https://thenewstrace.com/orange-studio-bows-philippe-liorets-16-ans-at-mia-market/100133/>

ANSA

Titolo/ Al Mia il mercato punta alla creatività e guarda al futuro

https://www.ansa.it/sito/notizie/cronaca/2020/10/14/al-mia-il-mercato-punta-alla-creativita-e-guarda-al-futuro_14421b02-0bc8-41a4-a8c5-5b5a0948273a.html

ADNKRONOS

Titolo/ A Roma un Mia ibrido e pieno di progetti

https://www.adnkronos.com/intrattenimento/spettacolo/2020/10/14/roma-mia-ibrido-pieno-progetti_RiLbhg8oGP3DLwb4NZy8WM.html?refresh_ce

LA PRESSE

Titolo/ Cinema, torna l'appuntamento con il Mia, Mercato internazionale audiovisivo

<https://www.lapresse.it/spettacoli/cinema/cinema-torna-l-appuntamento-con-il-mia-mercato-internazionale-audiovisivo-3084455/news/2020-10-14/>

AGCULT

Titolo/ Audiovisivo, dal 14 al 18 ottobre torna il Mercato internazionale Mia: più di 137 proiezioni in 5 giorni

<https://agcult.it/a/25900/2020-10-14/audiovisivo-dal-14-al-18-ottobre-torna-il-mercato-internazionale-mia-piu-di-137-proiezioni-in-5-giorni>

Titolo/ Audiovisivo, Sereni: Investire per rafforzare la nostra immagine internazionale

<https://agcult.it/a/25887/2020-10-14/audiovisivo-sereni-investire-per-rafforzare-la-nostra-immagine-internazionale>

AGENZIA NOVA

Titolo/ Cinema: vice ministra Sereni, usare diplomazia culturale per promuoverlo all'estero

<https://www.agenzianova.com/a/5f8723986e75a5.20751979/3142413/2020-10-14/cinema-vice-ministra-sereni-usare-diplomazia-culturale-per-promuoverlo-all-estero>

9COLONNE

Titolo/ AUDIOVISIVO, A ROMA AL VIA MERCATO INTERNAZIONALE MIA (1)

<https://www.9colonne.it/278222/audiovisivo-a-roma-al-via-mercato-internazionale-mia-1#.X4ciW9UzblU>

LEGGO

Titolo/ Mia - Mercato Internazionale Audiovisivo 2020

<https://www.leggo.it/video/mia-mercato-internazionale-audiovisivo-2020-5523314.html>

Titolo/ Al via il MIA: 37 proiezioni in 5 giorni, oltre 100 prodotti tra film, serie televisive e documentari

<https://www.leggo.it/spettacoli/cinema/mia-mercato-internazionale-audiovisivo-ultime-notizie-5523338.html>

PRIMA ONLINE

Titolo/ Al via la sesta edizione del Mia, uno dei primi mercati internazionali a riaprire

<https://www.primaonline.it/2020/10/14/313909/al-via-la-sesta-edizione-del-mia-uno-dei-primi-mercati-internazionali-a-riaprire/>

E-DUESSE

Titolo/ MIA, AL VIA OGGI IL MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO

<http://www.e-duesse.it/News/Cinema/MIA-al-via-oggi-il-Mercato-Internazionale-Audiovisivo-251386>

CINECITTÀ NEWS

Titolo/ Franceschini: MIA, importante segnale di vitalità del settore

<https://news.cinecitta.com/IT/it-it/news/53/83710/franceschini-mia-importante-segnale-di-vitalita-del-settore.aspx>

CINEMA&VIDEO INTERNATIONAL

Titolo/ LIUZZI: Le azioni del MISE per il futuro dell'audiovisivo

<https://www.cinemaevideo.it/liuzzi-le-azioni-del-mise-per-il-futuro-dellaudiovisivo>

Titolo/ Aperto il MIA, primo mercato internazionale dell'era Covid

<https://www.cinemaevideo.it/aperto-il-mia-primo-mercato-internazionale-dellera-covid>

ARTRIBUNE

Titolo/ Parte il Mia, la fiera dell'audiovisivo a Palazzo Barberini a Roma

<https://www.artribune.com/arti-performative/cinema/2020/10/parte-il-mia-la-fiera-dellaudiovisivo-a-palazzo-barberini-a-roma/>

CINEMATOGRAFO

Titolo/ IDM al MIA Market

<https://www.cinematografo.it/news/idm-al-mia-market/>

ROMA DAILY NEWS

Titolo/ EVENTI, CULTURA SPETTACOLO - MIA, proiezione di "African Dreamers – Five True Stories" sabato 17 ottobre al Cinema Quattro Fontane

<https://www.romadailynews.it/eventi/mia-proiezione-di-african-dreamers-five-true-stories-sabato-17-ottobre-al-cinema-quattro-fontane-0524362/>

EZROME.IT

Titolo/ MIA - Mercato Internazionale Audiovisivo - "AFRICAN DREAMERS – FIVE TRUE STORIES"

<https://www.ezrome.it/roma-da-sogno/qui-si-fa-il-cinema/14271-ia-mercato-internazionale-audiovisivo-african-dreamers-five-true-stories>

TEATRI ONLINE

Titolo/ MIA – Mercato Internazionale Audiovisivo (6° edizione)

<https://www.teatronline.com/2020/10/mia-mercato-internazionale-audiovisivo-6-edizione-2/>

SARDEGNA REPORTER

Titolo/ MIA 2020: torna il Mercato Internazionale Audiovisivo

<https://www.sardegna-reporter.it/2020/10/mia-2020-torna-il-mercato-internazionale-audiovisivo/352821/>

VAPORE MAGAZINE

Titolo/ MIA MARKET #6

<http://www.vaporemagazine.com/mercato-internazionale-audiovisivo/>

AREADEM

Titolo/ Cinema: al via il Mia; Franceschini, "un settore trainante"

<http://www.areadem.info/adon.pl?act=doc&doc=41882>

DIGITAL NOMAD LIFESTYLE

Titolo/ MIA – Mercato Internazionale Audiovisivo

<https://www.digitalnomadlifestyle.com/it/mia-mercato-internazionale-audiovisivo/>

TUSCIAUP

Titolo/ Parte il Mia– Mercato Internazionale Audiovisivo a Palazzo Barberini

<https://www.tusciaup.com/events/parte-il-mia-mercato-internazionale-audiovisivo-a-palazzo-barberini>

ROMA MULTIETNICA

Titolo/ African Dreamers – Five True stories

<http://www.romamultiunica.it/news/africa/item/17834-african-dreamers-%E2%80%93-five-true-stories.html>

SERIALGAMER.IT

Titolo/ IIDEA: gli sviluppatori italiani di videogiochi partecipano al Mercato Internazionale Audiovisivo

<https://www.serialgamer.it/2020/10/14/iidea-gli-sviluppatori-italiani-di-videogiochi-partecipano-al-mercato-internazionale-audiovisivo/>

IL VIDEOGIOCO

Titolo/ IIDEA, annunciata la partecipazione al MIA

<https://www.ilvideogioco.com/2020/10/14/iidea-annunciata-la-partecipazione-al-mia/>

THE WORLD NEWS

Titolo/ Al Mia il mercato punta alla creatività e guarda al futuro

<https://theworldnews.net/it-news/al-mia-il-mercato-punta-alla-creativita-e-guarda-al-futuro>

FIRST RADIO WEB

Titolo/ Al Mia il mercato punta alla creatività e guarda al futuro

<https://www.firstradioweb.com/2020/10/14/al-mia-il-mercato-punta-alla-creativita-e-guarda-al-futuro/>

DANIELEMIGNARDI
PROMOPRESSAGENCY



Aggiornamento rassegna stampa

LUNEDÌ 19 OTTOBRE 2020

» Teledico

di Laura Rio

Lino Guanciale al MIA Market: sono un (tre volte) fantasma

Per fortuna a Roma, al MIA Market, è apparso in carne e ossa. Lui ha appena finito di fare il fantasma (nella serie *La porta rossa*, successo di Raidue), tra qualche mese lo vedremo nei panni di un poliziotto, *Il Commissario Ricciardi* che i fantasmi, invece, li ascolta. E, ora, si appresta a salpare, pure, su una nave fantasma. Insomma, Lino Guanciale (nella foto), in questo periodo è avvolto nei misteri. Ne ha parlato in uno dei tanti incontri che si sono svolti durante il mercato televisivo che si è chiuso ieri a Roma con più 20% di presenza, segreti. «Una delle sfide più importanti della mia carriera - spiega Guanciale - perché avrò l'opportunità di confrontarmi con colleghi di altri paesi». Al MIA so-



nonostante l'emergenza Covid: 8000 partecipanti (di cui 3000 on-site, gli altri on-line), centinaia di serie tv e film presentati e decine di talk con produttori, autori e dirigenti. Guanciale da mercoledì, Covid permettendo, sarà a Genova per l'apertura del set di *Sopravvissuti*, la serie (esempio di alleanza internazionale: Rai, France Televisions, Zdf Rodeo Drive) ideata dai giovani autori della scuola Rai di Perugia: un mystery-drama sulla scomparsa di una barca a vela con 12 passeggeri che viene ritrovata dopo un anno con sette superstiti pieni di no state premiate anche sceneggiature che sono in cerca di un produttore o di completare la co-produzione: tra queste *Miss Fallaci Takes America* (prodotta da Minerva Pictures e diretta da Alessandra Gonnella) premiata da Viacom International Studios che racconta il viaggio in America negli anni '50 della famosa giornalista cui darà il volto Miriam Leone. In cerca di partner anche il documentario *Mio fratello il Che* dove l'eroe della rivoluzione cubana è visto con gli occhi inediti del fratello minore Juan Martin.

Cultura & Spettacoli



MIA, OLTRE 8000 PRESENZE ALL'EVENTO ROMANO

Si è conclusa con successo ieri a Roma l'edizione ibrida del MIA, il Mercato Internazionale Audiovisivo. Boom di accessi, con 8000 fra ingressi in presenza e online, di cui 620 stranieri. «Ottima prova di tenacia e resilienza», ha commentato il presidente di Anica Francesco Rutelli.

GRANDE SUCCESSO

Numeri da record per il Mercato dell'Audiovisivo

Ben 1.800 accreditati totali, 700 operatori in media ogni giorno presenti onsite - per un totale di 3.000 presenze, 5.000 passaggi totali negli spazi interni ed esterni di Palazzo Barberini e Cinema Quattro Fontane, in un ambiente protetto e covid proof, nel pieno rispetto dei protocolli per limitare la diffusione della pandemia. Numerosissime anche le presenze e le attività online: 3.000 utenti attivi sulla piattaforma in cinque giorni da 50 paesi (con un incremento del 20% di paesi rappresentati rispetto al 2019), 3.500 views di contenuti in streaming, 620 gli operatori stranieri, divisi tra on site e online: sono questi i numeri della sesta edizione del Mia - Mercato Internazionale Audiovisivo, arrivata alla sua giornata conclusiva. Tutti dati che dimostrano il successo di un Mia ibrido, un evento fisico ma totalmente connesso che ha permesso a tutti i maggiori rappresentanti dell'industria nazionale e internazionale di vivere un'esperienza nuova, alternando i due ambienti on site e online secondo le attività e massimizzando così le opportunità di incontro e di business. Una «cinque giorni» ricca di appuntamenti in cui il Mia ha presentato oltre 123 nuovi contenuti (in sviluppo e in produzione) per un valore complessivo di circa 450 milioni di euro, nelle sezioni Film, Drama e Doc, curate rispettivamente da Francesca Palleschi insieme ad Alexia De Vito, Gaia Tridente e Marco Spagnoli.

PREMIATO IL PROGETTO

Gonnella, diventerà serie il progetto sulla Fallaci

ROMA

Dopo essere stato selezionato in competizione ufficiale al Mia Drama Pitching Forum, il progetto di serie tv "Miss Fallaci Takes America", creato dalla regista trevigiana Alessandra Gonnella e prodotto da RedString e Minerva Pictures ha vinto il ViacomCBS International Studios Award.

La serie sarà basata su episodi realmente accaduti, raccontati dalla stessa Oriana Fallaci nei suoi primi libri "I sette peccati di Holly-

wood", "Viaggio in America", "Penelope alla guerra" e "Il sesso inutile". Al progetto parteciperà anche Edoardo Geronzi, nipote e unico erede della Fallaci. La serie nasce a seguito del cortometraggio "A cup of coffee with Marilyn", con protagonista Miriam Leone – firmato dalla stessa Gonnella e prodotto da RedString – vincitore del Nastro d'Argento 2020 come miglior corto di fiction. La Leone ha confermato il suo interesse ad interpretare il ruolo di Oriana Fallaci anche nella serie. —

SERIE TV

Miriam Leone
vestirà i panni
dell'“inviata”
Oriana Fallaci

Dopo essere stato selezionato in competizione ufficiale al MIA Drama Pitching Forum, tra centinaia di progetti provenienti da tutto il mondo, il progetto di serie Tv “Miss Fallaci Takes America”, creato da Alessandra Gonnella e prodotto da RedString e Minerva Pictures ha vinto il prestigioso ViacomCBS International Studios Award durante la cerimonia di premiazione svoltasi ieri sera al MIA Market a Palazzo Barberini.

Alla fine degli anni '50 una giovane giornalista italiana approda a Hollywood, suo malgrado, per intervistare le star del cinema, il suo nome è Oriana Fallaci. Con sguardo disincantato, Oriana osserva la so-



cietà e i costumi dell'America dell'epoca e resta affascinata dalle sue evidenti contraddizioni: dal lustro dei riflettori hollywoodiani, al fascino decadente delle ghost towns; dall'energia della cultura pop, al fermento delle lotte civili che avrebbero cambiato il mondo.

Una Fallaci inedita, ironica e irriverente, ci accompagnerà attraverso il sogno americano a scoprire il suo: raccontare con l'arma della sua penna i maggiori personaggi ed eventi politici mondiali. La serie sarà basata su episodi realmente accaduti, raccontati dalla stessa Oriana Fallaci nei suoi primi libri “I sette peccati di Hollywood”, “Viaggio in America”, “Penelope alla guerra” e “Il sesso inutile”. Il ruolo della giornalista e scrittrice dovrebbe essere interpretato da Miriam Leone.

PREMIATO IL PROGETTO

Gonnella, diventerà serie il progetto sulla Fallaci

ROMA

Dopo essere stato selezionato in competizione ufficiale al Mia Drama Pitching Forum, il progetto di serie tv "Miss Fallaci Takes America", creato dalla regista trevigiana Alessandra Gonnella e prodotto da RedString e Minerva Pictures ha vinto il ViacomCBS International Studios Award.

La serie sarà basata su episodi realmente accaduti, raccontati dalla stessa Oriana Fallaci nei suoi primi libri "I sette peccati di Hollywood", "Viaggio in America", "Penelope alla guerra" e "Il sesso inutile". Al progetto parteciperà anche Edoardo Gero, nipote e unico erede della Fallaci. La serie nasce a seguito del cortometraggio "A cup of coffee with Marilyn", con protagonista Miriam Leone – firmato dalla stessa Gonnella e prodotto da RedString – vincitore del Nastro d'Argento 2020 come miglior corto di fiction. La Leone ha confermato il suo interesse ad interpretare il ruolo di Oriana Fallaci anche nella serie. —

Rome's MIA Market Successfully Pulls Off Hybrid Feat as 'Miss Fallaci Takes America' Wins Drama Project Prize



Rome's MIA Market for TV series, feature films and documentaries wrapped Sunday after four days of dealmaking, project presentations and panels done both in person and online. Given coronavirus constraints it constituted a minor miracle.

On the final day of the Oct. 14-18 event (the acronym stands for Mercato Internazionale Audiovisivo, or International Audiovisual Market) organizers announced a total 1,800 industry executives from 50 countries who registered for the new concept market, 700 of which on average physically attended the Rome market each day, they said.

About one-third of participants were non-Italian. Roughly 300 international execs made the trek.

Though last year's MIA edition gathered 2,600 physical participants, this year's widely-expected decrease in onsite attendees was counterbalanced by intense activity on the MIA digital platform, organizers said.

MIA director Lucia Milazzotto pointed out that this year saw a significant rise in industry exec accreditations taking place during the event. This means that, as MIA got underway, it was generating buzz, she noted.

MIA was truly used as a hybrid market, Milazzotto underlined. “Lots of industry executives, even those who came to Rome, told me that they attended one pitching session physically, and then went back to their computer and logged-on for another event.”

Incidentally, the hundreds of execs who physically attended had the unique experience of being at a market inside the 17th century Palazzo Barberini, which is Italy’s National Ancient Art gallery, where company stands are set up amid Renaissance and Baroque masterpieces.

Though most MIA deals remain to be finalized, there was a flurry of announcements made during the market including Sony Pictures Television inking a U.S. remake deal for Lux Vide’s hit Italian medical drama “Doc – Nelle Tue Mani.”

[Amazon](#) chose a MIA panel to announce high-end Italian original drama “Everybody Loves Diamonds,” a heist series to be produced by Fremantle’s Rome-based Wildside unit.

The [Alliance](#), which is a partnership between top European public broadcasters, during a panel announced a new pan-European TV series titled “Survivors,” which sees Italy’s RAI Fiction, France Télévisions, and Germany’s ZDF collaborate.

[Netflix](#) had a strong physical presence with its VP of Italian Original series Eleonora Andreatta making her first public appearance at several panels with her Netflix hat, since leaving her post as RAI drama chief in June, and Netflix director of international film Teresa Moneo making the trek from London for a panel with Italian producers.

[ViacomCBS Intl.](#) Studios senior vice president Laura Abril travelled from Spain to Rome and used MIA as a platform to announce plans to ramp up production in Southern Europe and grow the company’s investment in the Italian market.

Ties between ViacomCBS and MIA got stronger this year with ViacomCBS Intl. Studios becoming sponsors of the prize awarded by a jury of experts to the best project being pitched at the MIA Drama Pitching Forum.

The ViacomCBS Intl. Studios prize went to “Miss Fallaci Takes America,” a series about the 1958 journey to the U.S. of groundbreaking Italian journalist Oriana Fallaci. The show is created by young writer/director Alessandra Gonnella, whose short “A Cup of Coffee With Marilyn” recently won Italy’s prestigious Silver Ribbon prize. Rising Italian star Miriam Leone (“1994,” “Medici”) is in advanced talks to star in the title role.

The high-profile “Fallaci Takes America” TV series is being produced by Italy’s RedString and Minerva Pictures, the expanding film production and distribution company headed by Gianluca Curti. It marks Minerva’s first foray into TV dramas.

The show’s creative producers will be Diego Loreggian and Angela Salmaso for RedString and Gianluca Curti and Cosetta Lagani for Minerva Pictures.

In the film realm, the Eurimages Co-Production Development Award worth worth €20,000 (\$23,000) went to “Dalva,” a first feature by Belgium-based French writer/director Emmanuelle Nicot about a 13-year-old girl who is abruptly taken from her father’s home and placed in a foster home after it surfaces that there has been incest going on. “Dalva” is produced by Julie Esparbes of Belgium’s Hélicotronc shingle and Delphine Schmit of France’s Tripode Productions..

The ArteKino International prize worth €6,000 (\$7,000) went to “Ebba” a first feature project by Norwegian director Johanna Pyykkö being produced by Verona Meier through her Oslo-based Ape&Bjørn production company.

Documentary project “Darkside, The Quest for Dark Matter Detection,” which delves into experiments to understand Dark Matter, the mysterious matter that surrounds all visible things in the universe, won the National Geographic Award for best MIA doc pitch. Doc being co-directed by Chile’s Matias Guerra and Italy’s Matteo Corbi is being produced by Italy’s VIS, which is a spinoff of Italy’s prestigious Scuola Normale di Pisa University.

<https://variety.com/2020/tv/news/rome-mia-market-miss-fallaci-takes-america-1234808727/amp/>

Si chiude il Mia, boom presenze online e on site, +20%

Mercato audiovisivo a Roma, 50 paesi coinvolti



1.800 accreditati totali, 700 operatori in media ogni giorno presenti onsite - per un totale di 8.000 di cui 3000 presenze, 5.000 passaggi totali negli spazi interni ed esterni di Palazzo Barberini e Cinema Quattro Fontane, in un ambiente protetto e Covid proof, nel pieno rispetto dei protocolli previsti. Numerosissime anche le attività online: 3.000 utenti attivi sulla piattaforma in cinque giorni da 50 paesi (con un incremento del 20% di paesi rappresentati rispetto al 2019), 3.500 views di contenuti in streaming, 620 gli operatori stranieri, divisi tra on site e online: sono questi i numeri della sesta edizione del MIA - MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO, arrivata alla sua giornata conclusiva.

Tutti dati che dimostrano il successo di un MIA ibrido, un evento fisico ma totalmente connesso che ha permesso a tutti i maggiori rappresentanti dell'industria nazionale e internazionale di vivere un'esperienza nuova, alternando i due ambienti on site e online secondo le attività e massimizzando così le opportunità di incontro e di business.

Una "cinque giorni" ricca di appuntamenti in cui il MIA ha presentato oltre 123 nuovi contenuti (in sviluppo e in produzione) per un valore complessivo di circa 450 milioni di euro, nelle sezioni Film, Drama e Doc, curate rispettivamente da Francesca Palleschi insieme ad Alexia De Vito, Gaia Tridente e Marco Spagnoli.

La piattaforma MIA DIGITAL, pensata per venire incontro alle esigenze di un settore resiliente e in rapida evoluzione, sarà online ancora fino a febbraio per consentire a tutti gli utenti di vedere e rivedere panel, talks, networking e B2B dell'edizione 2020. (ANSA).

https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/cinema/2020/10/18/si-chiude-il-mia-boom-presenze-online-e-on-site-20_76010e12-1473-49f5-81f0-b6a0d7e6b65f.html

Si chiude il Mia, oltre 3mila presenze e 1800 accreditati

Rutelli, 'ottima prova di tenacia e resilienza'



Publicato il: 18/10/2020 19:59

1.800 accreditati totali, 700 operatori in media ogni giorno presenti onsite - per un totale di 3mila presenze, 5mila totali negli spazi interni ed esterni di Palazzo Barberini e Cinema Quattro Fontane, in un ambiente protetto e Covid proof, nel pieno rispetto dei protocolli previsti. Numerosissime anche le presenze e le attività online: 3.000 utenti attivi sulla piattaforma in cinque giorni da 50 paesi (con un incremento del 20% di paesi rappresentati rispetto al 2019), 3.500 views di contenuti in streaming, 620 gli operatori stranieri, divisi tra on site e online: sono questi i numeri della sesta edizione del Mia - Mercato Internazionale Audiovisivo, arrivata alla sua giornata conclusiva.

Tutti dati che dimostrano il successo di un Mia ibrido, un evento fisico ma totalmente connesso che ha permesso a tutti i maggiori rappresentanti dell'industria nazionale e internazionale di vivere un'esperienza nuova, alternando i due ambienti on site e online secondo le attività e massimizzando così le opportunità di incontro e di business. Una "cinque giorni" ricca di appuntamenti in cui il Mia ha presentato oltre 123 nuovi contenuti (in sviluppo e in produzione) per un valore complessivo di circa 450 milioni di euro, nelle sezioni Film, Drama e Doc, curate rispettivamente da Francesca Palleschi insieme ad Alexia De Vito, Gaia Tridente e Marco Spagnoli.

La piattaforma Mia Digital, pensata per venire incontro alle esigenze di un settore resiliente e in rapida evoluzione, sarà online ancora fino a febbraio per consentire a tutti gli utenti di vedere e rivedere panel, talks, networking e B2B dell'edizione 2020. "Un'ottima prova di tenacia e resilienza, realizzata con gioco di squadra Anica-Apa e grazie a un serio impegno delle istituzioni", dichiara il Presidente Anica Francesco Rutelli. «Un evento integrato e innovativo on site e online che ha visto una grande partecipazione di tutta la filiera, dai produttori ai distributori, dalle televisioni agli Ott. Il Mia risponde alla grande priorità dell'internazionalizzazione delle nostre imprese, e sta diventando sempre più un appuntamento centrale nell'ecosistema europeo»

Grande soddisfazione viene espressa anche dal Presidente Apa, Giancarlo Leone: "Dopo la Mostra del Cinema di Venezia ora il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo. Il nostro Paese, quando sa fare sistema, raggiunge traguardi straordinari. Il Mia è il primo mercato al mondo in grado di rimettere in connessione tra di loro i produttori di contenuti e riaprire le porte alla grande distribuzione internazionale. Serie, film e documentari italiani sono stati protagonisti di un mercato i cui numeri dimostrano che ad una importante domanda è stata data una risposta straordinaria".

"È stato un anno di ragionamenti intensi nel nostro Consiglio di Indirizzo, con opinioni diverse e preoccupazioni a tratti opposte, che si sono però tradotte in un impegno straordinario e collettivo e in una visione prospettica, che hanno sommato e trasformato orientamenti talvolta divergenti in una strategia unica e condivisa. I numeri ma soprattutto i feedback dell'industria raccontano il successo di un Mia ibrido, che ha consentito un'esperienza nuova sia per gli operatori che hanno partecipato a Roma sia per gli operatori che hanno partecipato solo digitalmente", conclude Lucia Milazzotto, Direttore del Mia.

"Un evento 'reale' ma totalmente connesso, un'esperienza veramente 'blended' tra on site e online, che ha consentito all'industria di alternare e integrare i due ambienti secondo le attività, massimizzando così le opportunità di incontro e di business. Merito dell'impostazione strategica di Anica e Apa, della fiducia delle istituzioni e sponsor e dell'impegno straordinario di una grande squadra, fatta di tante intelligenze e competenze complementari e di una potente e generosa passione". La sesta edizione del Mia si è svolta a Roma, dal 14 al 18 ottobre 2020 a Palazzo Barberini e online sulla piattaforma Mia Digital.

https://www.adnkronos.com/intrattenimento/spettacolo/2020/10/18/chiude-mia-oltre-mila-presenze-accreditati_JllhaQ2zPEHzH9AjHv4G0J.html



Cinema, successo per MIA MARKET 2020: 8mila presenze fisiche e online da 50 Paesi

Ben 1.800 accreditati totali, 700 operatori in media ogni giorno

Ben **1.800 accreditati** totali, 700 operatori in media ogni giorno presenti onsite - per un totale di 3.000 presenze, 5.000 passaggi totali negli spazi interni ed esterni di Palazzo Barberini e Cinema Quattro Fontane, in un ambiente protetto e covid proof, nel pieno rispetto dei protocolli per limitare la diffusione della pandemia. Numerosissime anche le presenze e le attività online: 3.000 utenti attivi sulla piattaforma in cinque giorni da 50 paesi (con un incremento del 20% di paesi rappresentati rispetto al 2019), 3.500 views di contenuti in streaming, 620 gli operatori stranieri, divisi tra on site e online: sono questi i numeri della sesta edizione del **MIA - MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO**, arrivata alla sua giornata conclusiva. Tutti dati che dimostrano il successo di un MIA ibrido, un evento fisico ma totalmente connesso che ha permesso a tutti i maggiori rappresentanti dell'industria nazionale e internazionale di vivere un'esperienza nuova, alternando i due ambienti on site e online secondo le attività e massimizzando così le opportunità di incontro e di business.

Una "cinque giorni" ricca di appuntamenti in cui il MIA ha presentato oltre 123 nuovi contenuti (in sviluppo e in produzione) per un valore complessivo di circa 450 milioni di euro, nelle sezioni Film, Drama e Doc, curate rispettivamente da Francesca Palleschi insieme ad Alexia De Vito, Gaia Tridente e Marco Spagnoli. La piattaforma MIA DIGITAL, pensata per venire incontro alle esigenze di un settore resiliente e in rapida evoluzione, sarà online ancora fino a febbraio per consentire a tutti gli utenti di vedere e rivedere panel, talks, networking e B2B dell'edizione 2020.

"Un'ottima prova di tenacia e resilienza, realizzata con gioco di squadra ANICA-APA e grazie a un serio impegno delle istituzioni", dichiara il Presidente ANICA Francesco Rutelli. "Un evento integrato e innovativo on site e online che ha visto una grande partecipazione di tutta la filiera, dai produttori ai distributori, dalle televisioni agli OTT. Il MIA risponde alla grande priorità dell'internazionalizzazione delle nostre imprese, e sta diventando sempre più un appuntamento centrale nell'ecosistema europeo".

Grande soddisfazione viene espressa anche dal Presidente APA, Giancarlo Leone: "Dopo la Mostra del Cinema di Venezia ora il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo. Il nostro Paese, quando sa fare sistema, raggiunge traguardi straordinari. Il MIA è il primo mercato al mondo in grado di rimettere in connessione tra di loro i produttori di contenuti e riaprire le porte alla grande distribuzione internazionale. Serie, film e documentari italiani sono stati protagonisti di un mercato i cui numeri dimostrano che ad una importante domanda è stata data una risposta straordinaria".

"È stato un anno di ragionamenti intensi nel nostro Consiglio di Indirizzo, con opinioni diverse e preoccupazioni a tratti opposte, che si sono però tradotte in un impegno straordinario e collettivo e in una visione prospettica, che hanno sommato e trasformato orientamenti talvolta divergenti in una strategia unica e condivisa. I numeri ma soprattutto i feedback dell'industria raccontano il successo di un MIA ibrido, che ha consentito un'esperienza nuova sia per gli operatori che hanno partecipato a Roma sia per gli operatori che hanno partecipato solo digitalmente", conclude Lucia Milazzotto, Direttore del MIA. "Un evento 'reale' ma totalmente connesso, un'esperienza veramente 'blended' tra on site e online, che ha consentito all'industria di alternare e integrare i due ambienti secondo le attività, massimizzando così le opportunità di incontro e di business. Merito dell'impostazione strategica di ANICA e APA, della fiducia delle istituzioni e sponsor, e dello straordinario impegno di una grande squadra, fatta di tante intelligenze e competenze complementari e di una potente e generosa passione".

La sesta edizione del MIA si è svolta a Roma, dal 14 al 18 ottobre 2020 a Palazzo Barberini e online sulla piattaforma MIA Digital.

Il MIA nasce dalla consolidata joint venture e dall'impegno congiunto tra ANICA e APA, con il sostegno del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, con l'ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'Internazionalizzazione delle imprese italiane e il Ministero per i Beni e le Attività Culturali e per il Turismo, che accompagnano la manifestazione sin dal primo anno. Tra i partner anche il Programma Europa Creativa - MEDIA, il Ministero dello Sviluppo Economico e la Regione Lazio. Confermano la collaborazione anche Unicredit; Apulia Film Commission; Fondazione Cinema per Roma; Eurimages; per questa edizione, MIA si avvale ancora una volta del contributo del Comitato Editoriale - un tavolo di ragionamento, aperto a tutte le associazioni di categoria: Associazioni Audiovisive Italiane - 100autori, AGICI, ANICA, APA, Cartoon it, CNA, Italian Film Commission, Doc/it, LARA, UNEFA. Rai e Variety sono media partner ufficiali del MIA MARKET 2020.

https://www.lapresse.it/spettacoli/cinema_successo_per_mia_market_2020_8mila_presenze_fisiche_e_online_da_50_p_aesi-3104478/news/2020-10-18/

Mia, boom di presenze: 800mila visite on site e online, tantissimi gli stranieri da 50 Paesi

1.800 accreditati totali, 700 operatori in media ogni giorno presenti onsite – per un totale di 3.000 presenze, 5.000 passaggi totali negli spazi interni ed esterni di Palazzo Barberini e Cinema Quattro Fontane, in un ambiente protetto e Covid proof, nel pieno rispetto dei protocolli previsti. Numerosissime anche le presenze e le attività online: 3.000 utenti attivi sulla piattaforma in cinque giorni da 50 paesi (con un incremento del 20% di paesi rappresentati rispetto al 2019), 3.500 views di contenuti in streaming, 620 gli operatori stranieri, divisi tra on site e online: sono questi i numeri della sesta edizione del MIA – MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO, arrivata alla sua giornata conclusiva.

Tutti dati che dimostrano il successo di un MIA ibrido, un evento fisico ma totalmente connesso che ha permesso a tutti i maggiori rappresentanti dell'industria nazionale e internazionale di vivere un'esperienza nuova, alternando i due ambienti on site e online secondo le attività e massimizzando così le opportunità di incontro e di business.

Una "cinque giorni" ricca di appuntamenti in cui il MIA ha presentato oltre 123 nuovi contenuti (in sviluppo e in produzione) per un valore complessivo di circa 450 milioni di euro, nelle sezioni Film, Drama e Doc, curate rispettivamente da Francesca Palleschi insieme ad Alexia De Vito, Gaia Tridente e Marco Spagnoli.

La piattaforma MIA DIGITAL, pensata per venire incontro alle esigenze di un settore resiliente e in rapida evoluzione, sarà online ancora fino a febbraio per consentire a tutti gli utenti di vedere e rivedere panel, talks, networking e B2B dell'edizione 2020.

«Un'ottima prova di tenacia e resilienza, realizzata con gioco di squadra ANICA-APA e grazie a un serio impegno delle istituzioni», dichiara il Presidente ANICA Francesco Rutelli. «Un evento integrato e innovativo on site e online che ha visto una grande partecipazione di tutta la filiera, dai produttori ai distributori, dalle televisioni agli OTT. Il MIA risponde alla grande priorità dell'internazionalizzazione delle nostre imprese, e sta diventando sempre più un appuntamento centrale nell'ecosistema europeo».

Grande soddisfazione viene espressa anche dal Presidente APA, Giancarlo Leone: «Dopo la Mostra del Cinema di Venezia ora il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo. Il nostro Paese, quando sa fare sistema, raggiunge traguardi straordinari. Il MIA è il primo mercato al mondo in grado di rimettere in connessione tra di loro i produttori di contenuti e riaprire le porte alla grande distribuzione internazionale. Serie, film e documentari italiani sono stati protagonisti di un mercato i cui numeri dimostrano che ad una importante domanda è stata data una risposta straordinaria».

«È stato un anno di ragionamenti intensi nel nostro Consiglio di Indirizzo, con opinioni diverse e preoccupazioni a tratti opposte, che si sono però tradotte in un impegno straordinario e collettivo e in una visione prospettica, che hanno sommato e trasformato orientamenti talvolta divergenti in una strategia unica e condivisa. I numeri ma soprattutto i feedback dell'industria raccontano il successo di un MIA ibrido, che ha consentito un'esperienza nuova sia per gli operatori che hanno partecipato a Roma sia per gli operatori che hanno partecipato solo digitalmente» conclude Lucia Milazzotto, Direttore del MIA. «Un evento 'reale' ma totalmente connesso, un'esperienza veramente 'blended' tra on site e online, che ha consentito all'industria di alternare e integrare i due ambienti secondo le attività, massimizzando così le opportunità di incontro e di business. Merito dell'impostazione strategica di ANICA e APA, della fiducia delle istituzioni e sponsor, e dello straordinario impegno di una grande squadra, fatta di tante intelligenze e competenze complementari e di una potente e generosa passione».

<https://www.primaonline.it/2020/10/19/314110/mia-boom-di-presenze-800mila-visite-on-site-e-online-centinaia-di-stranieri-di-50-paesi/>

TUTTI I NUMERI DEL MIA 2020



Ecco il bilancio finale della 6ª edizione del Mercato Internazionale dell'Audiovisivo, diretto da Lucia Milazzotto

Si è conclusa oggi a Roma la 6ª edizione del MIA - Mercato Internazionale dell'Audiovisivo, diretta da Lucia Milazzotto, con 1.800 accreditati totali, 700 operatori in media ogni giorno presenti onsite - per un totale di 3.000 presenze, 5.000 passaggi totali negli spazi interni ed esterni di Palazzo Barberini e Cinema Quattro Fontane, in un ambiente protetto e *Covid proof*, nel pieno rispetto dei protocolli previsti. Numerose anche le presenze e le attività online: 3.000 utenti attivi sulla piattaforma in cinque giorni da 50 Paesi (con un incremento del 20% di paesi rappresentati rispetto al 2019), 3.500 views di contenuti in streaming, 620 gli operatori stranieri, divisi tra on site e online. Una "cinque giorni" ricca di appuntamenti in cui il MIA ha presentato oltre 123 nuovi contenuti (in sviluppo e in produzione) per un valore complessivo di circa 450 milioni di euro, nelle sezioni Film, Drama e Doc, curate rispettivamente da Francesca Palleschi insieme ad Alexia De Vito, Gaia Tridente e Marco Spagnoli. La piattaforma MIA DIGITAL, pensata per venire incontro alle esigenze di un settore resiliente e in rapida evoluzione, sarà online ancora fino a febbraio per consentire a tutti gli utenti di vedere e rivedere panel, talks, networking e B2B dell'edizione 2020.

«Un'ottima prova di tenacia e resilienza, realizzata con gioco di squadra ANICA-APA e grazie a un serio impegno delle istituzioni», dichiara il Presidente Anica Francesco Rutelli. «Un evento integrato e innovativo on site e online che ha visto una grande partecipazione di tutta la filiera, dai produttori ai distributori, dalle televisioni agli OTT. Il MIA risponde alla grande priorità dell'internazionalizzazione delle nostre imprese, e sta diventando sempre più un appuntamento centrale nell'ecosistema europeo».

Grande soddisfazione viene espressa anche dal Presidente Apa, **Giancarlo Leone**: «Dopo la Mostra del Cinema di Venezia ora il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo. Il nostro Paese, quando sa fare sistema, raggiunge traguardi straordinari. Il MIA è il primo mercato al mondo in grado di rimettere in connessione tra di loro i produttori di contenuti e riaprire le porte alla grande distribuzione internazionale. Serie, film e documentari italiani sono stati protagonisti di un mercato i cui numeri dimostrano che ad una importante domanda è stata data una risposta straordinaria».

Per **Lucia Milazzotto**, direttrice del MIA: «È stato un anno di ragionamenti intensi nel nostro Consiglio di Indirizzo, con opinioni diverse e preoccupazioni a tratti opposte, che si sono però tradotte in un impegno straordinario e collettivo e in una visione prospettica, che hanno sommato e trasformato orientamenti talvolta divergenti in una strategia unica e condivisa. I numeri ma soprattutto i feedback dell'industria raccontano il successo di un MIA ibrido, che ha consentito un'esperienza nuova sia per gli operatori che hanno partecipato a Roma sia per gli operatori che hanno partecipato solo digitalmente. Un evento "reale" ma totalmente connesso, un'esperienza veramente "blended" tra on site e online, che ha consentito all'industria di alternare e integrare i due ambienti secondo le attività, massimizzando così le opportunità di incontro e di business. Merito dell'impostazione strategica di Anica e Apa, della fiducia delle istituzioni e sponsor, e dello straordinario impegno di una grande squadra, fatta di tante intelligenze e competenze complementari e di una potente e generosa passione».

<http://www.e-duesse.it/News/Cinema/Tutti-i-numeri-del-MIA-2020-251419>

MIA: 8mila presenze al primo evento ibrido del 2020

Le presenze, on site e on line, hanno visto la partecipazione di 50 paesi coinvolti. L'evento si è svolto a Palazzo Barberini



Si è concluso il primo evento ibrido del 2020 del MIA (Mercato Internazionale Audiovisivo) giunto ormai alla sesta edizione che ha visto una partecipazione in presenza e on line. Questi i numeri della kermesse: 1.800 accreditati totali, 700 operatori in media ogni giorno presenti onsite - per un totale di 3.000 presenze, 5.000 passaggi totali negli spazi interni ed esterni di Palazzo Barberini e Cinema Quattro Fontane. Dall'on line, invece: 3.000 utenti attivi sulla piattaforma in cinque giorni da 50 paesi, 3.500 views di contenuti in streaming, 620 gli operatori stranieri, divisi tra on site e online.

L'evento della durata di cinque giorni (dal 14 al 18) è stato ricco di appuntamenti: il MIA ha presentato oltre 123 nuovi contenuti (in sviluppo e in produzione) per un valore complessivo di circa 450 milioni di euro, nelle sezioni Film, Drama e Doc, curate rispettivamente da Francesca Palleschi insieme ad Alexia De Vito, Gaia Tridente e Marco Spagnoli. La piattaforma MIA DIGITAL sarà online ancora fino a febbraio per consentire a tutti gli utenti di vedere e rivedere panel, talks, networking e B2B dell'edizione 2020.

“Un’ottima prova di tenacia e resilienza, realizzata con gioco di squadra ANICA-APA e grazie a un serio impegno delle istituzioni - ha detto il presidente di ANICA Francesco Rutelli - Un evento integrato e innovativo on site e online che ha visto una grande partecipazione di tutta la filiera, dai produttori ai distributori, dalle televisioni agli OTT. Il MIA risponde alla grande priorità dell’internazionalizzazione delle nostre imprese, e sta diventando sempre più un appuntamento centrale nell’ecosistema europeo”.

“Dopo la Mostra del Cinema di Venezia ora il Mercato Internazionale dell’Audiovisivo. Il nostro Paese, quando sa fare sistema, raggiunge traguardi straordinari - ha detto il presidente di Apa Giancarlo Leone - Il MIA è il primo mercato al mondo in grado di rimettere in connessione tra di loro i produttori di contenuti e riaprire le porte alla grande distribuzione internazionale. Serie, film e documentari italiani sono stati protagonisti di un mercato i cui numeri dimostrano che ad una importante domanda è stata data una risposta straordinaria”.

Ha parlato di “impegno straordinario e collettivo e in una visione prospettica, che hanno sommato e trasformato orientamenti talvolta divergenti in una strategia unica e condivisa - Lucia Milazzotto, Direttore del MIA che ha spiegato - I numeri ma soprattutto i feedback dell’industria raccontano il successo di un MIA ibrido, che ha consentito un’esperienza nuova sia per gli operatori che hanno partecipato a Roma sia per gli operatori che hanno partecipato solo digitalmente”.

<https://www.romatoday.it/eventi/cultura/mia-sesta-edizione-ibrida-2020.html>

La serie su Oriana Fallaci tra i vincitori del MIA



Assegnati i riconoscimenti della sesta edizione del MIA: l'Eurimages Co-Production Development Award per i progetti della sezione MIA|Film Coproduction Market viene assegnato quest'anno a *Dalva* di Emmanuel Nicot, prodotto da Julie Esparbes (Hélicotronc, Belgium) e Delphine Schmit (Tripode Productions, France). "La giuria è rimasta colpita dall'approccio audace e originale sul tema dell'incesto e profondamente commossa da questo intenso viaggio di liberazione pieno di speranza", si legge nella motivazione.

Un'apposita giuria ha proclamato *Ebba* di Johanna Pyykkö (Norvegia), prodotto da Verona Meier (Ape&Bjørn), vincitore dell'Arte Kino International Prize, un premio di 6mila euro con cui ARTE intende supportare lo sviluppo di un progetto del MIA Film Coproduction Market.

Il vincitore del Premio Viacomcbs International Studios è *Miss Fallaci Takes America* prodotto da Minerva Pictures e Redstring. La serie è scritta e diretta da Alessandra Gonnella e Miriam Leone ha confermato il suo interesse ad interpretare il ruolo di Oriana Fallaci nella serie. Questa la motivazione del premio: "Il progetto si è distinto per la capacità di celebrare l'empowerment femminile attraverso il racconto di una donna dal carattere forte e affascinante, seppur nella sua controversia. Interpretata dalla bravissima Miriam Leone che caratterizza ancora di più il soggetto. Per la accuratezza di approfondimento delle diverse sfumature di un personaggio italiano dal profilo internazionale, in un momento storico della sua vita ricco di luci e ombre. Infine, per l'ottima definizione della trama, capace di aprire elementi di sviluppo futuri e la prospettiva di coinvolgimento di diversi siti produttivi nel mondo". Hanno ritirato il premio i produttori Gianluca Curti, Cosetta Lagani per Minerva Pictures, la regista e autrice Alessandra Gonnella. La giuria ha inoltre deciso di assegnare una menzione speciale alla serie *CULT*, prodotta da Notorius Pictures e creata da Francesco Patierno e Sergio Nazzaro.

Per il terzo anno consecutivo, National Geographic torna a sponsorizzare il prestigioso NAT GEO Award per il Miglior Pitch, confermando la vocazione del MIA|DOC nell'individuare progetti capaci di combinare grandi qualità artistiche e produttive e significative potenzialità commerciali. Il documentario vincitore di quest'anno è: *Darkside, The Quest For Dark Matter Detection* di Matias Guerra e Matteo Corbi. "Un progetto scientifico coinvolgente ed in linea con i valori di ricerca scientifica del brand National Geographic. Tra gli aspetti che ci hanno convinto a scegliere di finanziare lo sviluppo di questo documentario c'è la scelta degli autori di raccontare Darkside 20k, un progetto internazionale autorevole che si avvale di esperti influenti come il premio Nobel canadese Art McDonald e la scienziata italiana Giuliana Fiorillo. Un autorevole team scientifico per un documentario italiano dal respiro internazionale, che rientra perfettamente nello spirito della narrazione del nostro brand".

Evento: MIA MARKET

Testata: Cinecittà News

Data: 18/10/2020

Premio Carlo Bixio per il miglior soggetto è stato vinto da *"Taneen"* di Greta Frontani ed Elisa Orrico: "Per la ruvida forza narrativa di un teen drama dal ritmo rabbioso come il mondo musicale che descrive, incentrato su una protagonista "troppo scura per qualcuno, troppo italiana per gli altri", un'anima divisa in due tra pregiudizi e ribellione, tra la difesa delle proprie radici e la voglia di bruciarle, in una storia d'amore che porta tutte le contraddizioni allo spasimo". Il **Premio Carlo Bixio per il miglior concept di serie** è stato vinto da *"Il Caso Serena Mollicone"* di Matteo Bianchi e Raffaele Grasso con la seguente motivazione: "Per la scrittura secca e asciutta scelta per raccontare un fatto di cronaca avvenuto vent'anni fa e a tutt'oggi irrisolto. Il misterioso delitto di una ragazza, Serena Mollicone in un paesino della Ciociaria. Per l'abilità e l'originalità con cui vengono narrati i fatti, alternando sapientemente la cronaca con toni da inchiesta civile, alla ricostruzione più squisitamente di finzione. Per il coraggio di illuminare una delle pagine ancora oscure della nostra storia". Ai vincitori rispettivamente diecimila e cinquemila euro a fronte di un contratto con RAI. La Società Cordusio, che quest'anno sostiene l'iniziativa, premia con duemila euro e la targa **"Cordusio per i Giovani"** *"Non chiamateci influencer"* di Susanna Ciucci, Ilaria Polimeni ed Elettra Sofia Mauri: "Per l'ideazione brillante di una commedia sul contemporaneo, e la volontà di affrontare con uno sguardo sagace e politicamente scorretto un mondo che è sotto gli occhi di tutti e di tutti condiziona i comportamenti, ma non è ancora stato al centro di una narrazione televisiva: quello appunto degli influencer e del loro mercato, talvolta apparentemente surreale eppure realissimo".

Anche quest'anno, la Regione Lazio ha assegnato il **Lazio Frames Award** al titolo che più valorizza il territorio della Regione, il cui contenuto, impatto produttivo, possibili sviluppi internazionali e il coinvolgimento di risorse del territorio possono rappresentare al meglio le potenzialità produttive del Lazio, mettendo in evidenza i talenti e le location del territorio. Il Premio è stato vinto da *La verità su La dolce vita* di Giuseppe Pedersoli.

I titoli della categoria C EU SOON si sono contesi lo **Screen International Buyers' Choice Award**. Vincono ex aequo *Le coeur noir des forêts* di Serge Mirzabekiantz e *Den Næstsidste* di Jonas Kærup Hjort.

<https://news.cinecitta.com/IT/it-it/news/53/83749/la-serie-su-oriana-fallaci-tra-i-vincitori-del-mia.aspx>



MIA: PREMIATI MISS FALLACI e DARKSIDE

I premi e i numeri del MIA in chiusura della sesta edizione. Vincono, fra gli altri, gli italiani "Miss Fallaci takes America", "Darkside, the quest for dark matter detection". **Lazio Frames Award** a "La verità sulla dolce vita"



VIRTUAL PRODUCTION, VR e GAMES: il MIA guarda al FUTURO

Tecnologie dei videogame per il cinema; produzione virtuale, game engines e realtà aumentata: al MIA le esperienze di **Onemore Pictures, Hive Division e Mixed Bag**



WHAT A CARTOONIST! Cartoon Network lancia un contest

E' stato lanciato al MIA il nuovo contest per giovani creativi di **Cartoon Network Warner Italia**, "What a cartoonist!", aperto agli under 35 punta a cercare contenuto e idee per produrre un corto, una app, o un progetto seriale



GLI STREAMERS EUROPEI AL MIA

EuroVoD lancia la versione beta di **EuroVoD Pro**, **CHILI** aggiunge l'A-VoD, **FILMIN** inizia a distribuire anche in sala, **RAIPLAY** compie un anno



APA: quel che resta di un mercato in crescita

Il 2° rapporto sulla Produzione Nazionale Audiovisiva, presentato da **APA** durante il MIA, mostra un incremento del valore della produzione audiovisiva, nel 2019, del 10%. Ma gli scenari presenti e futuri sono capovolti...



Le start up innovative legate all'audiovisivo della Regione Lazio si presentano al MIA :
Mnemonica, Certi W, So What con Robotina, Tixter, Cinemalive, Officina Animata



ANICA ACADEMY: formare le professionalità del futuro

Presentata oggi al MIA la nuova Fondazione Anica Academy, che vede come soci fondatori ANICA stessa e 5 player : Rai, Mediaset, CBS Viacom, Netflix e Vision Distribution. Il segretario generale è Francesca Medolago Albani



AFC SEMPRE PIU' PRODUTTORE CON IL SUO FILM FUND

Simonetta Dellomonaco, presidente di **Apulia Film Commission**, ha presentato al MIA di Roma il sistema cinema della Regione, parlando anche all'Apulia Film Fund, che da luglio AFC eroga direttamente



IL TFL DIVENTA GREEN CON TRENINO FILM COMMISSION

Lanciato al MIA il **Green Filming Award**, premio che sancisce una nuova collaborazione fra **Trentino Film Commission**, e **Torino Film Lab**



LIUZZI: Le azioni del MISE per il futuro dell'audiovisivo

Al MIA il sottosegretario allo Sviluppo Economico **Mirella Liuzzi** dialoga con il direttore, **Lucia Milazzotto**, sui programmi di sviluppo tecnologico e innovativo del MISE che riguardano il futuro dell'audiovisivo



RACCONTI#8 : 3 progetti di serie sviluppati grazie allo Script Lab di **IDM Film Fund&Commission dell'Alto Adige**



<https://preview.mailerlite.com/l8f0k0/1535317948648920167/x1f1/>

MIA: PREMIATI MISS FALLACI e DARKSIDE



1.800 accreditati totali, 700 operatori in media ogni giorno presenti onsite – per un totale di 3.000 presenze, 5.000 passaggi totali negli spazi interni ed esterni di Palazzo Barberini e Cinema Quattro Fontane, in un ambiente protetto e *Covid proof*, nel pieno rispetto dei protocolli previsti. Numerosissime anche le presenze e le attività online: 3.000 utenti attivi sulla piattaforma in cinque giorni da 50 paesi (con un incremento del 20% di paesi rappresentati rispetto al 2019), 3.500 views di contenuti in streaming, 620 gli operatori stranieri, divisi tra on site e online: sono questi i numeri annunciati dal MIA in chiusura della sua sesta edizione.

Due i progetti italiani premiati a conclusione della sezioni di pitching e coproduction forum del **MIA**: la serie "Miss Fallaci takes America" scritta e diretta da **Alessandra Gonnella e Miriam Leone** (che interpreterà anche Oriana Fallaci nella serie) e prodotta da **Minerva Pictures e Redstring** ha vinto il nuovo **Premio ViacomCBS International Studios**, mentre il documentario "Darkside, the quest for dark matter detection" di **Matias Guerra e Matteo Corbi** prodotto da **Vis**, si è aggiudicato il **Nat Geo Award** con cui National Geographic premia il pitch di documentario più capace di combinare grandi qualità artistiche e produttive e significative potenzialità commerciali.

Per quanto riguarda i progetti della sezione MIA|Film Coproduction Market, l'**Eurimages Co-Production Development Award** è stato assegnato quest'anno a "Dalva" di Emmanuel Nicot, prodotto da Julie Esparbes (Hélicotronc, Belgium) e Delphine Schmit (Tripode Productions, France), mentre l'**Arte Kino International Prize** ha premiato "Ebba" di Johanna Pyykkö (Norvegia), prodotto da Verona Meier(Ape&Bjørn).

“La verità su La dolce vita” di Giuseppe Pedersoli, prodotto da **Arietta Cinematografica** (Gaia Gorrini), distribuito in Italia da **Istituto Luce** e venduto nel mondo da **Intramovies** si è conquistato il **Lazio Frames Award**, riconoscimento che la **Regione Lazio** assegna all’opera presente nelle sezioni del MIA – What’s Next Italy, GREENlit e Italians Doc It Better – il cui contenuto, impatto produttivo, possibili sviluppi internazionali e il coinvolgimento di risorse del territorio possono rappresentare al meglio le potenzialità produttive del Lazio, mettendo in evidenza i talenti e le location del territorio.

Tre i vincitori del **Premio Carlo Bixio**, con cui APA, RAI e RTI, (e il patrocinio di SIAE) supportano la scrittura cinematografica e televisiva di progetti italiani: da “Taneen” di **Greta Frontani ed Elisa Orrico** (miglior soggetto); “Il Caso Serena Mollicone” di **Matteo Bianchi e Raffaele Grasso** (miglior concept di serie); “Non chiamateci influencer” di **Susanna Ciucci, Ilaria Polimeni ed Elettra Sofia Mauri** (Premio “Cordusio per i Giovani” promosso e finanziato dalla società bancaria Cordusio SIM)

All’interno della categoria C EU SOON, “Dark Heart Of The Forest” (Le coeur noir des forêts) di Serge Mirzabekiantz (Belgio, Francia) prodotto da Hélicotronc (Belgio) e Sacrebleu Productions (Francia) e “The Penultimate” (Den Næstsidste) di Jonas Kærup Hjort (Danimarca, Norvegia) prodotto da Rikke Tambo Andersen (Tambo Film, Danimarca) e Gary Cranner (Chezville, Norvegia) si sono contesi lo Screen International Buyers’ Choice Award.

<https://www.cinemaevideo.it/mia-premiati-miss-fallaci-e-darkside>

DANIELE MIGNARDI
PROMOPRESS AGENCY



Aggiornamento rassegna stampa

DOMENICA 18 OTTOBRE 2020

Anica lancia l'Academy per formare professionisti

Anica, l'Associazione delle industrie cinematografiche, audiovisive e multimediali, ha presentato l'Anica Academy, che offrirà formazione di base e alta specializzazione per offrire profili qualificati all'industria dell'audiovisivo. Una opportunità rivolta sia ai giovani talenti sia per professionisti già in attività. «Dobbiamo riuscire a realizzare sempre più dall'Italia prodotti che vanno sui mercati globali e attirare in Italia studenti giovani dall'estero con l'obiettivo di fare del paese un hub formativo» ha il presidente di Anica, **Francesco Rutelli**.

European Arthouse Distributors Grapple With Pandemic Amid Wider Industry Uncertainty



In the eight-plus months since the first coronavirus cases were confirmed in Europe, the continent's film industry has been in the midst of what has often felt like an unprecedented crisis. But for many arthouse distributors, the pandemic has simply accelerated changes that were already sweeping through the cinema business.

"The problems haven't really changed," said Huub Roelvink, founder and managing director of Dutch distributor Cherry Pickers, at Rome's MIA market on Saturday. "They've just become more urgent."

Roelvink was speaking alongside a panel of leading European executives as they discussed how arthouse distributors across the continent are responding to a time of widespread uncertainty.

Also appearing were Margherita Chiti, general manager and head of acquisitions and sales at Italy's Teodora Film; Oscar Eriksson, head of acquisitions at Sweden's Folkets Bio; and Ira Von Gienanth, CEO and acquisition manager for Germany's ProKino. The panel, presented in collaboration with [Europa Distribution](#), was moderated by Michael Gubbins, partner at London-based film consultancy outfit SampoMedia.

At a time when streaming platforms and box-office revenues dependent on Hollywood tentpoles have already upended the business, Chiti said “the virus situation has simply [exacerbated] something that was already there concerning arthouse distribution.” She added: “We are simply adapting to a process that was already in action, and it’s now going faster.”

Shuttered by nationwide lockdowns, then forced to adapt to social-distancing measures, exhibitors have been reeling. Pre-pandemic, said Chiti, theatrical accounted for roughly 50-60% of Teodora’s revenues; now, that number has been halved. “Normally, theatrical would be 70% of my income,” said Roelvink. “Now, it’s basically subsistence level.”

In Germany, where rigorous social-distancing rules have capped theater capacity at 20-30%, “every independent distributor has one film that works quite well,” said von Gienanth. “However, what I can see with the competition [is that] they’ve doubled and tripled the number of locations. So right now, you see an arthouse film on 300 screens, which is quite a lot.” She added: “There are lots of films that are not even doing 20,000 admissions right now.”

Government support has been introduced across Europe to varying degrees. Chiti noted that state support from the Italian government was given to exhibitors in earlier stages of the pandemic, while a tax credit for distributors is only now set to be introduced—and only for local films.

The Netherlands Film Fund was quick to bolster locally produced content, but Roelvink said that competing interests—from multiplex chains to arthouse cinemas to independent distributors—have made it difficult to lobby the government with a unified, industry-wide front. “On a national level, it’s been very hard for us to get across as a collective,” he said. “It’s always very hard to find one voice.”

A different type of discord has emerged in Germany, where von Gienanth said that “the [coronavirus] regulations are changing from region to region.” Even within regions, she noted, social-distancing rules can vary when authorities identify COVID-19 hotspots. “It’s difficult for exhibitors, it’s difficult for the audiences, because nobody really knows.”

Eriksson said that the Swedish industry is “lucky enough [to] have a support system,” crediting the Swedish Film Institute for its swift intervention in the early days of the pandemic. “But that support has to go much deeper and much further,” he added, “and really push for the importance of what we do.”

The natural response from many in the industry has been to tighten belts and cut corners wherever possible. “We are working on P&A reduction drastically, and increasing the work of curation with press,” said Chiti. “We try to create a little small event around the film, some kind of warmth around the film.”

The natural response from many in the industry has been to tighten belts and cut corners wherever possible. “We are working on P&A reduction drastically, and increasing the work of curation with press,” said Chiti. “We try to create a little small event around the film, some kind of warmth around the film.”

“We always try to be very economical about our spending,” said Roelvink. “So often you fail, but you still keep trying. The amount of successes is always smaller than the amount of failures. So you have to limit your losses when you fail. That’s why you have to be economical, otherwise you won’t survive.”

The rise of streaming platforms was a disruptive force long before the pandemic upended the movie business, but the industry has still struggled to find a way for cinemas and VOD platforms to coexist in a way that they complement each other’s offerings.

Roelvink said that VOD was only a “minor” part of his company’s business model, pointing to the example of a Cherry Pickers film that was released in Dutch theaters earlier this year on the day that a nationwide lockdown was introduced. “The amount of money that we made online was nothing compared to what it was supposed to be,” he said, adding that VOD “can never make up for the loss of theatrical.”

“[VOD] won’t bring the same revenue, of course, as a cinematic release. That won’t be possible,” said Eriksson. “But it’s giving us a possibility to work with these titles that otherwise we would have to turn down.”

He continued: “I think it’s good for the environment, and what is actually being screened, and the diversity of what’s going to be screened in the cinemas. I see some kind of hope there. But revenue-wise, no.”

Exhibitors are nevertheless responding to what they perceive as an existential threat, prompting many to grow more risk-averse in their releases. “I think they’re quite frantic at the moment,” said Roelvink. “I don’t feel a lot of solidarity from the exhibitors, to be honest, which I don’t expect. They’re in a tough situation as well. They’re frantically looking for successes.”

Distributors are equally determined to release films that will strike a chord, even though competition is tougher than ever before. “We’re stubborn. We keep on releasing our films,” said Eriksson. “We can have four-to-five releases a week of arthouse films in the same number of cinemas, but with fewer numbers of people who can see the films. This is not going to work... in the long run. We have to adapt what we do, in a way, from what we’re doing now.”

“We are in a dangerous moment, especially from the cultural point of view,” said Chiti, stressing the need for producers, distributors, and exhibitors to rally together.

She cited the example of “The Macaluso Sisters,” the drama from writer-director Emma Dante that screened in competition at the Venice Film Festival this year. Teodora released the film in Italy only after a long dialogue with the film’s producers, getting involved at the script stage.

“It was a successful process because all the elements were in this together, and the process involved all of them,” she said. “It’s a key element, because sometimes we are involved at a very late stage, and we cannot bring the expertise we have.” She added: “Clearly, we can try to be in this together.”

<https://variety.com/2020/film/global/european-arthouse-distributors-coronavirus-1234808476/>

‘Money Heist’ Director Alex Rodrigo on Speaking Truth to Power in Feature Debut ‘The Last Shot’ (EXCLUSIVE)



Alex Rodrigo, a director on the acclaimed Netflix drama series “[Money Heist](#),” is making his feature film directorial debut with “The Last Shot,” one of 16 film projects being pitched to prospective buyers this week during Rome’s MIA market.

“The Last Shot” is a biopic about the late Spanish photographer and humanitarian Luis Valtueña (pictured), who was killed in Rwanda in 1997. Recreating the Spaniard’s final days amid a rapidly unraveling humanitarian crisis in the East African nation, it centers on the mysterious final photo that Valtueña took before he was killed alongside two other aid workers.

The film is produced by Miguel Menéndez de Zubillaga of Mono Films and Acid Media’s José Barrio, a close friend of the late photographer, who shares writing credits with Luis Murillo.

Rodrigo said he was drawn to the magnetic character of Valtueña, who he called “idealistic, a little naïve, bold, authentic,” though he added that “none of that is enough if you confront power.” He described the film as “the unfair fight of innocence against supremacy” and “a story of the defeated,” though one that will have a redeeming message in the end.

Valtueña arrived in Rwanda just over two years after the 1994 genocide that saw more than 800,000 Rwandans—mostly from the minority Tutsi ethnic group—murdered by ethnic Hutu extremists. At the time of his arrival, the country was in the grips of a terrible humanitarian crisis, as hundreds of thousands of refugees who had fled to neighboring countries during the genocide poured back into Rwanda.

While working for the Spanish NGO Medicos del Mundo, Valtueña began to recognize that the country wasn't yet on the path to reconciliation and stability that many in the international community had come to believe. Rwandan forces were becoming increasingly complicit in revenge killings against Hutu returnees, as well as the plundering of mineral wealth from neighboring Congo.

“The Last Shot” draws on extensive archival research, including a ruling by the Spanish National Court and another by a Belgian judge, which “determined the clear implication of the authorities in the execution of the aid workers,” said the director. “What [the research] proved, after exhaustive investigation, is that in the moments before their execution, Luis, Flors and Manuel were in a place where they saw something terrible. They were unable to tell any more.”

The film will be released in 2022, on the 25th anniversary of Valtueña's death. For Rodrigo, however, the photographer's story is no less timely.

“The story is universal and will keep repeating [itself],” he said, pointing to films like Costa-Gavras' “Missing” and Fernando Meirelles' “The Constant Gardener” that explored similar themes. “Economic and political powers will always try to quiet inconvenient voices that speak against their interests.”

“I believe, when we have the chance, we should develop content and try to speak up against the abuse of power,” he added. “Those events happened 25 years ago, but the theme is totally relevant today: power will always try to silence inconvenient voices.”

<https://variety.com/2020/film/global/money-heist-director-alex-rodrico-the-last-shot-1234807419/>



Cerca parola chiave

POLITICA

CRONACA

ESTERI

CALCIO

SPETTACOLI

Home > Spettacoli > Cinema



CINEMA

Ecco tutti i premiati del MIA|MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO

Conclusa la cerimonia di premiazione

Si è appena conclusa la cerimonia di premiazione del MIA|MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO, alla vigilia della chiusura, domani domenica 18 ottobre, della sesta edizione di un evento fondamentale per l'intero sistema cine-audiovisivo italiano, per incrementare l'esportazione di prodotto, le co-produzioni e le relazioni di business a livello internazionale.

L'EURIMAGES CO-PRODUCTION DEVELOPMENT AWARD per i progetti della sezione MIA|Film Coproduction Market viene assegnato quest'anno a DALVA di Emmanuel Nicot, prodotto da Julie Esparbes (Hélicotronc, Belgium) e Delphine Schmit (Tripode Productions, France). Questa la motivazione: "La giuria è rimasta colpita dall'approccio audace e originale sul tema dell'incesto e profondamente commossa da questo intenso viaggio di liberazione pieno di speranza".

Un'apposita giuria ha proclamato EBBA di Johanna Pyykkö (Norvegia), prodotto da Verona Meier (Ape&Bjørn), vincitore dell'ARTE KINO INTERNATIONAL PRIZE, un premio di 6.000 euro con cui ARTE intende supportare lo sviluppo di un progetto del MIA Film Coproduction Market.

Il vincitore del PREMIO VIACOMCBS INTERNATIONAL STUDIOS - divisione di ViacomCBSNetworks International, leader globale nello sviluppo e nella produzione di contenuti premium per tutte le piattaforme, generi e formati sia per terze parti sia per i brand e le piattaforme ViacomCBS - è MISS FALLACI TAKES AMERICA prodotto da Minerva Pictures e Redstring. La serie è scritta e diretta da Alessandra Gonnella e Miriam Leone ha confermato il suo interesse ad interpretare il ruolo di Oriana Fallaci nella serie.

Questa la motivazione del premio: "Il progetto si è distinto per la capacità di celebrare l'empowerment femminile attraverso il racconto di una donna dal carattere forte e affascinante, seppur nella sua controversia. Interpretata dalla bravissima Miriam Leone che caratterizza ancora di più il soggetto. Per la accuratezza di approfondimento delle diverse sfumature di un personaggio italiano dal profilo internazionale, in un momento storico della sua vita ricco di luci e ombre. Infine, per l'ottima definizione della trama, capace di aprire elementi di sviluppo futuri e la prospettiva di coinvolgimento di diversi siti produttivi nel mondo".

Hanno ritirato il premio i produttori Gianluca Curti, Cosetta Lagani per Minerva Pictures, la regista e autrice Alessandra Gonnella. Ha consegnato il Premio Jaime Ondarza, Executive Vice President and General Manager South Hub, ViacomCBS EMEEA. La giuria ha inoltre deciso di assegnare una menzione speciale alla serie CULT, prodotta da Notorius Pictures e creata da Francesco Patierno e Sergio Nazzaro.

Per il terzo anno consecutivo, National Geographic torna a sponsorizzare il prestigioso NAT GEO Award per il Miglior Pitch, confermando la vocazione del MIA|DOC nell'individuare progetti capaci di combinare grandi qualità artistiche e produttive e significative potenzialità commerciali. Il documentario vincitore di quest'anno è: DARKSIDE, THE QUEST FOR DARK MATTER DETECTION di Matias Guerra e Matteo Corbi. Questa la motivazione: "Un progetto scientifico coinvolgente ed in linea con i valori di ricerca scientifica del brand National Geographic. (...) Tra gli aspetti che ci hanno convinto a scegliere di finanziare lo sviluppo di questo documentario c'è la scelta degli autori di raccontare Darkside 20k, un progetto internazionale autorevole che si avvale di esperti influenti come il premio Nobel canadese Art McDonald e la scienziata italiana Giuliana Fiorillo. Un autorevole team scientifico per un documentario italiano dal respiro internazionale, che rientra perfettamente nello spirito della narrazione del nostro brand".

Il MIA 2020 è orgogliosa di ospitare nuovamente il PREMIO CARLO BIXIO uno dei più prestigiosi riconoscimenti italiani a supporto della scrittura cinematografica e televisiva, promosso da APA, RAI e RTI, e realizzato con il patrocinio di SIAE.

https://www.lapresse.it/spettacoli/cinema/ecco_tutti_i_premiati_del_mia_mercato_internazionale_audiovisivo-3102190/news/2020-10-17/



CINEMA

Il fratello di 'Che' Guevara al Mia: "Dobbiamo vederlo come un uomo, non un mito"

Juan Martín ha presentato le prime scene del documentario "Mio fratello il Che"

C'era anche il fratello di 'Che' Guevara, Juan Martín Guevara, ospite al MIA (Mercato Internazionale Audiovisivo) per presentare le prime scene del documentario "Mio fratello il Che" nell'ambito del panel Bio doc, organizzato dalla sezione Doc del MIA guidata da Marco Spagnoli. "Essere al MIA, ad un evento dal vivo in tempo di Covid, è una cosa sorprendente e straordinaria - ha dichiarato Guevara - Il tema principale del progetto che porto al MIA, è la figura del Che, ma non l'immagine che tutti conosciamo. Alcuni lo vedono come un mito, altri come un'icona, dobbiamo invece vederlo semplicemente come un uomo, che aveva figli, famiglia, amici. L'intenzione del progetto è quello di avvicinarsi a questa figura, umanizzarla e trasmettere il suo pensiero".

<https://www.lapresse.it/spettacoli/cinema/il-fratello-di-che-guevara-al-mia-dobbiamo-vederlo-come-un-uomo-non-un-mito-3099527/video/2020-10-17/>

Audiovisivo, ecco tutti i premiati della sesta edizione di MIA



Si è appena conclusa la cerimonia di premiazione del MIA - MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO, alla vigilia della chiusura, domani domenica 18 ottobre, della sesta edizione di un evento fondamentale per l'intero sistema cine-audiovisivo italiano, per incrementare l'esportazione di prodotto, le co-produzioni e le relazioni di business a livello internazionale.

L'EURIMAGES CO-PRODUCTION DEVELOPMENT AWARD per i progetti della sezione MIA|Film Coproduction Market viene assegnato quest'anno a DALVA di Emmanuel Nicot, prodotto da Julie Esparbes (Hélicotrons, Belgium) e Delphine Schmit (Tripode Productions, France). Questa la motivazione: "La giuria è rimasta colpita dall'approccio audace e originale sul tema dell'incesto e profondamente commossa da questo intenso viaggio di liberazione pieno di speranza".

Un'apposita giuria ha proclamato EBBA di Johanna Pyykkö (Norvegia), prodotto da Verona Meier (Ape&Bjørn), vincitore dell'ARTE KINO INTERNATIONAL PRIZE, un premio di 6.000 euro con cui ARTE intende supportare lo sviluppo di un progetto del MIA Film Coproduction Market.

Il vincitore del PREMIO VIACOMCBS INTERNATIONAL STUDIOS – divisione di ViacomCBSNetworks International, leader globale nello sviluppo e nella produzione di contenuti premium per tutte le piattaforme, generi e formati sia per terze parti sia per i brand e le piattaforme ViacomCBS - è MISS FALLACI TAKES AMERICA prodotto da Minerva Pictures e Redstring. La serie è scritta e diretta da Alessandra Gonnella e Miriam Leone ha confermato il suo interesse ad interpretare il ruolo di Oriana Fallaci nella serie.

Questa la motivazione del premio: "Il progetto si è distinto per la capacità di celebrare l'empowerment femminile attraverso il racconto di una donna dal carattere forte e affascinante, seppur nella sua controversia. Interpretata dalla bravissima Miriam Leone che caratterizza ancora di più il soggetto. Per la accuratezza di approfondimento delle diverse sfumature di un personaggio italiano dal profilo internazionale, in un momento storico della sua vita ricco di luci e ombre. Infine, per l'ottima definizione della trama, capace di aprire elementi di sviluppo futuri e la prospettiva di coinvolgimento di diversi siti produttivi nel mondo".

<https://agcult.it/a/26099/2020-10-17/audiovisivo-ecco-tutti-i-premiati-della-sesta-edizione-di-mia>

Questa la motivazione del premio: "Il progetto si è distinto per la capacità di celebrare l'empowerment femminile attraverso il racconto di una donna dal carattere forte e affascinante, seppur nella sua controversia. Interpretata dalla bravissima Miriam Leone che caratterizza ancora di più il soggetto. Per la accuratezza di approfondimento delle diverse sfumature di un personaggio italiano dal profilo internazionale, in un momento storico della sua vita ricco di luci e ombre. Infine, per l'ottima definizione della trama, capace di aprire elementi di sviluppo futuri e la prospettiva di coinvolgimento di diversi siti produttivi nel mondo".

Hanno ritirato il premio i produttori Gianluca Curti, Cosetta Lagani per Minerva Pictures, la regista e autrice Alessandra Gonnella.

Ha consegnato il Premio Jaime Ondarza, Executive Vice President and General Manager South Hub, ViacomCBS EMEA.

La giuria ha inoltre deciso di assegnare una menzione speciale alla serie CULT, prodotta da Notorius Pictures e creata da Francesco Patierno e Sergio Nazzaro.

Per il terzo anno consecutivo, National Geographic torna a sponsorizzare il prestigioso NAT GEO Award per il Miglior Pitch, confermando la vocazione del MIA|DOC nell'individuare progetti capaci di combinare grandi qualità artistiche e produttive e significative potenzialità commerciali. Il documentario vincitore di quest'anno è: DARKSIDE, THE QUEST FOR DARK MATTER DETECTION di Matias Guerra e Matteo Corbi. Questa la motivazione: "Un progetto scientifico coinvolgente ed in linea con i valori di ricerca scientifica del brand National Geographic. (...) Tra gli aspetti che ci hanno convinto a scegliere di finanziare lo sviluppo di questo documentario c'è la scelta degli autori di raccontare Darkside 20k, un progetto internazionale autorevole che si avvale di esperti influenti come il premio Nobel canadese Art McDonald e la scienziata italiana Giuliana Fiorillo. Un autorevole team scientifico per un documentario italiano dal respiro internazionale, che rientra perfettamente nello spirito della narrazione del nostro brand".

Il MIA 2020 ha ospitato nuovamente il PREMIO CARLO BIXIO uno dei più prestigiosi riconoscimenti italiani a supporto della scrittura cinematografica e televisiva, promosso da APA, RAI e RTI, e realizzato con il patrocinio di SIAE. Inoltre, l'edizione 2020 prevede anche un altro riconoscimento: il Premio "Cordusio per i Giovani" promosso e finanziato dalla società bancaria Cordusio SIM.

Ecco i tre lavori vincitori: Il Premio Carlo Bixio per il miglior soggetto è stato vinto da "TANEEN" di Greta Frontani ed Elisa Orrico: "Per la ruvida forza narrativa di un teen drama dal ritmo rabbioso come il mondo musicale che descrive, incentrato su una protagonista "troppo scura per qualcuno, troppo italiana per gli altri", un'anima divisa in due tra pregiudizi e ribellione, tra la difesa delle proprie radici e la voglia di bruciarle, in una storia d'amore che porta tutte le contraddizioni allo spasimo".

Il Premio Carlo Bixio per il miglior concept di serie è stato vinto da "Il Caso Serena Mollicone" di Matteo Bianchi e Raffaele Grasso con la seguente motivazione: "Per la scrittura secca e asciutta scelta per raccontare un fatto di cronaca avvenuto vent'anni fa e a tutt'oggi irrisolto. Il misterioso delitto di una ragazza, Serena Mollicone in un paesino della Ciociaria. Per l'abilità e l'originalità con cui vengono narrati i fatti, alternando sapientemente la cronaca con toni da inchiesta civile, alla ricostruzione più squisitamente di finzione. Per il coraggio di illuminare una delle pagine ancora oscure della nostra storia". Ai vincitori rispettivamente diecimila e cinquemila euro a fronte di un contratto con RAI.

La Società Cordusio, che quest'anno sostiene l'iniziativa, premia con duemila euro e la targa "Cordusio per i Giovani" "Non chiamateci influencer" di Susanna Ciucci, Ilaria Polimeni ed Elettra Sofia Mauri: "Per l'ideazione brillante di una commedia sul contemporaneo, e la volontà di affrontare con uno sguardo sagace e politicamente scorretto un mondo che è sotto gli occhi di tutti e di tutti condiziona i comportamenti, ma non è ancora stato al centro di una narrazione televisiva: quello appunto degli influencer e del loro mercato, talvolta apparentemente surreale eppure realissimo".

Anche quest'anno, la Regione Lazio ha assegnato il LAZIO FRAMES AWARD al titolo che più valorizza il territorio della Regione, a un'opera presente nelle sezioni del MIA - What's Next Italy, GREENlit e Italians Doc It Better - il cui contenuto, impatto produttivo, possibili sviluppi internazionali e il coinvolgimento di risorse del territorio possono rappresentare al meglio le potenzialità produttive del Lazio, mettendo in evidenza i talenti e le location del territorio. Il Premio è stato vinto da "La verità su La dolce vita" di Giuseppe Pedersoli. Prodotto da Arietta Cinematografica (Gaia Gorrini). I titoli della categoria C EU SOON si sono contesi lo SCREEN INTERNATIONAL BUYERS' CHOICE AWARD. Vincono ex aequo DARK HEART OF THE FOREST (Le cœur noir des forêts) di Serge Mirzabekiantz (Belgio, Francia) prodotto da Hélicotronc (Belgio) e Sacrebleu Productions (Francia) e THE PENULTIMATE (Den Næstsidste) di Jonas Kærup Hjort (Danimarca, Norvegia) prodotto da Rikke Tambo Andersen (Tambo Film, Danimarca) e Gary Cranner (Chezville, Norvegia). Hanno ritirato il Premio per i rispettivi progetti Anthony Rey di Hélicotronc, Jonas Kærup Hjort e il produttore Rikke Tambo Andersen.



FINO AL 18 OTTOBRE A ROMA

Mia, il mercato dell'audiovisivo guarda al futuro. Franceschini: «Continueremo a investire sul cinema»

L'evento dedicato all'intero sistema cine-audiovisivo italiano, è pensato per incrementare l'esportazione di prodotto, le co-produzioni e le relazioni di business a livello internazionale di N.Co.

Oltre mille tra film, serie televisive e documentari e 137 proiezioni in cinque giorni. È il programma del Mia, Mercato Internazionale Audiovisivo che ha preso il via il 15 ottobre a Roma, per concludersi il 18 ottobre. Un evento dedicato all'intero sistema cine-audiovisivo italiano, pensato per incrementare l'esportazione di prodotto, le co-produzioni e le relazioni di business a livello internazionale. Il Mia nasce dall'impegno congiunto tra Anica e Apa, con il sostegno del ministero degli Affari esteri, con l'Ice - Agenzia per la promozione all'estero e l'Internazionalizzazione delle imprese italiane e il ministero per i Beni e le Attività culturali, che accompagnano la manifestazione dal primo anno.

Evento anche on line con la piattaforma Mia Digital

È in scena a Roma con una serie di attività dal vivo e in un ambiente pensato per la sicurezza e il distanziamento in tempo di Covid, oltre che online grazie all'attività della piattaforma Mia Digital. «La nostra non è la classica fiera ma è più un evento fortemente incentrato sull'incontro tra gli operatori - ha spiegato Lucia Milazzotto, direttrice del Mia - per guardare molto al futuro e dove ragionare su tanti progetti ancora su carta, che cercano una loro direzione. È un luogo per la circolazione delle idee, il ragionamento collettivo e i contributi dall'estero. Tutto questo è fondamentale in un momento come quello che stiamo vivendo, quando le domande sono tantissime e le risposte ancora poche».

Franceschini: «Continueremo a investire nel cinema»

È necessario continuare a investire in un settore che sarà trainante rispetto alla crescita del Paese», ha detto il ministro per i Beni e le attività culturali Dario Franceschini. «Se da un lato è doveroso sostenere il cinema in un momento difficile come questo con strumenti di emergenza - ha proseguito il ministro - bisogna continuare anche proseguire nel dialogo costruttivo che ha permesso di mettere in campo importanti strumenti negli ultimi sei anni, a partire dal nuovo tax credit cinema. È importante accompagnare la crescita del settore audiovisivo italiano - ha detto ancora Franceschini - che sarà il frutto della combinazione di tre diversi fattori: lo sviluppo del settore a livello mondiale, la legge italiana sul tax credit cinema e l'attrattiva italiana a livello internazionale. Nonostante le circostanze, la ripresa delle grandi produzioni straniere nel nostro Paese e la competizione per utilizzare le strutture di Cinecittà fanno ben sperare. Per questo motivo è importante credere nelle potenzialità del settore e continuare a lavorare insieme: il Mía è la prova che tutto questo si può fare». La vice ministra degli Esteri Marina Sereni ha sottolineato come «sostenere l'audiovisivo significa promuovere all'estero la diffusione della nostra cultura e dei nostri valori, una delle nostre missioni essenziali, la diplomazia culturale. Il cinema e l'intero settore dell'audiovisivo sono un elemento distintivo dell'identità dell'Italia: parte irrinunciabile del nostro patrimonio culturale ed eccellenza che ci viene riconosciuta in tutto il mondo».

Ci sono 1.400 partecipanti da 41 paesi

L'edizione di quest'anno conta 1.400 partecipanti da 41 paesi e di questi 600 sono operatori internazionali, di cui 300 parteciperanno alle iniziative digitali. Almeno l'80 per cento degli operatori italiani registrati, invece, parteciperà fisicamente all'evento. Sergio Castellitto, Alessandro D'Alatri, Edoardo De Angelis, Riccardo Donna, Paolo Genovese, Marco Giallini, Lino

Guanciaie e Alessandro Preziosi sono solo alcuni degli ospiti della 'cinque giorni' durante i quali saranno presentati 123 nuovi contenuti (in sviluppo e in produzione). Fitto anche il calendario di screening e proiezioni, 137 di cui 72 on-site al Cinema Quattro Fontane e 65 sulla piattaforma Mia Digital. «Il confronto internazionale e l'individuazione delle modalità di fruizione dei prodotti nel futuro - ha spiegato Lucia Milazzotto - è qualcosa che oggi deve essere al centro di ogni ragionamento. Dobbiamo individuare i nostri competitor reali che sono sempre più extra settore. Ci stiamo giocando tutti una partita che si basa sul tempo delle persone e su un rapporto privilegiato con il consumatore che non è più esclusivo. Il lockdown ha accelerato la necessità di maggiori contenuti e serve un discorso ampio che abbia per suo centro la creatività».

Una opportunità per le aziende del cinema

«Il Mia - ha sottolineato Mattia Oddone, ad di Propaganda Italia - rappresenta un'ottima opportunità per tutte le aziende del cinema e dell'audiovisivo italiano che hanno accesso a un mercato di primo livello». Marina Marzotto, Head of development di Propaganda Italia, ha ricordato che la società «è presente con il film di Ivan Silvestrini "La sorella maggiore", selezionato al Pitch Mia Wanna Taste IT». In produzione "After Work", documentario lungometraggio di Erik Gandini e "Monica", primo film americano di Andrea Pallaoro, oltre a "Piove", fim drama-horror di Paolo Strippoli, tratto dalla sceneggiatura di Jacopo del Giudice, vincitrice del Premio Solinas 2017.

Notturmo di Rosi accolto con calore all'estero

Notturmo di Gianfranco Rosi sarà distribuito in numerosi paesi del mondo come annunciato dal venditore internazionale The Match Factory a Variety: Austria, Belgio, Olanda, Lussemburgo, Slovenia, Croazia, Serbia, Portogallo, Polonia, Svizzera, India, Giappone,

Taiwan, Regno Unito, Turchia, tutti i paesi dell'America Latina, sono alcuni dei territori che hanno acquisito il film. E intanto sono in corso altre trattative anche per l'America del Nord. Questo all'indomani della presentazione oltreoceano al Toronto Film Festival e al New York Film Festival dove il film è stato accolto con grande calore dal pubblico che nonostante il lockdown ha potuto assistere a una proiezione dal vivo a New York in un Drive In stracolmo. Notturmo, a un mese dall'anteprima veneziana, è in questi giorni in programmazione al London Film Festival, ed è atteso al Chicago Film Festival, al San Paolo Film Festival, alla Viennale, a Busan, al Tokio Film Festival e all'IDFA di Amsterdam dove Gianfranco Rosi sarà ospite d'onore quest'anno con una personale a lui dedicata. Il film è una produzione 21Uno Film - Stemal Entertainment con Rai Cinema, con il contributo di Dg Cinema e Audiovisivo - Mibact e con il supporto di Eurimages, in associazione con Istituto Luce - Cinecittà è in coproduzione con Les Films D'Ici con Arte France Cinéma e con No Nation Films - Mizzi Stock Entertainment. «Il coraggio di osare» è la linea che sta guidando i primi passi della nuova direzione Rai Documentari di Duilio Giammaria presentata a Palazzo Barberini, all'interno degli appuntamenti del Mía.

<https://www.ilsole24ore.com/art/mia-mercato-dell-audiovisivo-punta-creativita-e-guarda-futuro-franceschini-continueremo-investire-cinema-ADOKIhw>



Always ahead
Upgrade your business.

MIA - Mercato internazionale audiovisivo: ecco tutti i premiati della sesta edizione



Si è appena conclusa la cerimonia di premiazione del MIA|MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO, alla vigilia della chiusura, domani domenica 18 ottobre, della sesta edizione di un evento fondamentale per l'intero sistema cine-audiovisivo italiano, per incrementare l'esportazione di prodotto, le co-produzioni e le relazioni di business a livello internazionale.

L'EURIMAGES CO-PRODUCTION DEVELOPMENT AWARD per i progetti della sezione MIA|Film Coproduction Market viene assegnato quest'anno a DALVA di Emmanuel Nicot, prodotto da Julie Esparbes (Hélicotronc, Belgium) e Delphine Schmit (Tripode Productions, France). Questa la motivazione: "La giuria è rimasta colpita dall'approccio audace e originale sul tema dell'incesto e profondamente commossa da questo intenso viaggio di liberazione pieno di speranza".

Un'apposita giuria ha proclamato EBBA di Johanna Pyykkö (Norvegia), prodotto da Verona Meier (Ape&Bjørn), vincitore dell'ARTE KINO INTERNATIONAL PRIZE, un premio di 6.000 euro con cui ARTE intende supportare lo sviluppo di un progetto del MIA Film Coproduction Market.

Il vincitore del PREMIO VIACOMCBS INTERNATIONAL STUDIOS - divisione di ViacomCBS Networks International, leader globale nello sviluppo e nella produzione di contenuti premium per tutte le piattaforme, generi e formati sia per terze parti sia per i brand e le piattaforme ViacomCBS - è MISS FALLACI TAKES AMERICA prodotto da Minerva Pictures e Redstring. La serie è scritta e diretta da Alessandra Gonnella e Miriam Leone ha confermato il suo interesse ad interpretare il ruolo di Oriana Fallaci nella serie.



Si irresistibile quest'autunno

Questa la motivazione del premio: "Il progetto si è distinto per la capacità di celebrare l'empowerment femminile attraverso il racconto di una donna dal carattere forte e affascinante, seppur nella sua controversia. Interpretata dalla bravissima Miriam Leone che caratterizza ancora di più il soggetto. Per la accuratezza di approfondimento delle diverse sfumature di un personaggio italiano dal profilo internazionale, in un momento storico della sua vita ricco di luci e ombre. Infine, per l'ottima definizione della trama, capace di aprire elementi di sviluppo futuri e la prospettiva di coinvolgimento di diversi siti produttivi nel mondo".

Hanno ritirato il premio i produttori Gianluca Curti, Cosetta Lagani per Minerva Pictures, la regista e autrice Alessandra Gonnella. Ha consegnato il Premio Jaime Ondarza, Executive Vice President and General Manager South Hub, ViacomCBS EMEA.

La giuria ha inoltre deciso di assegnare una menzione speciale alla serie CULT, prodotta da Notorius Pictures e creata da Francesco Patierno e Sergio Nazzaro.

Per il terzo anno consecutivo, National Geographic torna a sponsorizzare il prestigioso NAT GEO Award per il Miglior Pitch, confermando la vocazione del MIA|DOC nell'individuare progetti capaci di combinare grandi qualità artistiche e produttive e significative potenzialità commerciali. Il documentario vincitore di quest'anno è: DARKSIDE, THE QUEST FOR DARK MATTER DETECTION di Matias Guerra e Matteo Corbi. Questa la motivazione: "Un progetto scientifico coinvolgente ed in linea con i valori di ricerca scientifica del brand National Geographic. (...) Tra gli aspetti che ci hanno convinto a scegliere di finanziare lo sviluppo di questo documentario c'è la scelta degli autori di raccontare Darkside 20k, un progetto internazionale autorevole che si avvale di esperti influenti come il premio Nobel canadese Art McDonald e la scienziata italiana Giuliana Fiorillo. Un autorevole team scientifico per un documentario italiano dal respiro internazionale, che rientra perfettamente nello spirito della narrazione del nostro brand".

Il MIA 2020 è orgogliosa di ospitare nuovamente il PREMIO CARLO BIXIO uno dei più prestigiosi riconoscimenti italiani a supporto della scrittura cinematografica e televisiva, promosso da APA, RAI e RTI, e realizzato con il patrocinio di SIAE. Inoltre, l'edizione 2020 prevede anche un altro riconoscimento: il Premio "Cordusio per i Giovani" promosso e finanziato dalla società bancaria Cordusio SIM.

https://www.leggo.it/spettacoli/televisione/mia_mercato_internazionale_audiovisivo_ecco_tutti_i_premiati_della_sesta_edizione-5529870.html

17 OTTOBRE 2020 21:36

MIA, TUTTI I VINCITORI DELLA 6ª EDIZIONE

share [f](#) [t](#) [in](#)

Redazione



Si è conclusa la cerimonia di premiazione del Mercato Internazionale dell'Audiovisivo

Alla vigilia della chiusura, si è conclusa la cerimonia di premiazione della 6ª edizione del MIA - Mercato Internazionale dell'Audiovisivo (14-18 ottobre), evento volto a incrementare l'esportazione di prodotto, le co-produzioni e le relazioni di business a livello internazionale. L'EURIMAGES CO-PRODUCTION DEVELOPMENT AWARD per i progetti della sezione MIA|Film Coproduction Market viene assegnato quest'anno a DALVA di Emmanuel Nicot, prodotto da Julie Esparbes (Hélicotronic, Belgium) e Delphine Schmit (Tripode Productions, France). Un'apposita giuria ha proclamato EBBA di Johanna Pyykkö (Norvegia), prodotto da Verona Meier (Ape&Björn), vincitore dell'ARTE KINO INTERNATIONAL PRIZE, un premio di 6.000 euro con cui ARTE intende supportare lo sviluppo di un progetto del MIA Film Coproduction Market. Il vincitore del PREMIO VIACOMCBS INTERNATIONAL STUDIOS - divisione di ViacomCBSNetworks International, leader globale nello sviluppo e nella produzione di contenuti premium per tutte le piattaforme, generi e formati sia per terze parti sia per i brand e le piattaforme ViacomCBS - è MISS FALLACI TAKES AMERICA prodotto da Minerva Pictures e Redstring. La serie è scritta e diretta da Alessandra Gonnella e Miriam Leone ha confermato il suo interesse ad interpretare il ruolo di Oriana Fallaci nella serie. Hanno ritirato il premio i produttori Gianluca Curti, Cosetta Lagani per Minerva Pictures, la regista e autrice Alessandra Gonnella. Ha consegnato il Premio Jaime Ondarza, Executive Vice President and General Manager South Hub, ViacomCBS EMEA.

La giuria ha inoltre deciso di assegnare una menzione speciale alla serie CULT, prodotta da Notorius Pictures e creata da Francesco Patierno e Sergio Nazzaro.

Per il terzo anno consecutivo, National Geographic torna a sponsorizzare il prestigioso NAT GEO Award per il Miglior Pitch, confermando la vocazione del MIA|DOC nell'individuare progetti capaci di combinare grandi qualità artistiche e produttive e significative potenzialità commerciali. Il documentario vincitore di quest'anno è: DARKSIDE, THE QUEST FOR DARK MATTER DETECTION di Matias Guerra e Matteo Corbi.

Il MIA 2020 è orgogliosa di ospitare nuovamente il PREMIO CARLO BIXIO uno dei più prestigiosi riconoscimenti italiani a supporto della scrittura cinematografica e televisiva, promosso da APA, RAI e RTI, e realizzato con il patrocinio di SIAE. Inoltre, l'edizione 2020 prevede anche un altro riconoscimento: il Premio "Cordusio per i Giovani" promosso e finanziato dalla società bancaria Cordusio SIM. Ecco i tre lavori vincitori:

Il Premio Carlo Bixio per il miglior soggetto è stato vinto da "TANEEN" di Greta Frontani ed Elisa Orrico. Il Premio Carlo Bixio per il miglior concept di serie è stato vinto da "Il Caso Serena Mollicone" di Matteo Bianchi e Raffaele Grasso. Ai vincitori rispettivamente diecimila e cinquemila euro a fronte di un contratto con RAI.

La Società Cordusio, che quest'anno sostiene l'iniziativa, premia con duemila euro e la targa "Cordusio per i Giovani" "Non chiamateci influencer" di Susanna Ciucci, Ilaria Polimeni ed Elettra Sofia Mauri. Anche quest'anno, la Regione Lazio ha assegnato il LAZIO FRAMES AWARD al titolo che più valorizza il territorio della Regione, a un'opera presente nelle sezioni del MIA - What's Next Italy, GREENlit e Italians Doc It Better - il cui contenuto, impatto produttivo, possibili sviluppi internazionali e il coinvolgimento di risorse del territorio possono rappresentare al meglio le potenzialità produttive del Lazio, mettendo in evidenza i talenti e le location del territorio. Il Premio è stato vinto da "La verità su La dolce vita" di Giuseppe Pedersoli. Prodotto da Arietta Cinematografica (Gaia Gorrini). I titoli della categoria C EU SOON si sono contesi lo SCREEN INTERNATIONAL BUYERS' CHOICE AWARD. Vincono ex aequo DARK HEART OF THE FOREST (Le coeur noir des forêts) di Serge Mirzabekiantz (Belgio, Francia) prodotto da Hélicotronic (Belgio) e Sacrebleu Productions (Francia) e THE PENULTIMATE (Den Næstsidste) di Jonas Kærup Hjort (Danimarca, Norvegia) prodotto da Rikke Tambo Andersen (Tambo Film, Danimarca) e Gary Cranner (Chezville, Norvegia). Hanno ritirato il Premio per i rispettivi progetti Anthony Rey di Hélicotronic, Jonas Kærup Hjort e il produttore Rikke Tambo Andersen.

<http://www.e-duesse.it/News/Cinema/MIA-tutti-i-vincitori-della-6a-edizione-251417>

DANIELEMIGNARDI
PROMOPRESSAGENCY



Aggiornamento rassegna stampa

SABATO 17 OTTOBRE 2020

La fondazione
Anica Academy,
i produttori uniti
per la formazione
nell'audiovisivo

È nata Anica Academy, si tratta di un progetto di formazione di base per la specializzazione nei mestieri e nelle professioni del settore audiovisivo. L'ha lanciata Francesco Rutelli, presidente dell'Anica, alla presenza dei soci fondatori: oltre allo stesso Rutelli, Giampaolo Letta (Medusa), Eleonora Andreatta (Netflix), Fabrizio Salini (Rai), Jaime Ondarza (Viacom), Massimiliano Orferi (Vision Distribution). La fondazione, appoggiata dai principali produttori dell'audiovisivo è nata con lo scopo di creare una formazione di base e alta specializzazione per rispondere alla crescente domanda di profili qualificati espressa dall'industria.

Nascerà a Roma la scuola di alta formazione "Anica Academy" per rispondere alla richiesta di contenuti per sale e piattaforme

Cinema e audiovisivo, arriva un'accademia per i futuri talenti

IL PROGETTO

Nascerà a Roma, nel corso del 2021, una nuova scuola "di alta formazione" nel settore dell'audiovisivo, destinata a rispondere alla richiesta crescente di contenuti per il cinema, la tv e le piattaforme. Fondata da Anica, Medusa Film, Netflix, Rai, ViacomCBS e Vision Distribution, la Anica Academy «è un'iniziativa che nasce sulla base delle richieste delle aziende, e non vuole entrare in competizione con altre scuole come il Centro Sperimentale di Cinematografia», ha spiegato ieri Francesco Rutelli, Presidente Anica, a margine della presentazione del progetto al mercato del film di Roma MIA.

I PROGRAMMI

La differenza fondamentale con altre strutture formative sarebbe data, innanzitutto, dal programma dei corsi, che prevedono materie legate non solo alla parte creativa e autoriale (sceneggiatura, regia), ma anche alla digitalizzazione (post-produzione, realtà virtuale e realtà aumentata), al marketing (con un'attenzione



Un visore per la realtà virtuale

speciale ai mercati esteri) e all'aspetto legale della macchina industriale dell'audiovisivo.

Con l'accordo siglato pochi giorni fa, restano ancora da definire i nomi dei docenti dei corsi - che saranno sia in inglese che in italiano, in una prospettiva di internazionalizzazione - così come l'offerta formativa dell'Academy, che potrebbe seguire la doppia linea della specializzazione per chi lavora e cerca nuove competenze, e della formazione dei giovani che si affacciano per la prima volta al mondo dell'audiovisivo.

I TALENTI

«Viviamo in un periodo terribile, direi catastrofico per il settore - ha detto Rutelli - e per questo tutti i nostri sforzi sono tesi al "dopo". Ma questo dopo va preparato, puntando alla formazione e

allo sviluppo dei talenti che verranno».

La sede formale dell'Academy sarà presso le strutture dell'Anica a Roma, ma «tutti i soci fondatori si sono detti disponibili a fornire le proprie risorse», inclusi studi e uffici di produzione.

LA TRASPARENZA

Nessun dettaglio trapela ancora sulla durata dei corsi, anche se l'idea su cui si starebbe lavorando riguarderebbe meccanismi "a premi", con borse di studio per incentivare la frequentazione della scuola: «C'è questo preconcetto per cui il mondo del cinema e della tv sarebbe autoreferenziale, chiuso, impermeabile all'esterno, e che per entrarci serve chissà quale spinta. Ma non è così. Infatti noi ci muoveremo fin dal principio secondo criteri di assoluta trasparenza».

L'inclusività, ha aggiunto la manager Netflix Eleonora Andreatta, sarà una delle chiavi che caratterizzeranno l'accademia: «Saremo attenti, valutando i criteri di accesso, ai valori della diversità e della multiculturalità, cercando di sostenere chi si trovi in uno stato di disagio socio-economico».

L'inclusività, ha aggiunto la manager Netflix Eleonora Andreatta, sarà una delle chiavi che caratterizzeranno l'accademia: «Saremo attenti, valutando i criteri di accesso, ai valori della diversità e della multiculturalità, cercando di sostenere chi si trovi in uno stato di disagio socio-economico».

OLTRE A SCENEGGIATURA E REGIA, I VARI CORSI STRIZZANO L'OCCHIO A POST-PRODUZIONE, REALTÀ AUMENTATA E STUDIO DEL MARKETING



Sopra, Federico Fellini dietro la macchina da presa durante le riprese di un suo lungometraggio

Il cardinal Ravasi inaugura il restauro

Il Colosseo "svela" la sua Gerusalemme

Il Colosseo, tanto famoso quanto sconosciuto. Da oggi l'Anfiteatro Flavio offre lo scorcio insolito di un grande dipinto murale con una veduta di Gerusalemme. Opera risalente al 1675, al pontificato di Clemente X, nota agli studiosi, ma fino ad oggi poco leggibile (sta sull'arco della cosiddetta Porta Triumphalis del Colosseo, verso il Foro Romano). Il restauro ne ha risanato i colori, i contorni delle figure, gli effetti di ombreggiature, l'articolazione del disegno. Sorpresa nella sorpresa, l'intervento ha identificato la fonte iconografica: l'opera avrebbe preso a modello una stampa di Antonio Tempesta



del 1601 conservata all'Albertina di Vienna. Ad inaugurarla, ieri, la lectio magistralis del cardinal Gianfranco Ravasi. «L'opera ci ricorda le molte vite del Colosseo, ben oltre quella dei gladiatori», commenta la direttrice, Alfonsina Russo.

L. Lar.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

nomico. Saremo una scuola all'avanguardia del sistema industriale e sulla frontiera dell'inclusione».

MISURE SANITARIE

Quel che è certo, intanto, è che i corsi si svolgeranno sia in presenza che in remoto, con l'uso di piattaforme digitali, per sostenere l'insegnamento rispettando le misure di sicurezza sanitaria: «Siamo davanti a una sfida che insieme possiamo vincere, trasformando in opportunità gli snodi critici del mercato - ha concluso Jaime Ondarza, direttore generale del gruppo ViacomCBS - e per noi era importante farlo a Roma. Una città che respira arte, dove hanno operato geni come Michelangelo e Raffaello, Sordi e Fellini».

Baria Ravarino

© RIPRODUZIONE RISERVATA

PRESENTATA NEL CORSO DEL MIA, APRIRÀ NEL 2021, SU INIZIATIVA DI ANICA, MEDUSA FILM, NETFLIX, RAI, VIACOMCBS E VISION DISTRIBUTION

Nasce la Fondazione Anica Academy

I soci fondatori Anica, Netflix Italia, Medusa film, Rai, ViacomCBS e Vision distribution hanno dato vita ieri alla Fondazione Anica Academy, un progetto di formazione di base e alta specializzazione nei mestieri e nelle professioni dell'audiovisivo. In sostanza una scuola, al via nel 2021, che dovrà colmare la scarsa reperibilità, in Italia e in Europa, di professionisti specializzati in «sviluppo editoriale, post produzione audio e video, realtà aumentata, realtà virtuale, produzione e amministrazione dei set, distribuzione-comunicazione-marketing sui social, aspetti di legal e business affairs», spiega Francesca Medolago Albani, che sarà direttore generale della Academy.

Insomma, «in un momento in cui ci arrivano solo notizie negative e angoscianti», sottolinea Francesco Rutelli, presidente di Anica (associazione che riunisce tutti i soggetti della filiera cinematografica italiana), «dobbiamo però ricordare che la domanda di contenuti sta crescendo, con nuove modalità produttive e distributive. Servono quindi nuove figure professionali in grado di misurarsi col mondo». L'iscrizione alla Academy avrà un costo, ma la Fondazione Anica Academy è un ente non profit, senza scopo di lucro, non distribuirà utili, e quindi la fee di ingresso alla scuola di formazione sarà comunque accessibile a tutti.

Sia Giampaolo Letta, vice presidente e amministratore delegato di Medusa Film, sia Eleonora Andreatta, vice presidente delle serie originali italiane di Netflix, confermano che c'è grande crescita di domanda di audiovisivo, ed è quindi necessario formare nuove professionalità al più presto. Molto orgoglioso pure Jaime Ondarza, executive vice president e general manager South Hub di ViacomCBS Networks Emeaa: «Sosteniamo con convinzione questa iniziativa corale, perché corale e sistemica pensiamo debba essere la risposta all'evoluzione che il comparto dell'audiovisivo sta vivendo: a partire dal capitale umano, possiamo e dobbiamo stare al passo del cambiamento in atto nelle modalità di narrazione, nei formati, nelle competenze richieste dal mercato. Siamo davanti a una sfida, che insieme possiamo vincere, trasformando in opportunità gli snodi critici del mercato. Penso alla trasformazione digitale, al cambiamento delle abitudini di consumo, all'impatto che nell'ultimo anno ha causato la pandemia globale. L'audiovisivo sta crescendo, anche grazie a Netflix che ci ha rivoluzionato il modello di business. E pure noi lanceremo le piattaforme over the top Pluto Tv e Paramount+. Tuttavia in questa fase i concorrenti devono sì correre, ma correre insieme».

—© Riproduzione riservata—

Top TV Execs at Rome's MIA Market See No Signs of Slowdown for Global Production Boom

By Christopher Vourlias



Few companies in the global television industry have been better placed than Netflix to take advantage of the surge in demand for premium international content. But when it comes to the explosion in programming from outside of Hollywood, the company's former VP of international originals [Erik Barmack](#) admitted on Thursday, "We didn't see it coming."

Barmack, who left the Los Gatos-based streaming giant to launch the production company Wild Sheep Content last year, was speaking on a panel of global executives at Rome's MIA market looking at the changing face of international TV production. Also taking part were [Superna Kalle](#), executive VP of international digital networks at Starz; [Vince Gerardis](#), CEO and founder of Startling, Inc.; and [Thomas Benski](#), CEO and founder of Pulse Films. The session was moderated by CAA Scripted TV agent Michael Gordon.

"What we knew, as Netflix, was that we were going to have to be more international, and that part of being international was going to be telling stories from around the world," Barmack continued. "Initially, that venture was very much focused on local storytelling...[and] the belief was that it would help strengthen our business for a variety of reasons by having investment in local programming."

That gambit would soon pay off for the streamer, with the breakout of such international hits as Brazil's "3%", Germany's "Dark," India's "Sacred Games," "Money Heist" from Spain and Denmark's "The Rain." "That only happened because we were willing to take a risk on local content storytelling to begin with," said Barmack, "and the technology and the platform were ripe for change."

Gerardis [announced on Thursday](#) the launch of a new production company based in Rome. The move was driven in part by a personal desire to establish a foothold on the continent, and partly by the untapped opportunities he recognized in Southern Europe.

"The U.K., and France, and Germany certainly have robust and mature businesses," said the "Game of Thrones" co-executive producer. "But I felt that there was opportunity in Spain and Italy, and so I've committed to invest and making sure that I'm able to try to bring some interesting content from Italy to the world, and Spain to the world, and vice versa."

Such globe-trotting ambitions come at a time when the coronavirus pandemic has upended travel plans and production schedules for the industry, forcing creatives to adapt on the fly.

Pulse recently wrapped post-production on season two of the Sky and Cinemax crime series "Gangs of London," with Benski noting that the entire team "had to be creative and plan for the different eventualities."

“I wouldn’t say it was flawless, but the most important thing is to keep going. To show not only our team, but the world and the industry, that we’re resilient to this,” he said. “I think this is a moment where we need to continue to create content, and as producers, the emphasis is on us to try and find ways to do that in the best possible ways, and without compromising storytelling.”

Adaptability, he added, is built into the nature of the industry at a time of massive, paradigm-shifting changes. “What I’m seeing a lot is innovation in the business model,” he said. “Specifically when we talk about big-budget shows outside of the U.S., terrestrial broadcasters, or the traditional players, might not have the budget capacity to fully finance. So you’re having to utilize co-productions to do that. The question is, every show has a distinctive flavor, and it’s about finding the best partners for it.”

“I think it’s a golden era to be doing international TV,” said Barmack. “On a macro level, the market is growing. You have more buyers who are interested in figuring out global content... I think having big IP outside the U.S. is going to be super important. Really understanding these global markets, and who’s producing at quality, is going to be really important.”

While that shift opens up a raft of opportunities for international collaborations, he added that the market “requires a real focus in a way that perhaps it might not have even three years ago.”

Gerardis, who acquired Italian citizenship last year, highlighted the steep learning curve when it comes to bridging the cultural divide.

“There’s no question that navigating the television business and the culture all at the same time—I mean, partnering is not a normal mode of business for a lot of these people,” he said. “And they’re all excellent producers, and they’re used to keeping their share of the deal. And so finding producers that want to share, and want to work with the resources that we can access, and the talent that we can access, and the stories that we can bring: it’s not easy, but it is possible.”

It is also, perhaps, inevitable, with Barmack pointing to the “rapid investment by global platforms...[who] are willing to invest in new types of shows that they hadn’t before.”

“It’s probably the case that as U.S. TV gets more and more expensive, that it’s going to reach a breaking point, where you just cannot fill that much television per week for the appropriate audience size,” he said. “There’s going to be room...for 50 or 60 shows per year on a global level, and it’s just going to stand to reason that fewer of them are going to be English over time.”

While that might sound like an enticing prospect for producers with globe-spanning aspirations, the glut of high-end international content means that even the most prescient producer might ultimately pass on the next “Gomorra,” “Money Heist,” or “The Bridge.”

For Benski, that’s just fine. “I just think less is more,” he said. “The passion, and the commitment you have—you can’t commit to everything all the time, and I think you’re better off taking big swings at [fewer] things.”

He continued: “I’m totally comfortable to miss out. I just think you have to know what you’re really good at, and the type of shows that you’re best-placed to do, and the type of talent you can attract, and bet on that.”

Pictured from left to right: Erik Barmack, CEO and founder of Wild Sheep Content; Vince Gerardis, CEO and founder of Startling, Inc.; Superna Kalle, executive VP of international digital networks at Starz; and Thomas Benski, CEO and founder of Pulse Films.

<https://variety.com/2020/tv/global/rome-mia-market-international-tv-production-1234807258/>

Amazon Orders Italian Heist Series ‘Everybody Loves Diamonds’

By Nick Vivarelli ▾



Amazon has announced a new Italian original series titled “Everybody Loves Diamonds” during Rome’s MIA market.

The heist series with comedic overtones is inspired by the 2003 “Heist of Antwerp,” dubbed by international media as “the biggest diamond theft in the world.”

The new Amazon show being produced by Mario Gianani and Lorenzo Gangarossa for *Wildside*, which is a Fremantle unit, follows a group of thieves led by Sicilian mastermind Leonardo Notarbartolo, who in 2003 managed to circumvent the advanced security system of the Antwerp Diamond Center and steal precious stones worth more than \$100 million.

Nicole Morganti, head of Amazon Originals in *Italy*, and Davide Nardini, head of scripted originals in Italy, unveiled the project during a MIA panel on Friday, where they also announced commissioning a second season of the Italian version of Amazon Original’s unscripted series “Celebrity Hunted – Manhunt,” produced by EndemolShine Italy.

Morganti said she was thrilled to be working on “Everybody Loves Diamonds” with “one of the most prestigious creative and production teams in Italy.” The show is written by a team comprising Stefano Bises, who penned hot TV series “Gomorra,” and “ZeroZeroZero,” among other titles, and Michele Astori (“The Mafia Kills Only in Summer”) with Giulio Carrieri and Bernardo Pellegrini.

The director on “Everybody Loves Diamonds” has not been announced.

Other previously announced Amazon Italian original series that are in production include “Bang Bang Baby,” a series set in the 1980s about a shy, insecure teenage girl who becomes the youngest member of the Milanese mob, produced by Fremantle’s The Apartment and Wildside, which are the shingles behind HBO’s “The New Pope” and “My Brilliant Friend,” and “Vita da Carlo,” featuring popular Italian comic actor and director Carlo Verdone and produced by Aurelio and Luigi De Laurentiis.

<https://variety.com/2020/digital/global/mia-amazon-everybody-loves-diamonds-1234807475/>

Nasce Anica Academy, produttori uniti per la formazione

Rutelli, fare dell'Italia un hub formativo d'eccellenza



(ANSA) - ROMA, 16 OTT - "Dobbiamo riuscire a realizzare sempre più dall'Italia prodotti che vanno sui mercati globali e attirare in Italia studenti giovani dall'estero con l'obiettivo di fare del paese un hub formativo. E c'è grande interesse dai vari Paesi europei per venire a formarsi in Italia". Il presidente di Anica, Francesco Rutelli, lancia così la Anica Academy alla presenza dei soci fondatori e della comunità professionale del mondo audiovisivo riunito in occasione del Mercato Internazionale Audiovisivo.

L'Academy è un progetto nato su iniziativa dei principali produttori dell'audiovisivo con lo scopo di creare una formazione di base e alta specializzazione per rispondere alla crescente domanda di profili qualificati espressa dall'industria. Una opportunità rivolta sia ai giovani talenti sia per professionisti già in attività.

Moderati da Piera Detassis, presidente e direttore artistico dell'Accademia del Cinema italiano David di Donatello, ne hanno parlato i Fondatori dell'Academy. "Tra le enormi criticità provocate dalla pandemia emerge un raro elemento positivo: la maggiore domanda di contenuti audiovisivi - ha detto Rutelli -.

Vogliamo che in Italia qualità creative, capacità produttive, manageriali e di marketing siano ancora più forti attraverso la formazione di figure di alta competenza e qualificazione".

(ANSA).

https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/cinema/2020/10/16/nasce-anica-academy-produttori-uniti-per-la-formazione_b7d4cfd4-19a6-4432-ada9-ce88221a76b7.html



TELEVISIONE

Rai Documentari, Duilio Giammaria: è la nuova golden age del documentario

Il direttore: "Creeremo offerta studiata e differenziata"

16 ottobre 2020

(LaPresse) - **Duilio Giammaria**, direttore di **Rai Documentari**, è intervenuto al MIA (Mercato Internazionale Audiovisivo) per parlare dei primi mesi di lavoro della sua struttura e delle prospettive per il futuro. Al panel 'Il cantiere di Rai Documentari', affiancato dal responsabile del MIA Doc **Marco Spagnoli**, ha detto: "Creeremo un'offerta di documentari studiata e differenziata sulle diverse reti generaliste e tematiche e sulla nostra piattaforma online. Il nostro primo cliente è l'utente televisivo Rai, al quale per primo bisogna proporre contenuti, linguaggi e formati che lo attraggano e lo coinvolgano nei diversi canali Rai, creando un'abitudine di consumo. Per raggiungere quest'obiettivo ci serve il contributo di tutti, noi ci impegneremo per dare linee di indirizzo sempre più chiare ai nostri interlocutori, la filiera industriale deve pensare fin da subito alla messa in onda televisiva, la base di pubblico nazionale non è solo l'obiettivo di Servizio Pubblico della Rai, ma anche lo zoccolo duro su cui costruire, per crescere nel mondo, sia diffondendo i nostri prodotti, che **coproducendo** con partner internazionali. Siamo entrati nella golden age del documentario, dipenderà da tutti se sapremo cogliere l'occasione. Noi ci siamo".

https://www.lapresse.it/spettacoli/televisione/rai_documentari_duilio_giammaria_e_la_nuova_golden_age_del_documentario-3094284/news/2020-10-16/



Annunciato al MIA l'inizio delle riprese di SOPRAVVISSUTI con Lino Guanciale al via il 21 ottobre 2020

Lino Guanciale ospite oggi al Mia (Mercato Internazionale Audiovisivo) dove sono state annunciate oggi, nell'ambito della sezione Mia Drama guidata da Gaia Tridente, le riprese della serie Sopravvissuti, una coproduzione internazionale RAI Fiction, France Télévisions, ZDF Rodeo Drive, CinéTévé. "Essere al Mia è di grandissima importanza. Alla qualità intrinseca dell'evento in condizioni normali e al merito del Mia in quanto occasione di incontro, di scambio, di presentazione, di progetti e di condivisione internazionale si aggiunge in qualche modo un valore simbolico e cioè che il nostro è un sistema che produce moltissimo indotto e moltissimo lavoro, non si ferma e tenta di convivere con la condizione pandemica globale".

https://www.leggo.it/spettacoli/cinema/annunciato_al_mia_l_inizio_delle_riprese_di_sopravvissuti_con_lino_guanciale_al_via_il_21_ottobre_2020-5527853.html

Anica punta sulla formazione di talenti per l'audiovisivo e lancia la sua Academy. I fondatori: risposta alle richieste del settore

Creare un nuovo spazio di opportunità per giovani talenti e professionisti già in attività. E' questo l'obiettivo con cui dal Mia – Mercato Internazionale Audiovisivo, è stata annunciata oggi la nascita della Fondazione Anica Academy, del cinema, dell'audiovisivo e del digitale.

Costituita ieri, la Fondazione – in breve l'Anica Academy -, accanto all'Anica, ispiratrice e motore del progetto attraverso il suo presidente Francesco Rutelli, annovera tra i soci fondatori Medusa Film, Netflix, Rai, ViacomCBS Networks Emea e Vision Distribution.

Punto focale la sua stretta connessione con il mondo del lavoro, per rispondere alla crescente domanda di profili qualificati richiesti dal settore del cinema e dell'audiovisivo. Una richiesta diventata sempre più forte, vista anche l'espansione che il comparto sta attraversando in questa fase, nonostante le difficoltà generate dalla pandemia.



Francesco Rutelli, presidente dell'Anica

Tra prime professionalità alle quali si guarda con maggiore interesse, ci sono quelle legate all'ambito editoriale, i profili focalizzati sulle nuove tecnologie – sempre più richieste per il futuro del cinema -, quelli legati all'ambito business & legal affairs, ma anche professionalità connesse con i mestieri più tecnici del cinema, a cominciare dalla gestione e organizzazione di un set. Forte anche la domanda relativa alla gestione delle aree commerciali e di marketing.

La responsabilità del progetto è affidata a Francesca Medolago, già dirigente Anica. Le prime iniziative partiranno nel 2021, anche se al momento nn ci sono indicazioni precise su date e percorsi di formazione.

“La sfida è investire sul capitale umano e riconnettere diverse generazioni, attraverso la capacità di attivare occupazione sempre più qualificata nel mondo audiovisivo, portando un contributo allo sviluppo e alla crescita del settore e del Paese”, si legge nella nota che spiega l’iniziativa di cui oggi hanno discusso – moderati da Piera Detassis, presidente e direttore artistico dell’Accademia del Cinema italiano David di Donatello – i rappresentanti delle realtà coinvolte nell’iniziativa: oltre Rutelli, Giampaolo Letta (vp e ad Medusa Film), Tinny Andreatta (vp serie originali italiane Netflix), Fabrizio Salini (ad Rai), Jaime Ondarza (evp e general manager South Hub, ViacomCBS Networks Emeaa) e Massimiliano Orfei (coo Vision Distribution).

<https://www.primaonline.it/2020/10/16/314063/anica-punta-sulla-formazione-e-lancia-la-sua-academy/>

NASCE ANICA ACADEMY



Annunciato durante il Mia questo progetto di formazione di base e alta specializzazione nei mestieri e nelle professioni dell'audiovisivo

È stata annunciata oggi durante il MIA - Mercato Internazionale Audiovisivo la nascita della **Fondazione Anica Academy del Cinema**, dell'audiovisivo e del digitale, in breve **Anica Academy**. Si tratta di un progetto di formazione di base e alta specializzazione nei mestieri e nelle professioni dell'audiovisivo che nasce con l'obiettivo di rispondere alla crescente domanda di profili qualificati espressa dall'industria, attraverso la costruzione di un nuovo spazio di opportunità sia per giovani talenti sia per professionisti già in attività.

Come si legge nel comunicato stampa di annuncio, "la leva distintiva dell'Academy è nel suo DNA di matrice industriale, in stretta connessione con il mercato del lavoro: tanto più il settore cresce, tanto maggiore è la richiesta di competenze e di specializzazioni, tanto più flessibile e adattiva dovrà essere una formazione che esplori le innumerevoli potenzialità portate dall'innovazione nei cicli creativi e produttivi dell'audiovisivo. È qui che si gioca la possibilità di crescere, per l'intero settore".

Alla presentazione del progetto, moderati da Piera Detassis, Presidente e Direttore Artistico dell'Accademia del Cinema italiano David di Donatello, ne hanno parlato oggi i Fondatori dell'Academy (in ordine alfabetico):

Francesco Rutelli, Presidente ANICA – Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e multimediali: «Tra le enormi criticità provocate dalla pandemia emerge un raro elemento positivo: la maggiore domanda di contenuti audiovisivi. Noi - tutti insieme - vogliamo che in Italia qualità creative, capacità produttive, manageriali e di marketing siano ancora più forti attraverso la formazione di figure di alta competenza e qualificazione. Professionisti capaci di operare in una scena globale in profonda trasformazione, e nelle sfide che la nostra filiera dovrà affrontare in Italia e in Europa».

Giampaolo Letta, Vice Presidente e Amministratore Delegato Medusa Film: «Il veloce e continuo sviluppo dell'industria audiovisiva richiede sempre più figure professionali formate e competenti. Medusa ha aderito all'importante e qualificata iniziativa promossa da Anica convinta che l'Academy possa rappresentare una preziosa occasione per rispondere a questa esigenza nelle diverse aree in cui operano le aziende del settore».

Tinny Andreatta, Vice Presidente delle serie originali italiane, Netflix: «Siamo orgogliosi di aver affiancato Anica fin dall'inizio credendo fortemente nella necessità di investire sulla formazione di professionalità qualificate legate al mondo dell'audiovisivo e in particolare delle persone più giovani. Per noi rappresenta una sfida strategica che guarda all'eccellenza e alla crescita del comparto. Siamo convinti che questo passo verso il futuro sarà tanto più coerente, quanto più sarà accogliente ed inclusivo. Per questo ci impegneremo in modo particolare perché l'Academy sia sensibile a condizioni di accesso paritetiche, attente ai valori della diversità, della multiculturalità e sia capace di sostenere chi si trovi in uno stato di disagio socio-economico. Insomma, una scuola all'avanguardia del sistema industriale e sulla frontiera dell'inclusione».

Fabrizio Salini, Amministratore Delegato RAI: «Per la Rai trovare e formare nuovi talenti è una missione primaria di Servizio Pubblico. Il ruolo della Rai è stato e deve rimanere centrale nel sistema dell'audiovisivo del nostro Paese. Ci fa piacere che in un momento come questo, il più difficile che tutti noi abbiamo mai affrontato, le capacità e le volontà dell'intero settore si mettano insieme per un'iniziativa che parla di futuro, di innovazione e di giovani. E' il modo più efficace per trasformare le difficoltà in un'opportunità, per metterci a disposizione di quanti vogliono avvicinarsi alle professioni dell'audiovisivo. La Rai c'è con la sua storia e con il suo presente e darà sempre il suo apporto dove si investe nel futuro».

Jaime Ondarza, EVP e General Manager South Hub, ViacomCBS Networks EMEA: «Sosteniamo con convinzione questa iniziativa corale, perché corale e sistemica pensiamo debba essere la risposta all'evoluzione che il comparto dell'audiovisivo sta vivendo: a partire dal capitale umano, possiamo e dobbiamo stare al passo del cambiamento in atto nelle modalità di narrazione, nei formati, nelle competenze richieste dal mercato. Siamo davanti ad una sfida, che insieme possiamo vincere, trasformando in opportunità gli snodi critici del mercato. Penso alla trasformazione digitale, al cambiamento delle abitudini di consumo, all'impatto che nell'ultimo anno ha causato la pandemia globale. La chiave di volta risiede certamente nella capacità di sviluppare nuovi contenuti e di rafforzare le professionalità. Nell'ambito di questo entusiasmante progetto, i giovani saranno certamente al centro della nostra attenzione: come media da sempre vicino alle nuove generazioni, non possiamo che investire in chi sarà davvero protagonista di questa nuova fase».

Massimiliano Orfei, Chief Operating Officer Vision Distribution: «Le trasformazioni a cui sta andando incontro il comparto audiovisivo, oltretutto in una congiuntura caratterizzata da una forte incertezza sugli sviluppi del prossimo futuro, richiedono a tutti gli operatori il possesso e il rafforzamento delle competenze ad ogni livello, senza le quali non sarà possibile affrontare in modo vincente le straordinarie sfide produttive, distributive, manageriali e creative che ci attendono. La costruzione di percorsi formativi di eccellenza, a tutto campo, è un interesse che accomuna, nelle differenze, tutti i player del settore. Ed è per questi motivi, con questa consapevolezza e con questo spirito che Vision ha accolto con convinzione ed entusiasmo l'idea di fare squadra e unire le forze con la costituzione di Anica Academy. E' l'inizio di un'avventura che, ne siamo convinti, darà un contributo tangibile alla crescita della nostra industria».

<http://www.e-uesse.it/News/Cinema/Nasce-Anica-Academy-251416>

MIAMarket: è il tempo della meritocrazia, intervista con Lucia Milazzotto Direttrice MIA

Intervista a Lucia Milazzotto, direttrice MIAMarket. Alla sua sesta edizione un evento che non delude le aspettative dei tantissimi partecipanti e dell'intero settore. Da piccoli [...]



Intervista a Lucia Milazzotto, direttrice MIAMarket. Alla sua sesta edizione un event...
[LEGGI ANCHE --- il nuovo sipario del Teatro Palladium racconta 100 anni di Garbat...](#)

Intervista a Lucia Milazzotto, direttrice MIAMarket. Alla sua sesta edizione un evento che non delude le aspettative dei tantissimi partecipanti e dell'intero settore. Da piccoli produttori alle OTT, tra streaming e incontri reali Roma ritrova la sua centralità con un appuntamento internazionale non solo nel nome.

<https://www.funweek.it/musica/miamarket-e-il-tempo-della-meritocrazia-intervista-con-lucia-milazzotto-direttrice-mia/>

DANIELE MIGNARDI
PROMOPRESS AGENCY



Aggiornamento rassegna stampa

GIOVEDÌ 16 OTTOBRE 2020

MEDIA

PRODUTTORI INDIPENDENTI

Leone (Apa): alla Rai vada tutto il canone o produzione a rischio

Giancarlo Leone, presidente di Apa, l'associazione che raggruppa le società di produttori audiovisivi indipendenti, sul punto si sofferma con dovizia al termine della presentazione del Rapporto sulla produzione audiovisiva nazionale, ieri nel corso del Mia-Mercato Internazionale dell'Audiovisivo in svolgimento a Roma.

Con i ricavi pubblicitari decimati dall'emergenza Covid, «c'è il forte rischio che la Rai possa ridurre gli investimenti nell'audiovisivo». E questo, con una Tv pubblica che fornisce il 74% delle ore di fiction stagionali (dato della stagione 2019-2020) - seguita da Mediaset (8%), Sky (7%), Netflix (6%) e poi dagli altri player - per Leone rappresenta una minaccia da sminuire senza tentennamenti. «La Rai - dice - subisce da anni ingiustamente un prelievo sul canone», come dimostra il fatto che su 90 euro di canone unitario solo 74,3 euro vanno a via Mazzini, e «ci sono almeno 180 milioni di cosiddetto extragetto che chiediamo con forza al governo di riconoscere alla Rai, per consentirle di investire nel cinema e nel settore audiovisivo in generale». Parole dette davanti all'ad Rai, Fabrizio Salini, che non spreca l'assist: «Non fermiamo le macchine come qualcuno ha scritto, ma con forza al governo di riconoscere alla Rai, per consentirle di investire nel cinema e nel settore audiovisivo in generale». Parole dette davanti all'ad Rai, Fabrizio Salini, che non spreca l'assist: «Non fermiamo le macchine come qualcuno ha scritto, ma

+40%

INVESTIMENTI NETFLIX & CO.
Fra 2020 e 2022 gli impegni degli operatori del video on demand sono previsti in crescita media annua fino al 40%

senza il riconoscimento di ciò che si deve alla Rai ci saranno meno risorse da immettere».

Non proprio il massimo in uno scenario come quello attuale. Il Covid ha picchiato duro e «se quest'anno sono ripartiti i set - sottolinea Leone - lo si deve non solo al coraggio dei produttori indipendenti, ma anche alla straordinaria opera del Mibact che riconosce culturalmente e industrialmente questo settore come strategico e che ha assicurato un fondo straordinario e il tax credit maggiorato» invocato anche per il prossimo anno dal presidente Apa davanti a Lorenzo Casini, capo di gabinetto del Mibact.

Il lockdown, intanto, ha prodotto 149 iscrizioni d'impresa (40 in meno rispetto all'anno precedente) e 261 cessazioni (27 in più) nel periodo gennaio-agosto. Al di là di questo, i dati presentati non sono, alla fine, da buttare, anche perché si rifanno al 2019 in cui la produzione audiovisiva (cinema in sala, Tv e prodotti di video on demand) in Italia ha portato a casa 1,3 miliardi, saliti dagli 1,2 del 2019 (14% sul 2018).

In questo quadro a emergere è la rapida crescita del video on demand. Netflix & co. hanno investito 46 milioni nel 2018 e 70 nel 2019 con previsione di arrivare a 195 milioni nel 2022 (+40% di crescita media annua). Nell'ipotesi più conservativa sarebbero 140 (25% di Cagr). «L'approdo in Italia testimonia la nostra volontà di investire in modo strategico sulla produzione nazionale. Quest'anno abbiamo lanciato cinque stagioni di serie; prevediamo di raddoppiarle in due anni», dice Eleonora Andreatta, ex Rai e ora vicepresidente Original Series di Netflix Italia. E i player tradizionali? «Mediaset è legata esclusivamente alla pubblicità e questo ha costretto l'azienda a un passo di difesa, ma l'obiettivo di investire e delle 50 prime serate di fiction l'anno rimane sul tavolo», spiega il direttore della Fiction Mediaset, Daniele Cesarano. Quanto a Sky, «continueremo a investire, anche per riequilibrio rispetto allo sport, che resta un asset fondamentale, e perché il controllo dei contenuti è oggi fondamentale», afferma l'Evp Programming di SKY Italia, Nicola Maccanico.

— **Andrea Biondi**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ItaliaOggi

16 Ottobre 2020 - ItaliaOggi

pag. 19

ItaliaOggi

MEDIA

Venerdì 16 Ottobre 2020 19

I dati 2019 del Rapporto Apa presentati al Miamarket. La produzione audiovisiva vale 1,3 mld

Fiction, un mercato da 480 mln

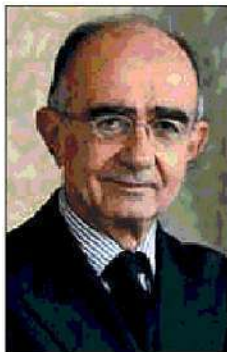
Rai e Mediaset investono meno. Più risorse da Sky e Netflix

DI CLAUDIO PLAZZOTTA

Il mercato della produzione audiovisiva vale in Italia circa 1,3 miliardi di euro nel 2019, con la fiction nella quale vengono investiti 480 milioni di euro, i film in sala vicini ai 400 milioni, l'animazione a 77 milioni, e la parte rimanente assorbita da investimenti in altri generi, da piattaforme in streaming ecc., pari a 340 milioni. «In particolare», ricorda Giancarlo Leone, presidente di Apa-Associazione produttori audiovisivi, «le piattaforme ott nel 2019 hanno investito in Italia circa 70 milioni di euro in serialità, che nel 2020 sono stimati in crescita a quota 90-100 milioni, tra i 110 e i 140 milioni di euro nel 2021 e tra i 140 e i 195 milioni nel 2022».

Il comparto della produzione audiovisiva è formato da 7.500 aziende, con 123 mila lavoratori diretti (e escluso l'indotto), e, quanto alla fiction, Rai fa da padrona come ore trasmesse in prima visione: pesa per il 74%, davanti a Mediaset con l'8%, Sky con il 7% e Netflix col 6%. Il tax credit maggiorato al 40% ha salvato tante produzioni nel 2020. Ma, come sottolinea Leone durante la presentazione del secondo rapporto Apa nel corso del Miamarket di Roma, c'è il pericolo che Rai, volano principale dell'industria, tagli gli investimenti nei prossimi anni. E in effetti sarà così, conferma l'a.d. del servizio pubblico, Fabrizio Salini. Anche Mediaset sta investendo pochissimo in fiction: nel 2020 non ne ha ancora mandata in onda nessuna. Più risorse, invece, arriveranno da Sky e Netflix. Con un progetto del ministero dei beni culturali per eliminare il plafond alle risorse pubbliche a disposizione dell'audiovisivo, e fornire al settore uno strumento certo.

Fabrizio Salini, amministratore delegato Rai. Il canone Rai in bolletta elettrica è



Giancarlo Leone



Fabrizio Salini



Eleonora Andreatta

di 90 euro, ma alla Rai ne arrivano solo 74. Ci vengono perciò sottratte risorse. Nel 2020 abbiamo confermato il nostro impegno nella fiction, consapevoli che questo ci porterà a un conto economico in squilibrio nell'esercizio. Nel 2021, con i cali della raccolta pubblicitaria e le incertezze sugli introiti da canone, stiamo operando razionalizzazioni sia sui costi interni, sia sugli investimenti produttivi. Non fermiamo le macchine, ma, se non arrivano risorse, Rai ridurrà gli investimenti nella fiction. Mi impegno comunque a nominare il nuovo direttore di Rai fiction (Eleonora-Tinny Andreatta se ne è andata a fine giugno per diventare vice president original series di Netflix Italia) e a presentare il piano fiction 2021 entro il 31 dicembre. Prometto che non terrò l'interim di Rai fiction a vita.

Daniele Cesarano, direttore fiction di Mediaset. Al momento abbiamo quattro set aperti. Quando mi sono insediato nella primavera del 2017 il mio obiettivo era di arrivare a produrre per Mediaset circa 60 prime serate all'anno di fiction.

L'obiettivo, lo ammetto senza problemi, non lo abbiamo mai raggiunto. Però nel 2019, esattamente un anno fa, si era deciso addirittura di alzare l'asticella, arrivare a 70 prime serate all'anno, con anche l'assunzione in azienda di nuove risorse. Tuttavia, in parte per gli ascolti della fiction, che giustamente hanno anche messo in discussione la mia linea editoriale e la mia direzione, e poi con la drammatica emergenza Covid, molto è cambiato. Mediaset dipende esclusivamente dai ricavi pubblicitari, è il soggetto più colpito dalla crisi, è stata costretta a piani di difesa. Basti pensare che nel 2020 sui canali Mediaset non è andata in onda nessuna fiction originale. Quindi, il prossimo piano fiction di Mediaset non sarà di certo di 70 prime serate, che forse era solo un mio sogno, e proveremo ad avvicinarci quota 50. Ovvio che le risorse e gli investimenti saranno ridotti, dovremo abituarci a lavorare con modelli di business diversi, e non so dire in percentuale quanto sarà prodotto da società indipendenti, e quanto da Teodue (di proprietà Mediaset).

Nicola Maccanico, executive vice president programming di Sky Italia. Noi stiamo spingendo molto sulle produzioni originali. E gli investimenti in serialità aumenteranno per due motivi: vogliamo riequilibrare fiction, serie e intrattenimento rispetto allo sport, che rimane un nostro core business ma non deve essere l'unica leva; vogliamo essere proprietari dei contenuti, averne il controllo, per non arrivare in situazioni nelle quali l'accesso ai contenuti si interrompe o diventa troppo costoso. È chiaro che con la forte crescita di serialità originale ci troveremo di fronte alla sfida di mantenere alta la qualità. Dobbiamo evitare, cioè, l'effetto cinema, industria nella quale, col moltiplicarsi di occasioni, progetti, committenti, è sceso il livello qualitativo medio. Una seconda sfida è quella di favorire la nascita e la crescita di talenti italiani giovani: sul fronte registi ne abbiamo già parecchi, sul fronte attrici e attori, invece, ce ne sono tanti ma non così giovani.

Eleonora Andreatta, vice president original series Netflix Italia. L'approdo di una struttura Netflix in Italia, anche se lavoriamo ancora tutti in smart working, ha significato cinque stagioni nuove di serialità originale italiana nel 2020. Nel giro di due anni l'obiettivo è di avere dieci nuove stagioni originali italiane all'anno. E gli investimenti (esattamente un anno fa il fondatore di Netflix, Reed Hastings, disse a Roma di volere investire in Italia 200 milioni di euro nei successivi due anni) non saranno solo nel genere serie, ma pure in film, non-scripted e documentari.

Lorenzo Casini, capo di gabinetto del ministero dei beni culturali. Colpisce il numero di addetti impiegati direttamente nel settore audiovisivo. Sono 120 mila, quasi come i 140 mila lavoratori di tutti i ministeri. Certo, tra gli addetti all'audiovisivo ci saranno meno contratti a tempo indeterminato, anche se la loro produttività sarà probabilmente più alta di quelli nei ministeri, ma è comunque una massa molto importante. Si è parlato del successo del tax credit: più in generale le risorse pubbliche a disposizione del settore sono cresciute dai 150 milioni di euro del 2007 ai 450 milioni del 2019 e ai 650 milioni di euro del 2020. Solo per il tax credit nel 2014 erano disponibili 110 milioni di euro, ora abbiamo superato i 300 milioni. Il nostro impegno, però, è quello di avvicinarci al modello francese: vogliamo cioè eliminare il concetto di plafond, trasformando tutto in uno strumento certo, senza le incertezze di inseguire le risorse anno dopo anno. E, da questo punto di vista, il Recovery fund sarà uno strumento ideale.

© Riproduzione riservata



Il rapporto dei produttori di audiovisivi

Leone: «Restituire alla Rai 180 milioni»

Un settore sano in un mondo malato: presentato ieri il rapporto sulla produzione dell'APA (Associazione Produttori Audiovisivi) a Roma durante il mercato del Mia. Prodotto più remunerativo nella stagione 2019 - 2020 è la fiction, con un valore per il mercato di 443 milioni (382 quello dei film). L'offerta è stata di 461 ore di prime visioni, tre quarti delle quali prodotte da Rai, mentre cresce l'importanza degli OTT, ovvero le piattaforme come Netflix o Amazon, uniche a mantenere il segno positivo sulle proiezioni dei ricavi per il prossimo anno (+60%). «Netflix si impegnerà ancora di più», ha detto Eleonora Andreatta, vicepresidente

serie originali Netflix Italia, promettendo di raddoppiare in due anni il numero di serie prodotte nel Paese. Secondo le stesse proiezioni, nel 2021 continuerà la stagione negativa dei ricavi pubblicitari (-8%). «Il rischio è che la Rai produca di meno, avendo minori ricavi dalla pubblicità» ha concluso Giancarlo Leone, presidente APA, incassando l'approvazione dell'ad Rai Fabrizio Salini e lanciando una proposta: destinare a un fondo per l'audiovisivo il denaro «ingiustamente sottratto alla Rai con il prelievo tributario sul canone, 180 milioni l'anno, che darebbero aria a tutto il settore».

Ilaria Ravarino

© RIPRODUZIONE RISERVATA



» Teledico

di Laura Rio

L'appello del Mia Market: investire più soldi del canone nelle fiction

Per gli spettatori è un tema importante. Non un mero dibattito tra operatori. A loro poco importa di cifre, dati, motivazioni, a loro importa passare belle serate a gustarsi fiction e serie televisive. La pandemia ha messo in crisi tutto il sistema produttivo dell'audiovisivo, la pubblicità è calata drasticamente, i budget sono stati tagliati, molti set sono rimasti chiusi e hanno faticato a riaprire e questo si è trasformato e si trasformerà in un numero minore di prodotti da offrire al pubblico. È in questo quadro che Giancarlo Leone (*nella foto*), presidente dell'Apa (Associazione produttori audiovisivi), cembres, di risolvere la questione Rai Fiction il prima possibile e di assottigliare il taglio previsto al budget destinato agli investimenti, ferma restando l'evoluzione della crisi». Leo-



ha rivolto un accorato appello ai direttori dei principali broadcaster e al ministero dei Beni culturali a scongiurare una diminuzione degli investimenti nel settore. Un dibattito, quello che si è svolto ieri nell'ambito del Mia Market, il mercato internazionale della tv in corso a Roma, che si è trasformato in pressanti domande. Prima di tutto all'ad Rai Fabrizio Salini. Perché il piano industriale 2021 per la Fiction non è ancora pronto? Perché non è stato ancora nominato il sostituto di Eleonora Andreatta (passata a Netflix) alla direzione di Rai Fiction? Risposte: «Contiamo di approvare il piano entro fine mese e chiediamo al Governo di lasciare alla Rai quella parte del canone (su 90 euro di ogni abbonamento ne arrivano alla tv pubblica 74) che viene trattenuta dal ministero delle Finanze in modo che possa essere investita e di eliminare i tetti in vigore sul Tax Credit. A fronte, verrebbe da dire, la tv pubblica dovrebbe impegnarsi ad alzare la qualità delle fiction e ad affrontare in maniera più coraggiosa temi di attualità e di politica. Come fanno, in parte, Sky, Netflix e le altre pay tv che non solo hanno sofferto meno per la crisi, ma anzi continuano a macinare quote di mercato.

EFFETTO COVID

Audiovisivo in crisi «Subito risorse alla Rai per la ripresa»

ROMA – La crisi sanitaria ha colpito duramente anche il settore dell'audiovisivo determinando un calo nel numero di registrazioni di nuove imprese (149, 40 in meno rispetto all'anno precedente) e una crescita delle cessazioni (261, 27 in più). Lo dicono i dati del "Secondo rapporto sulla produzione audiovisiva nazionale"

presentato dall'APA (Associazione Produttori Audiovisivi) alla sesta edizione del MIA. È un mercato in grande movimento quello dell'audiovisivo italiano, con una tendenza di crescita cui la pandemia ha imposto uno scossone, di



segno molto negativo per le sale cinematografiche ma di ulteriore impulso per le piattaforme on demand. «Ci auguriamo che anche l'anno prossimo si garantiscano un fondo straordinario e il tax credit maggiorato, come per l'era Covid, e che nel Recovery Fund siano individuate le risorse per l'audiovisivo», ha detto il presidente Apa Giancarlo Leone, il quale, sottolineando il ruolo fondamentale della Rai, che produce il 75% delle ore stagionali di fiction italiana, lancia un appello al governo per «riconoscere alla Rai quella quota di extragettito da canone e di trattenute fiscali che valgono 180 milioni di euro l'anno». «Continuiamo a investire – ha risposto l'Ad Rai Fabrizio Salini – ma senza il riconoscimento di ciò che si deve alla Rai, avremo meno risorse per farlo». (M. Gre.)



Al minuto 07:25

<http://www.tg1.rai.it/dl/tg1/2010/edizioni/ContentSet-c84f2af3-b920-421a-8c13-5f8331ccdeff-tg1.html?item=undefined>

☰ 🔍 **HAVE A NEWS TIP?**
 NEWSLETTERS
 U.S. EDITION ▼

EST. 1905 **VARIETY**

SUBSCRIBE LOGIN ▼

FILM TV WHAT TO WATCH MUSIC TECH INTERNATIONAL REAL ESTATE AWARDS VIDEO VIP+

HOME > TV > GLOBAL

Oct 15, 2020 8:12am PT

Rome MIA Market Kicks Off With Broad Slate of New European Film, TV, Doc Projects

By Christopher Vourlias ▼



MOST POPULAR



'The Masked Singer' Reveals the Identity of Baby Alien: Here's the Star Under the Mask



Every Member of Margot Robbie and Christina Hodson's All-Women Screenwriting Lab Has Sold a Feature Film



PBS Masterpiece Announces Full Lineup for 50th Anniversary (EXCLUSIVE)



Savannah Guthrie Kept Command of NBC's Controversial Trump Town Hall



Twitter Down: Social Network Suffers Widespread Technical Problems



A 'Mandalorian' Movie? Pedro Pascal and Jon Favreau on the Future of the Newest 'Star Wars' Franchise

Rome's MIA market, the growing showcase for international TV series, feature films and documentaries, kicked off Wednesday in the Eternal City. The sixth edition of the event—whose acronym stands for the [Mercato Internazionale Audiovisivo](#), or the International Audiovisual Market—runs both physically in the Italian capital and online Oct. 14-18. (Find the full schedule [here](#)).

This year's edition has attracted 1,400 participants from 41 countries. Of the 600 international executives slated to take part, half will be present in Rome for the physical edition, according to the event's organizers. At least 80% of the registered Italian participants will also attend in person.

"MIA has responded to an urgency not only in Italy but also internationally, that of maintaining international contacts during a period of isolation," MIA director [Lucia Milazzotto](#) said at a press conference Wednesday, before appearing in conversation with Secretary of State Mirella Liuzzi to discuss new innovations in Italy's audiovisual industry. "It is safe and comes with the necessary protocols to meet again in Rome, but it maintains its entirety with a digital platform."

ADVERTISEMENT

“The strength of MIA is that the supply chain meets here and demonstrates how integrated it is,” said [Francesco Rutelli](#), president of Italian motion picture association ANICA, who will be speaking at the Palazzo Barberini on Friday for the launch of the ANICA Academy, a collaboration among industry players focused on the development of skills and new talent.

“Technology makes it possible to hold a hybrid event of international standing here. Rome itself today is the stage for this fusion. We are the first country where public and private have understood how their integration is strategic and a strength for the country.”

[Giancarlo Leone](#), head of the Italian TV producers' association APA, who on Thursday presented the “2nd Report on National Audiovisual Production,” a sweeping survey of the Italian industry, added that the event is “a laboratory of excellence” at “an essential moment” for the film and television business.

The five-day event features more than 120 new film and television projects currently in development or production. Sixteen feature film projects will take part in the film Co-Production Market and Pitching Forum, while 13 drama series will pitch to prospective buyers in the Drama Pitching Forum and compete for MIA's new ViacomCBS International Studios Award.

Other highlights include the What's Next Italy showcase, presenting seven works-in-progress from the host nation, as well as C EU Soon, a program featuring seven titles from emerging European talent.

Among the key speakers this week will be Michael Ellenberg, founder and CEO of Media Res, the studio and production company behind AppleTV's “The Morning Show” and HBO's upcoming “Scenes from a Marriage,” as well as Stephen Cornwell, co-CEO of London and L.A.-based The Ink Factory, producer of “The Night Manager,” among other top titles.

ADVERTISEMENT

Other high-profile international speakers include Erik Barmack, CEO of Wild Sheep Content, and former VP, international originals at Netflix; Vince Gerardis, CEO of Startling, Inc., and winner of four Emmys as co-executive producer of “Game of Thrones”; Thomas Benski, CEO of Pulse Films; and Roeg Sutherland, head of media finance at Creative Artists Agency.

Last year's MIA edition gathered 2,600 participants, 44% of whom were international guests. Panels, screenings, pitching forums and content showcases were attended by 4,295 people. Since launching in 2015, MIA has seen its participation skyrocket by 84%.

<https://variety.com/2020/tv/global/rome-mia-market-film-tv-documentary-projects-1234806003/>

World Screen

WATCH OUR NEW FALL/WINTER
HIGHLIGHT TRAILER!



MIA-MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO RETURNS FOR 2020

Chelsea Regan 17 hours ago Top Stories



MIA-Mercato Internazionale Audiovisivo, aimed at increasing product exports, co-productions and business relations at the international level, is back for 2020.

The event, which kicked off yesterday and will run through October 18, includes on-site activities in a safe and COVID-proof environment as well as online activity, thanks to the MIA Digital online platform. MIA Digital will give all participants exclusive access to live events, digital access to all activities and services of the market, and access to a large catalog of original multimedia contents.

This year's edition of MIA has attracted 1,400 participants from 41 countries. At the five-day event, more than 123 new contents (under development and in production) will be presented in pitching forums and content showcases. There will be 137 screenings and projections—72 on-site at Cinema Quattro Fontane and 65 on MIA Digital platform.

The sixth edition of the event will be held in two historical buildings of Rome. Palazzo Barberini, the main venue, has been equipped to host meeting halls, branded stands and co-production meeting halls in complete safety and in compliance with the principles of environmental, economic and social sustainability.

MIA 2020 will include a Content Showcase, with the work-in-progress program What's Next Italy. MIA|Film will also present the C EU Soon selection, devoted to new European talent and featuring seven titles. MIA|Drama is back this year with GreenLit 2020, presenting a lineup of films that will offer a mash-up of TV genres. In the MIA|Doc section will be the Italians Doc It Better event, a showcase of Italian documentaries.

There is also a Matchmaking section of the event, in which nearly 30,000 in-person and online meetings are scheduled. Talks will feature panels and roundtables attended by leading players in the industry.

SHARE



<https://worldscreen.com/tvdrاما/mia-mercato-internazionale-audiovisivo-returns-for-2020/>

Audiovisivo vede nero, "risorse per la ripresa"



Un trend in crescita fino all'anno passato che la pandemia ha interrotto, con un impatto forte quest'anno e anche nel 2021, se non ci saranno inversioni di tendenza, sia in termini di pubblicità che di incassi in particolar modo per le sale cinematografiche. E' il quadro delineato dal secondo Rapporto sul settore dell'Associazione dei produttori dell'audiovisivo, che lancia l'allarme e chiede al governo di intervenire per garantire le risorse necessarie. "Ci aspettiamo che anche l'anno prossimo si possa garantire un fondo straordinario e il tax credit maggiorato come è stato in era covid, perché è uno strumento indispensabile per il nostro settore e la ripresa della produzione", ha detto il presidente dell'Associazione, Giancarlo Leone, in occasione del Mercato Internazionale dell'Audiovisivo, sottolineando come sia fondamentale "che nel Recovery Plan siano chiaramente individuate le risorse per il settore". Un peso particolare lo ha la Rai che offre i tre quarti delle ore stagionali di produzione.

"In questa fase così delicata sarebbe impossibile comprendere come Rai possa disinvestire nella produzione di film e fiction a causa dei previsti minori introiti pubblicitari - ha aggiunto Leone -. Per questo APA chiede al governo di riconoscere a RAI quella quota di extra gettito da canone e di trattenute fiscali che valgono annualmente circa 180 milioni di euro".

Un appello condiviso dall'ad della Rai, Fabrizio Salini.

"Non fermiamo le macchine, come qualcuno ha scritto sulla stampa. Continuiamo a investire nello sviluppo del settore audiovisivo, ma senza il riconoscimento di quello che si deve alla Rai ci saranno meno risorse che potremo immettere nel settore", ha detto, assicurando che presto sarà nominato il nuovo direttore della Fiction, di cui conserva ancora l'interim.

Il capo del Mibact, Lorenzo Casini, ha assicurato che il governo continuerà a garantire risorse, che negli ultimi sei anni - ha ricordato - sono triplicate. "Lo strumento del tax credit ha funzionato benissimo - ha aggiunto -, ma credo che la sfida del futuro sia superare il tax credit, avvicinandosi al modello francese, nel quale non ci sia un inseguimento continuo di risorse. E' un settore in cui la programmazione non può essere condizionata dai tempi in cui lo stato decide che ci sono risorse aggiuntive".

Il quadro è preoccupante: secondo i primi risultati sugli effetti dell'emergenza Covid sull'occupazione, la produzione audiovisiva ha registrato una riduzione del 46,4% delle iscrizioni di imprese durante l'anno in corso, in un settore che vede coinvolte 122.905 persone. La produzione nazionale ha raggiunto nel corso del 2018 un valore di 1,2 miliardi e nel 2019 si stima una crescita che innalzerebbe il valore a circa 1,3 miliardi di euro, con un peso della fiction nel 2018 di 443 milioni, dei film di 382 milioni e degli altri generi televisivi (programmi di intrattenimento, talk show, documentari) di altri 300/340 milioni.

Prosegue negli anni la rapida crescita dell'online video. Si tratta di una tendenza già presente durante il 2019 e che si evidenzia ancora di più nel corso del 2020, anche a seguito della pandemia. A farla da padrone sono newcomers come Netflix e Amazon. "L'approdo in Italia testimonia la volontà di investire in modo strategico sulla produzione nazionale - ha detto il Vice President Original Series di Netflix Italia, Eleonora Andreatta -. Quest'anno le stagioni di serie lanciate su Netflix sono state cinque, quello che noi prevediamo è di raddoppiare questo numero nel giro di due anni".

https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/2020/10/15/audiovisivo-vede-nero-risorse-per-la-ripresa_2766cbf8-743c-4224-81aa-1d29ad2d490e.html



CRONACA

Giancarlo Leone, Presidente APA: "Ripartire in questo momento è fondamentale per l'intera industria dell'audiovisivo"

Presentato al Mia il Rapporto sull'andamento del settore

(LaPresse) "Ci sono circa 20 set aperti, altri stanno aprendo. Questo significa la ripartenza della produzione di serialità come di cinema come di documentari e di animazione. Io ricordo che ci sono 122 mila lavoratori direttamente collegati alla filiera della audiovisivo, ci sono altre centinaia di migliaia di lavoratori legati all'indotto. L'intera industria audiovisivo e del cinema ha un valore della produzione superiore al miliardo di euro, questo significa: business, opportunità di lavoro, significa la vita economica sociale e produttiva che ricomincia. Ecco perché è molto importante questa ripartenza. Allora, il fatto che il MIA (Mercato Internazionale Audiovisivo a Roma fino a domenica 18 ottobre) ci sia e sia il primo mercato dell'audiovisivo e del cinema che abbia riaperto al mondo in modalità sia fisica che remota è un segnale importantissimo. C'è la necessità che a livello internazionale si possano riprendere e recuperare gli incontri per scambiare progetti, acquistare, vendere. D'altronde quando si costruisce un prodotto questo prodotto non ha più una dimensione soltanto locale ma ce l'ha a livello globale come sappiamo bene tutti quanti. Il fatto che il mercato sia ripartito è un altro importante segnale". Così Giancarlo Leone, presidente dell'Associazione produttori audiovisivi.

https://www.lapresse.it/cronaca/giancarlo_leone_presidente_apa_ripartire_in_questo_momento_e_fondamentale_per_l_intera_industria_dell_audiovisivo_-3091865/video/2020-10-15/

A Roma torna il Mercato dell'audiovisivo, con 137 proiezioni

Dal 14 al 18 ottobre 1.400 partecipanti da 41 Paesi



Roma (askanews) – Torna dal 14 al 18 ottobre a Roma il MIA, il Mercato internazionale audiovisivo, che quest'anno si tiene a Palazzo Barberini. Si tratta del più importante evento di settore in Italia, con 137 proiezioni in 5 giorni e oltre 100 prodotti tra film, serie tv e documentari.

L'evento, nato per incrementare l'esportazione di prodotti italiani, le co-produzioni e le relazioni di business a livello internazionale, in questa sesta edizione conta 1.400 partecipanti da 41 paesi. Tra gli ospiti di quest'anno ci sono fra gli altri Sergio Castellitto, Edoardo De Angelis, Paolo Genovese, Marco Giallini, Lino Guanciale, Edoardo Leo, Gabriele Mainetti, Edoardo Pesce, Matteo Rovere e Paolo Taviani.

La direttrice del MIA Lucia Milazzotto spiega: "Questo è stato un anno particolarmente difficile, un anno particolarmente sfidante, in un momento di grandissima accelerazione del settore audiovisivo. E' evidente che un anno complesso e sfidante come è stato quello del 2020, per tutti i settori è stato un momento di grosso rallentamento, ma che sicuramente invece ha visto una capacità di reazione, una capacità di cogliere quelle che sono delle opportunità anche derivanti da una situazione complessa. Lo dimostra il fatto che Roma è piena di set.

“Il MIA è ripartito, è ripartito in sicurezza, quindi abbiamo dimostrato una grandissima capacità, il nostro settore sta dimostrando, di essere estremamente serio nel ripartire ma anche estremamente capace di gestire quelli che inevitabilmente possono essere gli impedimenti che una situazione emergenziale come questa porta. Dimostrandoci anche di poter essere un punto di riferimento per l'estero”.

http://www.askanews.it/video/2020/10/15/a-roma-torna-il-mercato-dellaudiovisivo-con-137-proiezioni-20201015_video_12013528/



Giancarlo Leone, presidente APA, a margine del secondo rapporto presentato oggi al MIA (Mercato Internazionale Audiovisivo): «Il MIA è il segnale che l'Italia dà al mondo che se si fa sistema, se si fa squadra si vince. Le prospettive sono incoraggianti dal punto di vista della ripresa, le produzioni di serialità di cinema, di documentari, di animazione hanno ripreso e stanno lavorando in pieno e questo è un segnale straordinario in un momento così difficile come quello che stiamo attraversando. Questo non deve farci dimenticare il rischio dell'intera situazione perché ovviamente lavorare con i protocolli sanitari che devono essere rispettati e lavorare in una condizione in cui la pandemia sembra non diminuire rispetto alle previsioni ottimistiche di qualche mese fa, impone da parte di tutti non soltanto la necessità di riprendere a lavorare, di farlo in sicurezza, pronti ad affrontare le situazioni anche più complesse. Il MIA è il segnale che l'Italia dà al mondo che se si fa sistema, se si fa squadra si vince. E' il primo Mercato al mondo che riapre sia in modalità in presenza sia in modalità remota».

https://www.ilmessaggero.it/video/spettacoli/giancarlo_leone_apa_produuttori_audiovisivi-5525823.html



A Roma torna il Mercato dell'audiovisivo, con 137 proiezioni

Roma (askanews) - Torna dal 14 al 18 ottobre a Roma il MIA, il Mercato internazionale audiovisivo, che quest'anno si tiene a Palazzo Barberini. Si tratta del più importante evento di settore in Italia, con 137 proiezioni in 5 giorni e oltre 100 prodotti tra film, serie tv e documentari.

L'evento, nato per incrementare l'esportazione di prodotti italiani, le co-produzioni e le relazioni di business a livello internazionale, in questa sesta edizione conta 1.400 partecipanti da 41 paesi. Tra gli ospiti di quest'anno ci sono fra gli altri Sergio Castellitto, Edoardo De Angelis, Paolo Genovese, Marco Giallini, Lino Guanciale, Edoardo Leo, Gabriele Mainetti, Edoardo Pesce, Matteo Rovere e Paolo Taviani.

La direttrice del MIA Lucia Milazzotto spiega: "Questo è stato un anno particolarmente difficile, un anno particolarmente sfidante, in un momento di grandissima accelerazione del settore audiovisivo. E' evidente che un anno complesso e sfidante come è stato quello del 2020, per tutti i settori è stato un momento di grosso rallentamento, ma che sicuramente invece ha visto una capacità di reazione, una capacità di cogliere quelle che sono delle opportunità anche derivanti da una situazione complessa. Lo dimostra il fatto che Roma è piena di set.

"Il MIA è ripartito, è ripartito in sicurezza, quindi abbiamo dimostrato una grandissima capacità, il nostro settore sta dimostrando, di essere estremamente serio nel ripartire ma anche estremamente capace di gestire quelli che inevitabilmente possono essere gli impedimenti che una situazione emergenziale come questa porta. Dimostrandoci anche di poter essere un punto di riferimento per l'estero".

https://stream24.ilsole24ore.com/video/cultura/a-roma-torna-mercato-audiovisivo-137-proiezioni/ADeUqFw?refresh_ce=1

Audiovisivo in crisi «Subito risorse alla Rai per la ripresa»

ROMA La crisi sanitaria ha colpito duramente anche il settore dell'audiovisivo determinando un calo nel numero di registrazioni di nuove imprese (149, 40 in meno rispetto all'anno precedente) e una crescita delle cessazioni (261, 27 in più). Lo dicono i dati del Secondo rapporto sulla produzione audiovisiva nazionale presentato dall'APA (Associazione Produttori Audiovisivi) alla sesta edizione del MIA. È un mercato in grande movimento quello dell'audiovisivo italiano, con una tendenza di crescita cui la pandemia ha imposto uno scossone, di segno molto negativo per le sale cinematografiche ma di ulteriore impulso per le piattaforme on demand. «Ci auguriamo che anche l'anno prossimo si garantiscano un fondo straordinario e il tax credit maggiorato, come per l'era Covid, e che nel Recovery Fund siano individuate le risorse per l'audiovisivo», ha detto il presidente Apa Giancarlo Leone, il quale, sottolineando il ruolo fondamentale della Rai, che produce il 75% delle ore stagionali di fiction italiana, lancia un appello al governo per «riconoscere alla Rai quella quota di extragettilo da canone e di trattenute fiscali che valgono 180 milioni di euro l'anno». «Continuiamo a investire ha risposto l'Ad Rai Fabrizio Salini ma senza il riconoscimento di ciò che si deve alla Rai, avremo meno risorse per farlo». (M. Gre.)

https://www.leggo.it/pay/roma_pay/audiovisivo_in_crisi_subito_risorse_alla_rai_per_la_ripresa-5526132.html

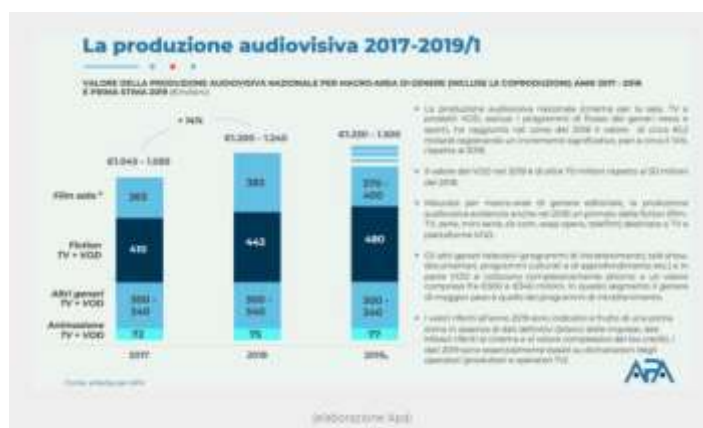
Cresce la produzione audiovisiva in Italia. Apa: alla fiction il primato; Rai resta leader ma aumenta il peso degli Ott

La seconda giornata del Mia è stata l'occasione per presentare il **2° Rapporto sulla Produzione Audiovisiva Nazionale**, con una fotografia sulla situazione del settore nel nostro Paese, realizzata dall'Apa, l'Associazione Produttori Audiovisivi. Presenti il presidente di Apa, Giancarlo Leone, il capo di Gabinetto del Mibact Lorenzo Casini, dell'ad Rai Fabrizio Salini, del direttore fiction Mediaset Daniele Cesarano, dell'EVP Programming di Sky Italia Nicola Maccanico e del vice president original series di Netflix Italia, Eleonora Andreatta.

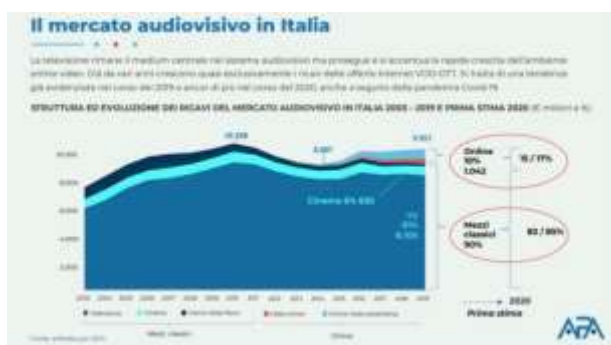


Nella foto da sinistra: Giancarlo Leone, Fabrizio Salini, Eleonora Andreatta, Lorenzo Casini, Daniele Cesarano e Nicola Maccanico. © D. Mignardi

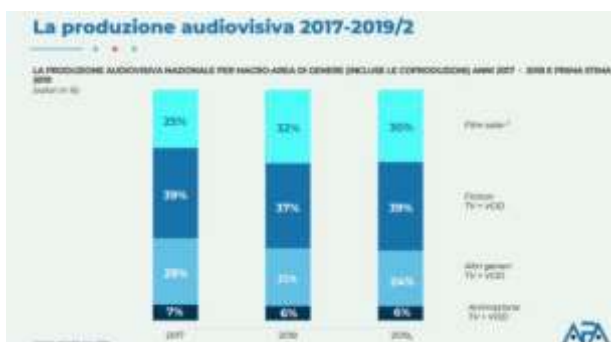
Dall'analisi è emerso come nel corso del 2018 il comparto abbia raggiunto un valore di 1,2 miliardi, registrando un incremento significativo e pari circa al 14% rispetto al 2017. Nel 2019 le stime parlano di una crescita che innalzerebbe il valore a circa 1,3 miliardi di euro.



Tra le tendenze positive rilevate, il report ha sottolineato la crescita dell'export e un sempre maggiore incremento dell'interesse del prodotto italiano da parte dei mercati esteri; l'espansione delle attività di M&A, che vedono, da un lato, l'aggregazione fra le imprese nazionali e, dall'altro, l'ingresso dei gruppi esteri che mirano a un presidio esteso e sempre più globale; gli effetti positivi del tax credit per il prodotto televisivo come leva per lo sviluppo del settore e la crescita significativa della committenza degli operatori VoD, il cui valore è pari a 50 milioni nel 2018 e, secondo le stime, supera i 70 milioni nel 2019.

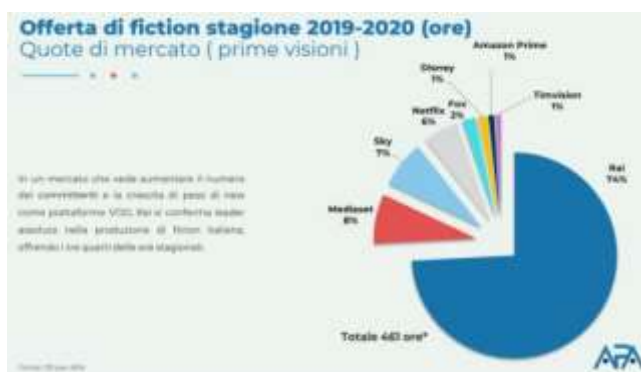


La produzione audiovisiva evidenzia anche nel 2018 un **primato della fiction** (film-TV, serie, mini-serie, sit-com, soap-opera, telefilm) destinata alla TV e ai servizi di streaming. Sull'intera produzione, si calcola infatti che dalla fiction derivi un valore di produzione di 443 milioni, mentre dai film derivano 382 milioni.



Gli altri generi tv – programmi di intrattenimento, talk show, documentari, programmi culturali e di approfondimento etc. – si collocano complessivamente attorno a un valore compreso fra 300 e 340 milioni. Nel segmento, il genere di maggior peso è quello dei programmi di intrattenimento, che vede un aumento della produzione indipendente in termini di volume orario di +2 ore rispetto al passato.

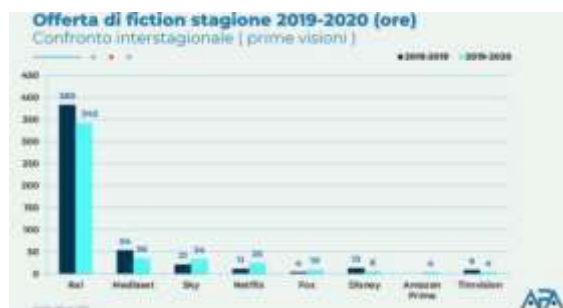
Ancora nella stagione 2019-2020, continua l'analisi, l'offerta di fiction corrisponde a 461 ore di prime visioni, riuscendo a bilanciare, a dispetto di un lieve calo, gli effetti negativi della pandemia.



Leader assoluta nella produzione della fiction italiana è la Rai, che offre i tre quarti delle ore stagionali. Un dato che ha spinto [il presidente Apa, Leone, a rivolgere un appello al governo](#) perchè riconosca alla Rai la quota di extra gettito da canone e di trattenute fiscali. "Così facendo il servizio pubblico non verrebbe meno ai suoi doveri di volano dell'industria culturale non sottraendo risorse indispensabili per la ripresa della intera filiera dell'audiovisivo ma al contrario destinandole alle produzioni di contenuti di alto livello qualitativo e di grande impatto ed interesse per il pubblico".



Alle spalle del servizio pubblico si registra un aumento del numero dei committenti e **la crescita di peso di newcomer come Netflix e Amazon**. Prosegue e si accentua, infatti, la rapida crescita dell'ambiente online video. La tendenza, già presente durante il 2019, si evidenzia ancora di più nel corso del 2020, anche a seguito della pandemia Covid-19. La televisione rimane il medium centrale del sistema audiovisivo nazionale, ma già da vari anni crescono quasi esclusivamente i ricavi delle offerte Internet VOD-OTT.



Tra gli altri numeri segnalati dallo studio, **la composizione del sistema imprenditoriale audiovisivo italiano**, che comprende 7.247 imprese attive nel 2017, che diventano 7.527 nel 2018. Più della metà di queste concentrano la loro attività nella produzione cinematografica, di video e programmi tv, per un totale di 122.905 persone coinvolte nelle attività legate al settore audiovisivo, tra lavoratori autonomi, dipendenti, amministratori, dipendenti Ex Enpals fuori perimetro, imprenditori.

Guardando invece ai primi risultati sugli **effetti dell'emergenza Covid sull'occupazione**, si stima che il lockdown in termini di registrazione delle imprese abbia prodotto 149 iscrizioni (40 in meno rispetto all'anno precedente) e 261 cessazioni (27 in più rispetto all'anno precedente). In particolare, la produzione audiovisiva ha registrato una riduzione del 46,4% delle iscrizioni durante l'anno in corso.

<https://www.primaonline.it/2020/10/15/313961/nel-2019-cresce-la-produzione-audiovisiva-in-italia-dati-apa-alla-fiction-il-primato-rai-resta-leader-ma-aumenta-il-peso-degli-ott/>

Canone, il presidente Apa Leone: riconoscere alla Rai quote dell'extragettito per investimenti in cinema e audiovisivo

Riconoscere alla Rai le quote dell'extragettito, "ingiustamente sottratte da anni", garantire anche l'anno prossimo un fondo straordinario e il tax credit maggiorato, individuare nel piano per il recovery fund risorse per l'audiovisivo. E' l'appello lanciato da Giancarlo Leone, presidente dell'Associazione produttori audiovisivi, [in occasione della presentazione del Rapporto sull'andamento del settore al Mia.](#)



"C'è il forte rischio che la Rai possa ridurre gli investimenti nell'audiovisivo, se dovesse avere minori ricavi soprattutto per la pubblicità – ha spiegato Leone -. La Rai subisce da anni ingiustamente un prelievo sul canone che non può essere utilizzato per le finalità proprie del servizio pubblico".

"Questo prelievo è enorme, sono 270 milioni di euro. Chiediamo con forza al governo di riconoscere alla Rai le quote dell'extragettito per consentirle di investire nel cinema e nel settore audiovisivo in generale. E' questo un appello forte che facciamo al governo, è fondamentale che il governo ci dia ascolto".

"Ci aspettiamo che anche l'anno prossimo, ha proseguito il presidente Apa, si possa garantire un fondo straordinario e il tax credit maggiorato come è stato in era covid, perché è uno strumento indispensabile per il nostro settore e la ripresa della produzione. E' fondamentale che nel Recovery Plan siano chiaramente individuate le risorse per l'audiovisivo, perché ho notato che, a parte Franceschini, nel governo il cinema e l'audiovisivo viene riassorbito nel tema cultura in generale, ma merita una considerazione a parte per il peso che ha".

Sul tema si è soffermato anche l'ad Rai Fabrizio Salini, presente come Leone alla presentazione della ricerca. "Continuiamo a investire nello sviluppo del settore audiovisivo, ma senza il riconoscimento di quello che si deve alla Rai ci saranno meno risorse che potremo immettere nel settore".

<https://www.primaonline.it/2020/10/15/313953/canone-il-presidente-apa-leone-riconoscere-alla-rai-quote-dellextragettito-per-investimenti-in-cinema-e-audiovisivo/>

Videointervista esclusiva dal Mia: Giancarlo Leone, presidente Apa-Associazione dei Produttori Audiovisivi

Giancarlo Leone, Presidente dell'Apa, Associazione dei Produttori Audiovisivi **in occasione del 2° rapporto della produzione audiovisiva nazionale.**



<https://www.primaonline.it/2020/10/15/313986/videointerviste-dal-mia-giancarlo-leone/>

MIA: PRESENTATO IL SECONDO RAPPORTO DI APA SULLA PRODUZIONE AUDIOVISIVA



La fiction traina il sistema audiovisivo italiano ma a crescere sono quasi esclusivamente i ricavi delle offerte Vod-Ott

È la televisione la grande protagonista del mercato audiovisivo. È quanto emerge dal secondo Rapporto Nazionale di Apa, presentato oggi al Mia. Stando ai dati, il settore audiovisivo ha generato ricavi per 9,9 miliardi di euro nel 2019 e, di questi, l'80% arriva dalla televisione mentre solo il 6% dal cinema. A fare la differenza sarebbero soprattutto le Ott i cui ricavi sono in costante crescita.

Lo scenario è simile se si analizzano i dati relativi al valore della produzione: questa si attesta sui 1,2 - 1,240 miliardi nel 2018 di cui 443 milioni fanno capo alla fiction, 383 milioni ai film, tra i 300 e i 340 milioni agli altri generi tv. Apa ha illustrato anche le stime sul 2019: "Sono dati non certificati ma vicini alla realtà", precisa il direttore di Apa Giancarlo Leone, qui nei panni di moderatore. Nel 2019 il valore delle produzioni oscillerebbe tra 1,2 miliardi e 1,3 miliardi di cui 480 milioni provengono dalla fiction, 370/400 dai film e 300-340 dagli altri generi. Da segnalare lo scatto in avanti delle Ott il cui valore passa dai 50mln del 2018 ai 70 milioni stimati per il 2019. Il rapporto Apa prevede che gli investimenti svod sul mercato italiano possano crescere, da qui al 2022, a un tasso annuo del +25% (stima conservativa) +40% (stima aggressiva).

Per quanto riguarda la serialità, nella stagione 2019 -2020 le prime visioni sono state 461. A fare la differenza è ancora la RAI che, nonostante l'avanzata degli operatori digitali, garantisce da sola tre quarte delle ore di fiction stagionali. Cresce la penetrazione internazionale dei prodotti italiani: se nel 2015 - 2017 erano cinque i titoli che hanno conquistato l'attenzione mondiale, nel biennio 2018 - 2020 il numero oscilla tra 20 -25 titoli, segnando un incremento del +150%.

Si fa però sentire l'effetto del Covid. Basti pensare che le iscrizioni di imprese sono state 149 mentre le cessazioni 261.

<http://www.e-duesse.it/News/Televisione/MIA-presentato-il-Secondo-Rapporto-di-Apa-sulla-produzione-audiovisiva-251408>

DANIELEMIGNARDI
PROMOPRESSAGENCY



Aggiornamento rassegna stampa

MERCOLEDÌ 15 OTTOBRE 2020

ANSA**AL MIA MERCATO PUNTA A CREATIVITÀ E GUARDA AL FUTURO**

(di Carlo Mandelli) (ANSA) - ROMA, 14 OTT - Oltre mille tra film, serie televisive e documentari e 137 proiezioni in cinque giorni. E' il programma del Mia, Mercato Internazionale Audiovisivo che ha preso il via oggi a Roma e che andrà avanti fino a domenica. L'evento dedicato all'intero sistema cine-audiovisivo italiano e pensato per incrementare l'esportazione di prodotto, le co-produzioni e le relazioni di business a livello internazionale, e' tornato in scena con una serie di attività dal vivo e in un ambiente pensato per la sicurezza e il distanziamento in tempo di Covid, oltre che online grazie all'attività della piattaforma Mia Digital. "La nostra non e' la classica fiera ma e' piu' un evento fortemente incentrato sull'incontro tra gli operatori - ha spiegato Lucia Milazzotto, direttrice del Mia - per guardare molto al futuro e dove ragionare su tanti progetti ancora su carta, che cercano una loro direzione. E' un luogo per la circolazione delle idee, il ragionamento collettivo e i contributi dall'estero. Tutto questo e' fondamentale in un momento come quello che stiamo vivendo, quando le domande sono tantissime e le risposte ancora poche". L'edizione di quest'anno conta 1.400 partecipanti da 41 paesi e di questi 600 sono operatori internazionali, di cui 300 parteciperanno alle iniziative digitali. Almeno l'80 per cento degli operatori italiani registrati, invece, parteciperà fisicamente all'evento. Sergio Castellitto, Alessandro D'Alatri, Edoardo De Angelis, Riccardo Donna, Paolo Genovese, Marco Giallini, Lino Guanciale e Alessandro Preziosi sono solo alcuni degli ospiti della 'cinque giorni' durante i quali saranno presentati 123 nuovi contenuti (in sviluppo e in produzione). Fitto anche il calendario di screening e proiezioni, 137 di cui 72 on-site al Cinema Quattro Fontane e 65 sulla piattaforma Mia Digital. "Il confronto internazionale e l'individuazione delle modalità di fruizione dei prodotti nel futuro - ha spiegato sempre la Direttrice - e' qualcosa che oggi deve essere al centro di ogni ragionamento. Dobbiamo individuare i nostri competitor reali che sono sempre piu' extra settore. Ci stiamo giocando tutti una partita che si basa sul tempo delle persone e su un rapporto privilegiato con il consumatore che non e' piu' esclusivo. Il lockdown ha accelerato la necessita' di maggiori contenuti e serve un discorso ampio che abbia per suo centro la creativita'". Il Mia nasce dall'impegno congiunto tra ANICA e APA, con il sostegno del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, con l'ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'Internazionalizzazione delle imprese italiane e il Ministero per i Beni e le Attività Culturali e per il Turismo, che accompagnano la manifestazione dal primo anno. (ANSA). YIC-MA 14-OTT-20 15:03 NNNN

ADNKRONOS**AUDIOVISIVO: MIA AL VIA CON OLTRE 100 PROGETTI DI COPRODUZIONE DA PROPORRE. VERRANNO PROPOSTI I PROGETTI DEI BIG ITALIANI, IN FASE DI SVILUPPO O IN PRODUZIONE, PER UN VALORE DI 450 MLN**

Roma, 14 ott. (Adnkronos) - Più di 137 proiezioni in 5 giorni, oltre 100 prodotti tra film, serie televisive e documentari. Ci sono anche i nuovi progetti, in fase di sviluppo o in produzione, di Sergio Castellitto, Alessandro D'Alatri, Edoardo De Angelis, Riccardo Donna, Paolo Genovese, Marco Giallini, Lino Guanciale, Edoardo Leo, Gabriele Mainetti, Edoardo Pesce, Alessandro Preziosi, Matteo Rovere e Paolo Taviani tra i tantissimi titoli (per un valore complessivo di circa 450 milioni di euro) che vengono presentati da oggi al 18 ottobre 2020, al MIA, il Mercato Internazionale Audiovisivo nato dalla consolidata joint venture e dall'impegno congiunto tra Anica e Apa per incrementare l'esportazione di prodotto, le co-produzioni e le relazioni di business a livello internazionale del sistema audiovisivo nazionale, con il sostegno del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, con l'Ice - Agenzia per la promozione all'estero e l'Internazionalizzazione delle imprese italiane e il Ministero per i Beni e le Attività Culturali e per il Turismo, che accompagnano la manifestazione sin dal primo anno. Tra i partner anche il Programma Europa Creativa - Media, il Ministero dello Sviluppo Economico e la Regione Lazio. L'edizione 2020 prevede l'attività on-site a Palazzo Barberini e non solo, in ambienti protetti e Covid proof, grazie a protocolli che consentiranno la piena partecipazione nazionale e internazionale a tutti gli appuntamenti, integrata dall'attività online, grazie al MIA Digital, la piattaforma online che consentirà a tutti gli operatori l'accesso esclusivo e in diretta live, la fruizione digitale di tutte le attività e di tutti i servizi del Mercato e la possibilità di accedere ad un vasto catalogo di contenuti multimediali inediti. Nonostante le difficoltà create dalla pandemia, l'edizione di quest'anno conta 1.400 partecipanti da 41 paesi: di questi 600 sono operatori internazionali, di cui 300 only digital. Almeno l'80% degli operatori italiani registrati parteciperà fisicamente all'evento. Fitto il calendario di screening e proiezioni: 137, di cui 72 on-site al Cinema Quattro Fontane e 65 sulla piattaforma. Fino a domenica, tantissimi gli eventi in cartellone, cui si potrà assistere dal vivo o in streaming: i Content Showcase dedicati alle anticipazioni sul prodotto italiano,

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Giovanni Nicotera 29 00195 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: www.danielemignardi.it e-mail info@danielemignardi.it

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

Evento: MIA MARKET

Testata: Agenzie di stampa

Data: 14/10/2020

che verrà lanciato sul mercato dal 2020; What's Next Italy, dedicato alla scoperta dei film italiani nuovissimi, presentati dai registi, produttori e distributori ai buyer internazionali accreditati; C Eu Soon, dedicata al nuovo talento europeo (cinque opere prime e due opere seconde, produzioni e co-produzioni europee); MIA Drama, uno showcase riservato agli addetti ai lavori, dei titoli più attesi della prossima stagione; Italians Doc It Better, showcase del documentario italiano. E ancora tante importanti occasioni di incontro, discussione e ragionamento: 57 gli eventi frontali on-site e in streaming, tra panel, tavole rotonde e talks, che vedranno i protagonisti dell'industria globale confrontarsi sulle nuove sfide del mercato. Tra questi, una potente conversazione sull'importanza dei "Contenuti Black" in un momento in cui il movimento Black Lives Matter ha intensificato le sue iniziative in seguito ai drammatici eventi Usa. Ma anche l'incontro dedicato a Rai Documentari con Duilio Giammaria, Direttore di Rai Documentari che illustrerà per la prima volta agli ospiti italiani e stranieri i progetti in cantiere. Tra gli ospiti dell'edizione 2020 anche Giovanni Minoli, neo Commissario straordinario della Calabria Film Commission. In The Archives' Challenge Between Coproductions And Innovation, invece, Maria Pia Ammirati, Presidente dell'Istituto Luce - Cinecittà discuterà dell'importanza del patrimonio archivistico per le moderne produzioni. Rai e Variety sono media partner ufficiali del MIA Market 2020. Il programma completo e l'accesso allo streaming si trovano sul sito della manifestazione (www.miamarket.it). (Nex/Adnkronos) ISSN 2465 - 1222 14-OTT-20 15:14 NNNN

AGENZIA DIRE**CINEMA. ROMA, AL VIA 'MIA' MERCATO: IL PRIMO AL MONDO A RIPARTIRE**

Roma, 14 ott. - Circa 1.500 partecipanti, di cui 600 sono operatori provenienti da 41 Paesi. Più di 140 proiezioni e 123 nuovi progetti per un valore di 450 milioni di euro. E ancora, la presenza di nomi come Sergio Castellitto, Marco Giallini, Paolo Taviani e Alessandro D'Alatri che partecipano alla "catena del valore Italia da portare nel mondo". Sono i 5 giorni del MIA, il Mercato internazionale dell'audiovisivo che si apre oggi nella doppia veste fisica, a Palazzo Barberini a Roma, e in quella digitale, sulla piattaforma MIA Digital. Con imponenti misure anti-contagio, il MIA è il primo mercato del settore a livello mondiale che si svolge dopo la crisi Covid che ha portato al lockdown, regalando a Roma e all'Italia un altro primato dopo quello del Festival di Venezia. Tanto che questa mattina alla presentazione - sempre in versione doppia - il Governo ha fatto sentire la sua presenza accanto al comparto audiovisivo, attraversato da una "grande crescita che è andata avanti anche in questo momento", ha detto per primo il ministro dei Beni e delle Attività culturali e del Turismo, Dario Franceschini. "Ho accompagnato la nascita della prima edizione del MIA- ha aggiunto- e in questi anni sono cambiate in positivo tante cose per il settore dell'audiovisivo. Elementi come l'attrattività italiana, la crescita del settore nel mondo e le nuove leggi che abbiamo fatto in Italia ci preparano a un momento di grande crescita, in cui bisogna continuare a investire. Si tratta di continuare a mettere risorse per un settore che sarà trainante per lo sviluppo del Paese", ha concluso il ministro che ha ricordato anche la presenza di Tom Cruise a Roma per le riprese di Mission impossible e la "competizione internazionale" per tornare a girare a Cinecittà. Del resto, l'audiovisivo in Italia "mette insieme oltre 400mila imprese, pari al 14,5% delle realtà dell'industria audiovisiva in tutto il continente, pari al 16,9% del valore aggiunto totale. "Ecco perché il ministero dello Sviluppo economico e' a questo tavolo- ha aggiunto il ministro Stefano Patuanelli- Questa è una filiera fondamentale per la capacità di fare impresa e produrre qualcosa che rappresenta il genio italiano. Credo che per organizzare questo evento in questo momento ci voglia una sana consapevolezza, ma anche un po' di follia e coraggio". Da oggi e fino al 18 ottobre nei palazzi storici del Centro di Roma questa sesta edizione del MIA vedrà svolgersi quasi 30mila incontri B2B, sia onsite che online, mentre sono confermate le presenze di gruppi e società internazionali del settore come Amazon studios, Arte France, Bac Films, Media Res e Netflix. Tra gli eventi in programma, anche 57 eventi frontali e in streaming in cui i protagonisti dell'industria cinematografica mondiale si confronteranno sulle nuove sfide del mercato alla luce della pandemia. Di fatto, il cinema per cinque giorni parlerà italiano. "Questo evento mostra lo spirito con cui vogliamo che il Paese reagisca- ha detto la viceministra degli Esteri, Marina Sereni- L'Italia che guarda al futuro attraverso una industria culturale e creativa che tra l'altro vanta un'occupazione qualificata, giovanile e femminile. Questa è l'immagine dell'Italia che vogliamo mandare al mondo: un Paese che esce da questa crisi più dinamico". Tra gli appuntamenti più attesi di questa edizione, torna What's next Italy, il programma work in progress dedicato alla scoperta dei film italiani nuovissimi, presentati direttamente dai registi, produttori, e distributori ai buyers internazionali. Tra tutti, Paolo Taviani che torna dietro la macchina da presa con Leonora addio, il primo film girato senza il fratello Vittorio, scomparso nel 2018. E poi torna anche quest'anno la selezione di Greenlit 2020, dedicata a diversi generi televisivi, e infine Italians Doc it better, principale e unico showcase del documentario italiano. "Il MIA mostra quanto la filiera sia integrata, con tanti operatori che

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Giovanni Nicotera 29 00195 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: www.danielemignardi.it e-mail info@danielemignardi.it

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

Evento: MIA MARKET

Testata: Agenzie di stampa

Data: 14/10/2020

scommettono sulla ripartenza- ha detto Francesco Rutelli, presidente di Anica, tra gli organizzatori del Mercato- Il cinema e' al lavoro in pieno e questa e' una cosa unica che puo' accadere solo in Italia. La tecnologia permette di fare qui un evento ibrido di portata internazionale e rimaniamo ancorati a una visione per cui la filiera e' e sara' integrata. Abbiamo un sistema Italia pubblico e privato che ha capito che questo e' l'elemento di forza". Insieme ad Anica, al ministero degli Esteri e all'Ice, tra i protagonisti del MIA c'e' anche l'Apa, associazione produttori audiovisivi. "Il MIA e' il primo mercato al mondo a riaprire i giochi", ha sottolineato il presidente, Giancarlo Leone. "Il MIA ha risposto a un'urgenza internazionale contro l'isolamento- ha aggiunto il direttore del MIA, Lucia Milazzotto- Siamo i primi e questo ci rende molto orgogliosi. Aver scommesso su un evento onsite ha consentito di riportare l'attenzione verso il territorio, l'industria e il prodotto". Un territorio, quello del Lazio, che ospita il 33% delle imprese audiovisive e il 45% degli addetti. "Siamo la Regione che investe di piu'- ha tenuto a dire Paolo Orneli, assessore regionale allo Sviluppo economico- nel 2020 siamo arrivati a 26 milioni di euro e stiamo lavorando per raddoppiare la cifra prevista nella prossima programmazione europea, arrivando a 70 milioni di euro". (Dip/ Dire) 15:22 14-10-20 NNNN

AGI**AUDIOVISIVO: PARTE MIA, PRIMO MERCATO AL VIA (IN FORMA IBRIDA)**

Roma, 14 ott. - Piu' di 137 proiezioni in cinque giorni, oltre cento prodotti tra film, serie tv e documentari, 1400 partecipanti da 41 paesi e grandi nomi del cinema italiano, da Sergio Castellitto a Gabriele Mainetti e Paolo Taviani. Primo a tornare su piazza nell'era Covid-19, il Mia, Mercato internazionale dell'audiovisivo ha inaugurato stamattina la sua sesta edizione, declinata stavolta, per garantire sicurezza e partecipazione, in forma ibrida, in presenza e online. In scena fino al 18 ottobre a Roma, con Palazzo Barberini sede principale, il mercato nato dalla joint venture di Anica e Apa con il sostegno del Mibact, del ministero degli Affari Esteri e dell'Ice-Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, risponde alla crisi da Covid puntando a fare squadra, sistema e sinergia e a guardare comunque avanti in un momento critico del settore. "E' importante che il Mia sia il primo mercato al mondo a riaprire i giochi, con presenze importanti e non solo in digitale. Questo sistema genera valore, e' importante che il Mibact ci creda" ha sottolineato Giancarlo Leone, presidente di Apa (Associazione produttori audiovisivi) dopo l'intervento nel quale il ministro Franceschini, inaugurando la kermesse del sistema cineaudiovisivo italiano con il ministro dell'Industria Patuanelli, la viceministra agli Affari Esteri Sereni e tra gli altri il presidente di Anica Francesco Rutelli, aveva sottolineato il grande valore, in termini di pubblicita' per l'Italia all'estero, di un buon film o di una buona fiction nostrana. Lucia Milazzotto, direttrice del Mia, ha quindi fornito numeri e protagonisti del mercato che punta a incrementare le coproduzioni, l'esportazione di prodotto e le relazioni di business a livello internazionale, e il cui cote' digitale, ha spiegato, non sara' solo una soluzione dettata dall'emergenza, ma verra' mantenuta anche nel prossimo futuro: "Il Mia ha risposto a un'urgenza non solo italiana di mantenere relazioni internazionali in un momento in cui si rischiava la localizzazione - ha sottolineato - riportando l'attenzione verso il nostro territorio e i nostri prodotti, con protocolli per potersi incontrare all'insegna dell'innovazione, della sostenibilita' e dell'efficienza". Al Mia ci saranno oltre 60 tavole rotonde, 137 proiezioni di film nuovissimi "prodotti in questo anno sfidante" e ancora 125 progetti in cerca di finanziamento. Tra i 1500 accreditati, oltre 600 sono buyer stranieri provenienti da 41 paesi, 300 dei quali presenti a Roma, il resto in versione digital. Almeno l'80 per cento degli operatori italiani parteciperà invece in carne, ossa e mascherina (e' anche tra i gadget, in versione stoffa pregiata, con la firma di Toscana film Commission). Circa la meta' dei 140 screening saranno al cinema Quattro Fontane, le altre sulla piattaforma Mia digital. (AGI)Sp4/Cau 141546 OCT 20 NNNN

ASKANEWS**CULTURA - CINEMA, FRANCESCHINI: SETTORE TRAINANTE, CONTINUARE A INVESTIRE. SESTA EDIZIONE DEL MERCATO INTERNAZIONALE DELL'AUDIOVISIVO**

Roma, 14 ott. (askanews) - "E' necessario continuare a investire in un settore che sarà trainante rispetto alla crescita del Paese". Lo ha detto il Ministro per i beni e le attività culturali e per il turismo, Dario Franceschini, inaugurando la sesta edizione del Mercato Internazionale dell'Audiovisivo, che ha aperto oggi i battenti a Palazzo Barberini. "Se da un lato è doveroso sostenere il cinema in un momento difficile come questo con strumenti di emergenza - ha proseguito il Ministro - bisogna continuare anche proseguire nel dialogo costruttivo che ha permesso di mettere in campo importanti strumenti negli ultimi sei anni, a partire dal nuovo tax credit cinema. È importante accompagnare la crescita del settore audiovisivo

Evento: MIA MARKET

Testata: Agenzie di stampa

Data: 14/10/2020

italiano - ha detto ancora Franceschini - che sarà il frutto della combinazione di tre diversi fattori: lo sviluppo del settore a livello mondiale, la legge italiana sul tax credit cinema e l'attrattiva italiana a livello internazionale. Nonostante le circostanze, la ripresa delle grandi produzioni straniere nel nostro Paese e la competizione per utilizzare le strutture di Cinecittà fanno ben sperare. Per questo motivo è importante credere nelle potenzialità del settore e continuare a lavorare insieme: il MIA è la prova - ha concluso il Ministro - che tutto questo si può fare". Cro/Ska 20201014T160749Z



MACRO
www.ilmessaggero.it
macro@ilmessaggero.it

Audiovisivi
Parte il Mia,
in cartellone
a Roma
137 produzioni
Ravarino a pag. 23



Viaggi
Parchi letterari,
in cammino
sulle orme
degli scrittori
Arnaldi a pag. 22

A sinistra,
il Parco Eugenio
Montale
in Liguria.
A destra,
Camille Cottin,
42 anni



Streaming
"Call My Agent!",
la serie Netflix
su gioie e dolori
delle superstar
Ravarino a pag. 25

Letteratura Gusto Ambiente Società Cinema Viaggi Architettura Teatro
Arte Moda Tecnologia Musica Scienza Archeologia Televisione Salute

A Palazzo Barberini fino al 18 ottobre (e fino al 25 online) si svolge a Roma la sesta edizione del Mia, appuntamento internazionale riservato agli operatori del settore audiovisivo. Saranno presentati 137 tra film e serie tv. Franceschini: «Qui nasceranno tante idee»

LE NOVITÀ

In parte digitale e in parte dal vivo, in una rinnovata forma "mista" che gli permetta di sopravvivere alle restrizioni e alle preoccupazioni del Covid: in parallelo alla festa di Roma, prende il via anche il MIA, il mercato internazionale dell'audiovisivo, aperto da sei anni nel cuore della Capitale a venditori e compratori internazionali interessati ad acquistare, distribuire o co-produrre i progetti presentati. Sostenuto dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, con l'ICE e il Ministero per i Beni e le Attività Culturali e per il Turismo e UniCredit come sponsor principale, il MIA si svolgerà fino al 18 ottobre a Palazzo Barberini, e fino al 25 solo online per gli appuntamenti digitali. Un modello misto già visto al festival di Berlino e sperimentato con successo a Cannes, che il MIA replica con la consapevolezza di trovarsi a un crocevia importante: «L'incontro delle professionalità in questo contesto favorirà la nascita di idee e la realizzazione di progetti - ha detto il ministro per i beni e le attività culturali e per il turismo Dario Franceschini - E questo succede mentre in Italia il nostro cinema si rimette in moto. È necessario continuare a investire in un settore trainante per la crescita del paese. E la crescita del settore sarà frutto della combinazione di tre fattori: sviluppo a livello mondiale, attrattività internazionale e legge italiana sul tax credit».

Più di 137 le proiezioni che si svolgeranno - rigorosamente limitate agli addetti ai lavori - nei cinque giorni di mercato, con oltre 100 prodotti in vetrina tra film, serie tv e documentari.

L'ANNATA

I numeri ufficiali parlano di 1.400 partecipanti da 41 paesi: «Ottima anche quest'anno - spiega la direttrice Lucia Milazzotto - la risposta virtuale degli Stati Uni-



Qui sopra da sinistra, Edoardo Leo, 48 anni, Marco Giallini, 57, Gigi Proietti, 79, Paolo Genovese, 54. Sotto, Paola Cortellesi, 46

Il pianeta immagine riparte dal mercato



Aveva 95 anni
Addio a Kretzmer
autore di tanti musical

Il giornalista e paroliere britannico Herbert Kretzmer, autore della canzone "Goodness Gracious Me" (1960), resa famosa da Peter Sellers e Sophia Loren nel film "La miliardaria" (1960), è morto per aver adattato la versione inglese del musical "Les Misérables" e morì ieri a Londra all'età di 95 anni. Kretzmer è autore anche delle

cinque opere prime e due opere seconde, produzioni e co-produzioni tra cui l'ambientalista *Atom Hope* dell'irlandese Frankie Fenton e il kafkiano *The Penultimate* del danese Jonas Kærup Hjort, storia di un anonimo ispettore condominiale intrappolato negli ostacoli della burocrazia. «Il MIA è un ponte fisico e virtuale per l'industria europea - ha confermato il Presidente ANICA Francesco Rutelli - ed è un'occasione imperdibile per sostenere la centralità dell'industria cinematografica e audiovisiva italiana ed europea nel panorama glo-

bale». Grande spazio al cinema italiano, che al MIA ha da sempre una sezione personalizzata. In proiezione per finanziatori e compratori stranieri passeranno il nuovo film di Paolo Taviani *Leonora Addio*, il primo girato senza il fratello Vittorio, il fantasy *Panofa* di Emanuele Scaringi, la commedia natalizia *Io sono Babbo Natale* con la coppia Gigi Proietti e Marco Giallini, il quinto film da regista dell'attore Edoardo Leo, *Lasciarsi un giorno a Roma*, e la nuova commedia *Supereroi* di Paolo Genovese, a quattro anni

dal successo mondiale di *Perfetti Sconosciuti*, sui superpoteri necessari per superare una crisi matrimoniale.

«Sarà un momento determinante per tornare a fare business dopo che l'emergenza sanitaria ha messo a dura prova il settore» ha commentato Giancarlo Leone, presidente dell'Associazione Produttori Audiovisivi, lamentando il «forte impatto» avuto dal lockdown «sulla filiera audiovisiva, che in Italia ha un valore di circa un miliardo di euro».

RESPONSABILE

Da sempre aperto anche al mercato televisivo e agli operatori cosiddetti "Over The Top", ovvero le piattaforme come Amazon, Netflix e Disney+ (tra gli ospiti di quest'anno anche la responsabile dei contenuti Netflix per Italia e Europa, Teresa Moneo), il MIA porterà all'attenzione dei partecipanti anche i nuovi prodotti per la televisione italiana. I progetti previsti in proiezione sono la coproduzione Rai Fiction-Clemart *Il Commissario Ricciardi* di Alessandro D'Alatri, con Lino Guanciale nei panni di un commissario di polizia capace di vedere i fantasmi, la serie Mediaset sul mondo dell'opera *L'altra Tosca*, *Fospedaliero Rai Cuori sull'Ospedale Le Molinette* di Torino negli anni '60, e ancora il fantasy Disney+ *I cavalieri di Castelcorvo*, il thriller soprannaturale *Sky Christian* con Edoardo Pesce e *Natale in Casa Cupiello*, primo di una collezione di film TV tratti dalle commedie di Edoardo De Filippo.

LA SEZIONE

Fiore all'occhiello del mercato, i documentari godranno di una sezione dedicata alle produzioni italiane, tra cui *A Black Jesus* di Luca Lucchesi, prodotto dalla Road Movies di Wim Wenders, *Climbing Iran* di Francesca Borghetti, sulla storia dell'unica scalatrice donna in Iran, *Entierro* di Maura Morales Bergmann sull'artista cilena Carmengloria Morales e ancora *Le mille vite di Bud Spencer* di Alessandro Capone, *Nilde Iotti*, il tempo delle donne con Paola Cortellesi e *The Italian Journalist* sulla carriera di Enzo Biagi.

Iaria Ravarino
@PROMOPRESSAGENCY

ti», in crescita le presenze di Francia (tra i paesi più forti al MIA), Germania e Inghilterra, stabile quella dei paesi mediterranei, mista - tra digitale e reale - quella asiatica. Il mercato "in presenza" sarà però soprattutto europeo, con una selezione di titoli dedicata al nuovo talento del Continente:

FRA I TITOLI "IO SONO BABBO NATALE" CON PROIETTI E GIALLINI, "SUPEREROI" DI GENOVESE E "LASCIARSI UN GIORNO A ROMA" DI LEO

canzoni "Yesterday When I Was Young" (1969) e "She" (disco d'oro del 1974) scritte per Charles Aznavour. Il paroliere suo amico, Sir Tim Rice, autore di "Jesus Christ Superstar" lo ha descritto come «un gigante nel suo settore».

PER LA TV C'È ANCHE "CHRISTIAN" DI SKY CON EDOARDO PESCE E TRA I DOCUFILM PAOLA CORTELLESI E NILDE IOTTI



Juan Martin, il fratello di Che Guevara: «Raconterò Ernesto al di là del mito»

IL PROGETTO

Oggi ha 69 anni, i baffi bianchi e una risata da fumatore di sigaro, ma ne aveva appena 15 quando suo fratello "Ernesto", per tutti "il Che", fu giustiziato dall'esercito boliviano nell'ottobre del 1967. A 53 anni dalla morte del fratello maggiore, il guerrigliero argentino sempre al fianco di Fidel Castro, dopo aver pubblicato un libro di memorie scritto a quattro mani con la giornalista francese Amelie Vicent, Juan Martin Guevara cercherà al MIA, insieme al regista Antonio Cervi, i produttori per un nuovo progetto sul suo fratello.

L'idea è quella di realizzare un prodotto "cross mediale" composto da un lungometraggio documentario e quattro puntate «per la televisione o le piattaforme», che racconti «l'uomo dietro il mito, la sua famiglia, il modo in cui è stato educato Ernesto Guevara».

IL BAMBINO

Per la prima volta Juan Martin Guevara aprirà il suo tesoro di lettere, fotografie e riprese che mostrano l'Ernesto bambino prima del guerrigliero, il fratello felice di riabbracciare la famiglia a L'Avana, nel 1959, dopo anni trascorsi sul campo di battaglia («Da lui una sola lettera in sei anni»), ma

anche il mondo da cui proveniva. Perché la vita dello stesso Juan Martin, otto anni in carcere durante il governo militare argentino, è stata sufficientemente avventurosa: «Fortunatamente quando sono stato arrestato in carcere esisteva ancora un registro delle presenze. Era più diffici-

Sopra, Juan Martin Guevara, 69 anni, fratello del Che, al MIA per un progetto di film

le, così, far sparire i detenuti - racconta - altrimenti avrei fatto parte dei 30.000 desaparecidos del paese». Ancora legato a Cuba, dove vivono «tutti i miei 15 nipoti tra cui i figli dei figli di Ernesto», oggi Juan Martin è rappresentante di sigari cubani, presidente di una casa editrice e della fondazione

«SULLE SUE VICENDE REALIZZERÒ UN LUNGOMETRAGGIO E QUATTRO PUNTATE DA DESTINARE ALLE PIATTAFORME»

"Il Che vive", attraverso la quale cerca di «lasciare in eredità» il pensiero del fratello. Un uomo sul cui mito hanno speculato in tanti, tranne la sua stessa famiglia: «Se quell'immagine iconica del Che, che oggi si vede ovunque, fosse stata registrata, sarei più ricco di Donald Trump». Anticapitalista convinto, sostenitore di Cuba «che è ancora una dolorosa spina nel fianco degli Stati Uniti», Juan Martin esplorerà nel film anche il controverso rapporto tra anima rivoluzionaria e sfruttamento economico del mito: «Anche la Mercedes ha creato un modello di macchina con il simbolo del Che, e l'ha chiamato rivoluzionario. Ha venduto tantissimo, di-

videndo le opinioni di tutti, a destra e a sinistra. I pubblicitari sono stati furbi. Ma la mia domanda è: perché ancora oggi il Che vende? Ed è soprattutto a questo interrogativo che proverò a rispondere nel film».

I. Rav.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«SE AVESSI REGISTRATO IL COPYRIGHT DELLA SUA IMMAGINE ICONICA, OGGI SAREI PIÙ RICCO DI DONALD TRUMP»



A ROMA

Al «Mia Market» il nostro meglio di cinema e tv

Laura Rio

■ Una sana follia. Di questi tempi per organizzare un evento con 1500 accreditati ci vuole proprio un po' di follia. È quella che ha messo in campo il Mia Market, mercato internazionale dell'audiovisivo, che in questi giorni ha sfidato il Covid. Certo, i presenti «on-site», tra operatori, rappresentanti dei broadcaster, attori, registi, autori sono «solo» 300 (gli altri si collegano on-line), ma una cifra così mette i brividi. Comunque, con le opportune misure di sicurezza, il Mia ha preso il via ieri a Roma nelle sale e nei giardini di Palazzo Barberini. Una cinque giorni in cui i principali protagonisti dell'industria audiovisiva mondiale (film, serie tv, documentari) si incontrano per presentare i nuovi progetti, per avviare esportazioni e co-produzioni e per confrontarsi su problemi e

sviluppi del settore. Tra gli ospiti Sergio Castellitto, protagonista del film che riporterà sul piccolo schermo *Natale in casa Cupiello*, Lino Guanciale nei panni del *Commissario Ricciardi* nella nuova serie Rai, Paolo Genovese che presenta la sua commedia amara *Supereroi* e Gabriele Mainetti con uno dei film più attesi, *Freaks Out*. Tra i tanti incontri in programma, quello con Michael Ellenberg, produttore di serie come *Westworld*, *Big Little Lies* e *The Young Pope*.

L'importanza di questa manifestazione si vede plasticamente nel parterre presente ieri all'inaugurazione: dal ministro dei Beni Culturali Franceschini, al ministro dello sviluppo economico Patuanelli, al vice ministro degli Esteri Marina Sereni, al presidente dell'Anica (produttori cinema) Francesco Rutelli al presidente dell'Apa (produttori tv) Giancarlo Leone, oltre alla direttrice del Mia Lucia Milazzotto. Tutti a sostenere e incoraggiare un settore, l'industria dell'audiovisivo, strategico per l'Italia.

Palazzo Barberini



«Mia», rassegna
sul mercato
dell'audiovisivo

Ha preso il via a Palazzo Barberini la sesta edizione del Mia-Mercato internazionale dell'audiovisivo, evento cardine per le esportazioni dei prodotti cine-audiovisivi italiani, le coproduzioni e le relazioni internazionali nel settore. Una vetrina ma anche una piattaforma d'affari (promossa da Anica e Apa, con Mibact, ministero degli Esteri e Ice), che fino a domenica ospita in diverse sedi romane e online (su miadigital.it) 137 proiezioni (72 al Cinema Quattro Fontane) con oltre cento produzioni tra film, serie tv e doc. Poi incontri e presentazioni.

Tra gli ospiti, Sergio Castellitto (*foto*), Alessandro D'Alatri, Edoardo De Angelis, Riccardo Donna, Marco Giallini, Lino Guanciale, Edoardo Pesce, Alessandro Preziosi, Matteo Rovere e Paolo Taviani con *Leonora addio*, primo film senza il fratello Vittorio. Tra i titoli *Lafayette* di David Franzoni (sceneggiatore e produttore premio Oscar per *Il gladiatore*) e lo showcase di *Miss Fallaci takes America*. Oggi attesi gli estratti di *Freaks out* di Gabriele Mainetti, presente con Edoardo Leo e Paolo Genovese (info: www.miamarket.it).

Audiovisivo, al Mia 123 nuove produzioni per circa 450 milioni di euro

DI CLAUDIO PLAZZOTTA

Iniziati i lavori del Mia-Mercato internazionale audiovisivo che andrà avanti fino al 18 ottobre tra palazzo Barberini e altri palazzi storici di Roma. Il Mia è un evento strategico dell'intero sistema cine-audiovisivo italiano per incrementare l'esportazione di prodotto, le co-produzioni e le relazioni di business a livello internazionale.

E, dopo i buoni risultati della Mostra del cinema di Venezia, la Festa del cinema di Roma che comincia oggi fino al 25 ottobre, e le decine di set aperti su tutta la Penisola, pare quasi che l'Italia sia tra le nazioni più attive al mondo sul fronte dell'audiovisivo. «Questo grazie a tutte le associazioni, da Apa-Associazione produttori audiovisivi ad Anica», dice Francesco Rutelli, presidente di Anica, «che hanno strutturato un protocollo impegnativo, faticoso, ma che ha fatto ripartire tutti i set in Italia, a differenza di quanto avvenuto in altri paesi». A

conferma di questo ci sono le parole di Giancarlo Leone, presidente di Apa, in una intervista esclusiva a *Variety*: «Tra luglio e dicembre 2020 in Italia ci sarà un investimento in produzioni di serialità televisiva di 120 milioni di euro, e al momento, è vero, ci sono dozzine di set aperti. Nel 2020 il totale investito in fiction tv sarà di almeno 300 milioni di euro, più o meno come nel 2019, con una stima per il 2021 di 350 milioni. Nella tv free siamo preoccupati del calo di investimenti in fiction da parte di Mediaset,

che li ha diminuiti già da quest'anno. Il rischio è che Rai faccia lo stesso nel 2021. Dalla pay tv, invece, gli investimenti sono stabili, anche se ci sono previsioni di un calo degli abbonati. Le piattaforme di streaming alla Netflix o Amazon nel 2020 hanno investito in Italia circa 70 milioni di euro in prodotti scripted. Ma la cifra crescerà nei prossimi anni. Al punto che nel 2023 gli investimenti degli over the top in fiction saranno uguali o superiori a quelli della Rai».



Francesco Rutelli

Tornando al Mia, l'edizione di quest'anno conta 1.400 partecipanti da 41 paesi: di questi 600 sono operatori internazionali, di cui 300 «only digital». Almeno l'80% degli operatori italiani registrati parteciperà fisicamente all'evento. Come spiega una nota del Mia, «Sergio Castellitto, Alessandro D'Alatri, Edoardo De Angelis, Riccardo Donna, Paolo Genovese, Marco Giallini, Lino Guanciale, Edoardo Leo, Gabriele Mainetti, Edoardo Pesce, Alessandro Preziosi, Matteo

Rovere e Paolo Taviani sono solo alcuni dei prestigiosi ospiti dell'edizione 2020, una cinque giorni ricca di appuntamenti in cui il Mia presenterà oltre 123 nuovi contenuti in sviluppo e in produzione, per un valore complessivo di circa 450 milioni di euro. A questo si aggiunge un fitto calendario di screening e proiezioni, 137 di cui 72 on-site al cinema Quattro Fontane e 65 sulla piattaforma Mia digital. Infine, sono quasi 30 mila gli incontri b2b previsti, online e on-site».

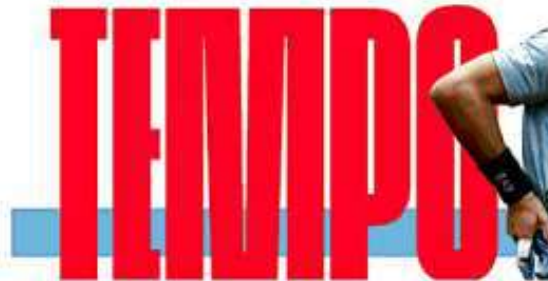
—© Riproduzione riservata—

FIERE

**Mia, a Roma il punto
sull'audiovisivo**

Al via la sesta edizione del Mia, Mercato Internazionale Audiovisivo, che andrà avanti fino a domenica. L'evento è dedicato al sistema cine-audiovisivo italiano e pensato per incrementare esportazioni e co-produzioni. A illustrare i numeri ieri è stata la direttrice Mia Lucia Milazzotto: 1.400 partecipanti da 41 Paesi, 600 operatori internazionali, di cui la metà sarà presente a Roma.

IL FATTO QUOTIDIANO Giovedì 15 Ottobre



Quattro giorni di "MIA"

Fino al 18, a Roma, c'è il "MIA - Mercato internazionale audiovisivo": 1.400 partecipanti da 41 Paesi; di questi 600 sono operatori internazionali

Mia, da Mainetti a Paolo Taviani l'edizione 2020

■ ■ Parallelamente alla Festa del Cinema di Roma che parte giovedì, è cominciata ieri (fino al 18 ottobre) anche la sesta edizione del Mia, il Mercato Internazionale Audiovisivo, che ai tempi del covid si terrà sempre fra Palazzo Barberini e il cinema Quattro Fontane implementando le misure di sicurezza e distanziamento, e integrata dall'attività online sulla piattaforma Mia Digital.

La sezione dedicata alla presentazione dei film che vedremo nel corso della prossima stagione cinematografica - Mia Film - e rivolta ai compratori internazionali presenta fra gli altri, sul versante del cinema italiano (What's Next Italy), il nuovo film di Paolo Taviani:

Leonora addio, che intreccia la storia dei tre funerali di Pirandello (autore della novella che dà il titolo al film) con le vicende raccontate nel suo ultimo romanzo, *Il chiodo*, sull'omicidio a Brooklyn di un giovane immigrato siciliano.

FRA I TITOLI italiani anche *Brotherhood* di Francesco Montagner, il nuovo film di Emanuele Scaringi - *Pantafa* -, *Lasciarsi un giorno a Roma* di Edoardo Leo, *Supereroi* di Paolo Genovese e *Freaks Out* di Gabriele Mainetti - mentre fra i progetti televisivi c'è il nuovo lavoro di Edoardo De Angelis, *Natale in casa Cupiello*, primo di una collezione di film per la tv tratti dalle commedie di De Filippo. Nella sezione dedicata ai giovani autori europei ci saranno invece *Atomic Hope* di Frankie Fenton, *Dark Heart of the Forest* di Serge Mirzabekiantz, *The Drummer* di Kote Kalandadze.

Il Mercato dell'Audiovisivo si prepara a decollare 1400 presenze da 41 paesi



Fino al 18 ottobre, evento fondamentale dell'intero sistema cine- audiovisivo italiano per incrementare l'esportazione di prodotto, le co-produzioni e le relazioni di business, torna il MIA - Mercato internazionale audiovisivo. L'attivi-

tà on-site in ambiente Covid proof, sarà ulteriormente potenziata e integrata dall'attività online, grazie al MIA digital. Una piattaforma online consentirà a tutti gli operatori l'accesso e in diretta live. L'edizione di quest'anno conta 1.400 partecipanti da 41 paesi: di

questi 600 sono operatori internazionali. L'80% degli operatori italiani registrati parteciperà fisicamente all'evento. Sergio Castellitto (foto), Alessandro D'Alatri, Edoardo De Angelis, Riccardo Donna, Paolo Genovese, Marco Giallini, Lino Guanciale e molti altri.

LA SFIDA È TUTTA MIA

«Roma, il primo mercato dell'audiovisivo a riaprire»

Milazzotto: «Interpretare i tempi Covid». Il settore vale 450 milioni di euro

Michela Greco

ROMA - Il fulcro delle attività del MIA - Mercato Internazionale Audiovisivo, in programma da ieri a domenica 18, sarà Palazzo Barberini, ma in questa 20/a edizione in tempi di pandemia gli appuntamenti, le proiezioni e gli scambi tra player del cinema, della tv e delle piattaforme streaming si svolgeranno in modalità ibrida: parte in presenza, in un ambiente protetto e "Covid-proof", parte online. Con 1.400 accreditati da 41 paesi, di cui 600 operatori internazionali (per metà circa, appunto, partecipanti a distanza), 123 nuovi contenuti proposti (per un valore complessivo di circa 450 milioni di euro) e 137 proiezioni, suddivise tra quelle al cinema Quattro Fontane e quelle sulla piattaforma MIA digital.

«Ci saranno anche più di 60 tavole rotonde nel programma di questa sesta edizione - dice la direttrice Lucia Milazzotto - Organizzar-



VISIONI FUTURE Marta Nieto ed Edoardo Leo sul set di "Lasciarsi un giorno a Roma", una delle 123 proposte di cinema e tv del MIA di Roma

la è stata una sfida: abbiamo cercato di interpretare la situazione attuale, con le difficoltà dettate dalla pandemia, come base di un ragionamento per trasformare le limitazioni in opportunità. Abbiamo quindi digitalizzato il MIA in una prospettiva di medio-lungo periodo, non soltanto come soluzione emergenziale, e abbiamo risposto a un'urgenza globale: mantenere le relazioni internazionali in un momento in cui si ri-

schiarano l'isolamento e la localizzazione del contenuto. Abbiamo quindi scommesso su un mercato ibrido che unisce gli eventi digitali a quelli in presenza on site, favorendo gli scambi e allo stesso tempo riportando l'attenzione sul territorio e il prodotto italiano».

«Questo MIA è un grandissimo laboratorio - aggiunge il presidente APA Giancarlo Leone - È molto importante che sia il primo mercato dell'audiovisivo a riaprire i

giochi' e che lo faccia nel modo migliore». Il tutto in una stagione particolare: «Il cinema in sala veniva da un anno eccezionale in cui registrava la maggior crescita tra i Paesi europei - spiega Francesco Rutelli, presidente Anica - ma il contraccolpo della crisi sanitaria sulle sale è stato drammatico. Riunendo tanti operatori che scommettono sulla ripartenza, il MIA mostra quanto la filiera sia integrata. In questi giorni a Piazza Venezia ci sono centinaia di persone al lavoro sul set di Mission: Impossibile e a Palazzo Barberini ci sono centinaia di persone al lavoro per questo mercato». Al MIA saranno presentati i nuovi progetti, tra gli altri, di Sergio Castellitto, Paolo Genovese, Lino Guanciale, Paolo Taviani, Gabriele Mainetti, Edoardo Leo e Matteo Rovere nella sezione "What's Next Italy", sette titoli europei in "C'Eu Soon", lo showcase dei progetti tv più attesi con MIA/Drama e i documentari di MIA/Doc.

riproduzione riservata ©



Mia Market director talks about going hybrid, market shifts and working with Venice

BY GABRIELE NIOLA | 14 OCTOBER 2020



SOURCE: MIA MARKET
LUCIA MILAZZOTTO

Running October 14-18, the sixth edition of Rome's MIA Market brings the latest opportunity for industry professionals to meet together in person, even as Covid-19 restrictions are coming back into stronger force across Europe.

The market will feature 50 projects from more than 20 countries to be showcased in the pitching forum and the co-production market, where 50% of the projects are led by women. New features from Sebastiano Riso, Christopher Murray, Sofia Exarchou, *Money Heist* director Alex Rodrigo and Pablo Larrain (the latter as a producer)

are part of this year's selection.

Evento: MIA MARKET

Testata: Screen Daily

Data: 14/10/2020

In addition MIA is expanding its activities by collaborating with Venice Production Bridge to showcase some of their projects, while also debuting a new platform for Italian projects in early stages of development called Wanna Taste IT?. In previous iterations, MIA has only presented projects that have a least 25% of their budget in place.

MIA Market director Lucia Milazzotto spoke to *Screen* about organising this year's hybrid edition.

How much is this a hybrid edition?

Everything you can do in person can also be done online, all of the events, talks, pitches and showcases, even the Q&As. Screenings will be at the same time online and on site, minding the different time zones. In addition our online platform will be open for an additional seven days after the end of the market, so everybody will be able to catch up with what they've missed.

What are the benefits in that case for delegates to attend MIA in person?

The benefit of being here is all in the possibilities you can create for yourself. We have more stands compared to last year. Unifrance came with nine sales [companies] and this year they have 18. Human contact is not to be undervalued. As well, the chances of accidentally meeting and establishing contacts that would've never happened otherwise is a big part of making business. I don't think the digital part will ever be become predominant.

Is this why many events are scheduled for the evening?

Yes, we want to ease participation in real time from other continents and give everybody – whether they're online or on site – the same opportunities. We've even separated them in smaller slots to optimise fruition. It's not easy to follow a pitching session that lasts three hours on a computer as you would've done on site.

So who is attending MIA in person this year?

On site we have a large number of European professionals, while those coming from America, Middle East and Asia have all switched to online. We're looking at a 30-40% drop in on-site attendance.

Were you restricted on numbers in order to guarantee social distancing?

Luckily not, we have a 1,500-square-meter space indoors and double that outdoors. We are signalling as much as we can that seats in the screening rooms are less than usual and we're using a lot of plexiglass and masks for those areas that are more at risk. In addition we have uninterrupted air purification in every room.

Did you had to reshape some of your activities?

With Wanna Taste IT?, we aim to give a shot to the less internationally established producers and let them test their projects on a global stage. Sometimes you're looking for a European co-production or maybe an OTT already in the early stages of production. This year it will be focused only on Italian projects. If it works, we will extend it to international ones.

Which Venice Production Bridge projects did you choose to feature?

This year visibility windows for the industry have shrunk so much that we thought a double window for some projects was a good idea, but [unlike Venice] we don't do gap financing. So it wasn't a choice based on the type of project. We looked for those that could actually benefit from MIA, those looking for potential investors that do have a chance of getting some attention.

Are the changes to markets that have been necessitated by Covid permanent?

The direction I see the industry going towards is a stronger closure. Industry professionals will choose fewer and fewer markets to attend, only those that are really efficient for their business plan. So you better work on your specific offer instead of trying to satisfy every demand.

Is the digital part of MIA Market here to stay?

Yes because it enables a stronger participation. Our selling proposition is to be a cost-efficient market, a digital branch helps us to let our guests take advantage of all we have to offer. In addition, a digital platform of our own will help us to follow the projects throughout the year.

<https://www.screendaily.com/features/mia-market-director-talks-about-going-hybrid-market-shifts-and-working-with-venice/5154050.article>

Al Mia il mercato punta alla creatività e guarda al futuro

Vice ministra degli Esteri Sereni: 'Sostenere il cinema italiano e promuoverlo all'estero'



"Sostenere l'audiovisivo significa promuovere all'estero la diffusione della nostra cultura e dei nostri valori, una delle nostre missioni essenziali, la diplomazia culturale. Il cinema e l'intero settore dell'audiovisivo sono un elemento distintivo dell'identità dell'Italia: parte irrinunciabile del nostro patrimonio culturale ed eccellenza che ci viene riconosciuta in tutto il mondo. Una componente fondamentale del nostro soft power". Lo ha dichiarato la Vice Ministra degli Esteri Marina Sereni intervenendo oggi all'apertura della sesta edizione del Mia, il Mercato internazionale dell'audiovisivo a Roma a Palazzo Barberini.

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright ANSA

https://www.ansa.it/sito/notizie/cronaca/2020/10/14/al-mia-il-mercato-punta-alla-creativita-e-guarda-al-futuro_14421b02-0bc8-41a4-a8c5-5b5a0948273a.html

A Roma un Mia ibrido e pieno di progetti

Publicato il: 14/10/2020 15:20

Più di **137 proiezioni in 5 giorni**, oltre **100 prodotti** tra film, serie televisive e documentari. Ci sono anche i **nuovi progetti**, in fase di sviluppo o in produzione, di **Sergio Castellitto, Alessandro D'Alatri, Edoardo De Angelis, Riccardo Donna, Paolo Genovese, Marco Giallini, Lino Guanciale, Edoardo Leo, Gabriele Mainetti, Edoardo Pesce, Alessandro Preziosi, Matteo Rovere e Paolo Taviani** tra i tantissimi titoli (per un valore complessivo di circa **450 milioni di euro**) che vengono presentati **da oggi al 18 ottobre 2020, al Mia, il Mercato Internazionale Audiovisivo nato dalla consolidata joint venture e dall'impegno congiunto tra Anica e Apa** per incrementare l'esportazione di prodotto, le co-produzioni e le



relazioni di business a livello internazionale del sistema audiovisivo nazionale, con il sostegno del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, con l'Ice – Agenzia per la promozione all'estero e l'Internazionalizzazione delle imprese italiane e il Ministero per i Beni e le Attività Culturali e per il Turismo, che accompagnano la manifestazione sin dal primo anno. Tra i partner anche il Programma Europa Creativa – Media, il Ministero dello Sviluppo Economico e la Regione Lazio.

L'edizione 2020 prevede **l'attività on-site** a Palazzo Barberini e non solo, in ambienti protetti e Covid proof, grazie a protocolli che consentiranno la piena partecipazione nazionale e internazionale a tutti gli appuntamenti, **integrata dall'attività online**, grazie al Mia Digital, la piattaforma online che consentirà a tutti gli operatori l'accesso esclusivo e in diretta live, la fruizione digitale di tutte le attività e di tutti i servizi del Mercato e la possibilità di accedere ad un vasto catalogo di contenuti multimediali inediti.

Nonostante le difficoltà create dalla pandemia, l'edizione di quest'anno conta 1.400 partecipanti da 41 paesi: di questi 600 sono operatori internazionali, di cui 300 only digital. Almeno l'80% degli operatori italiani registrati parteciperà fisicamente all'evento. Fitto il calendario di screening e proiezioni: 137, di cui 72 on-site al Cinema Quattro Fontane e 65 sulla piattaforma.

Evento: MIA MARKET

Testata: Adn Kronos

Data: 14/10/2020

Fino a domenica, tantissimi gli eventi in cartellone, cui si potrà assistere dal vivo o in streaming: i **Content Showcase** dedicati alle anticipazioni sul prodotto italiano, che verrà lanciato sul mercato dal 2020; **What's Next Italy**, dedicato alla scoperta dei film italiani nuovissimi, presentati dai registi, produttori e distributori ai buyer internazionali accreditati; **C Eu Soon**, dedicata al nuovo talento europeo (cinque opere prime e due opere seconde, produzioni e co-produzioni europee); **Mia Drama**, uno showcase riservato agli addetti ai lavori, dei titoli più attesi della prossima stagione; **Italians Doc It Better**, showcase del documentario italiano. E ancora tante importanti occasioni di incontro, discussione e ragionamento: **57 gli eventi frontali on-site e in streaming, tra panel, tavole rotonde e talks**, che vedranno i protagonisti dell'industria globale confrontarsi sulle nuove sfide del mercato. Tra questi, una potente conversazione sull'importanza dei **"Contenuti Black"** in un momento in cui il movimento Black Lives Matter ha intensificato le sue iniziative in seguito ai drammatici eventi Usa. Ma anche l'incontro dedicato a **Rai Documentari con Duilio Giammaria**, Direttore di Rai Documentari che illustrerà per la prima volta agli ospiti italiani e stranieri i progetti in cantiere. Tra gli ospiti dell'edizione 2020 anche **Giovanni Minoli, neo Commissario straordinario della Calabria Film Commission**. In The Archives' Challenge Between Coproductions And Innovation, invece, **Maria Pia Ammirati, Presidente dell'Istituto Luce - Cinecittà** discuterà dell'importanza del patrimonio archivistico per le moderne produzioni. Rai e Variety sono media partner ufficiali del Mia Market 2020. **Il programma completo** e l'accesso allo streaming si trovano **sul sito della manifestazione** (www.miamarket.it).

https://www.adnkronos.com/intrattenimento/spettacolo/2020/10/14/roma-mia-ibrido-pieno-progetti_RiLbhg8oGP3DLwb4NZy8WM.html?refresh_ce

CINEMA

Cinema, torna l'appuntamento con il Mia, Mercato internazionale audiovisivo

L'edizione di quest'anno conta 1.400 partecipanti da 41 paesi

Dal 14 al 18 ottobre 2020, torna il MIA - Mercato internazionale audiovisivo, evento fondamentale dell'intero sistema cine-audiovisivo italiano per incrementare l'esportazione di prodotto, le co-produzioni e le relazioni di business a livello internazionale. L'attività on-site in un ambiente protetto e Covid proof, grazie a protocolli che consentiranno la piena partecipazione nazionale e internazionale a tutti gli appuntamenti, sarà ulteriormente potenziata e integrata dall'attività online, grazie al MIA digital. Una piattaforma online chiara e di facile navigazione, che consentirà a tutti gli operatori l'accesso esclusivo e in diretta live, la fruizione digitale di tutte le attività e di tutti i servizi del Mercato e la possibilità di accedere ad un vasto catalogo di contenuti multimediali inediti.

L'edizione di quest'anno conta 1.400 partecipanti da 41 paesi: di questi 600 sono operatori internazionali, di cui 300 only digital. Almeno l'80% degli operatori italiani registrati parteciperà fisicamente all'evento.



Sergio Castellitto, Alessandro D'Alatri, Edoardo De Angelis, Riccardo Donna, Paolo Genovese, Marco Giallini, Lino Guanciale, Edoardo Leo, Gabriele Mainetti, Edoardo Pesce, Alessandro Preziosi, Matteo Rovere e Paolo Taviani: sono solo alcuni dei prestigiosi ospiti dell'edizione 2020, una "cinque giorni" ricca di appuntamenti in cui il MIA presenterà oltre 123 nuovi contenuti (in sviluppo e in produzione) nei Pitching Forum e Content Showcase, per un valore complessivo di circa 450 milioni di euro.

A questi dati si aggiunge un fitto calendario di screening e proiezioni, 137 di cui 72 on-site al Cinema Quattro Fontane e 65 sulla piattaforma MIA Digital.

In ossequio all'ottimo lavoro delle donne nel comparto audiovisivo e della tematica sempre più importante dell'inclusività e della valorizzazione del lavoro femminile, spiega una nota, gran parte della selezione complessiva rappresenta il talento femminile e vede la partecipazione di registe donne.

Il MIA nasce dalla consolidata joint venture e dall'impegno congiunto tra ANICA e APA, con il sostegno del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, con l'ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'Internazionalizzazione delle imprese italiane e il Ministero per i Beni e le Attività Culturali e per il Turismo, che accompagnano la manifestazione sin dal primo anno. Tra i partner anche il Programma Europa Creativa - MEDIA, il Ministero dello Sviluppo Economico e la Regione Lazio.

Confermano la collaborazione anche Unicredit; Apulia Film Commission; Fondazione Cinema per Roma; Eurimages; per questa edizione, MIA si avvale ancora una volta del contributo del Comitato Editoriale - un tavolo di ragionamento, aperto a tutte le associazioni di categoria: Associazioni Audiovisive Italiane - 100autori, AGICI, ANICA, APA, Cartoon it, CNA, Italian Film Commission, Doc/it, LARA, UNEFA.

Il posizionamento e la credibilità del MIA e della sua squadra si dimostra anche nelle numerose partnership illustri, nazionali e internazionali, tra cui Sundance Institute, Hot Docs, Content London, Europa Distribution, EAVE, European Producers Club, Göteborg Film Festival - TV Drama Vision, TV France International, Unifrance, GZ Doc di Guangzhou, HAF Hong Kong Finance Market, Video Game Lab.

La sesta edizione del MIA si terrà dal 14 al 18 ottobre 2020, nella cornice dei palazzi storici del centro di Roma: Palazzo Barberini, la sede principale, è stata ulteriormente implementata e completamente attrezzata per ospitare spazi di incontro, stand brandizzati, sale per i meeting di coproduzione in totale sicurezza e nel rispetto dei principi di sostenibilità ambientale, economica e sociale. MIA infatti è uno dei pochissimi eventi audiovisivi in Europa che, già dalla precedente edizione, può fregiarsi della Certificazione ISO 20121.



Appuntamenti fondamentali e attesissimi sono gli eventi speciali dedicati alle anticipazioni sul prodotto italiano, che verrà lanciato sul mercato dal 2020.

Tra gli appuntamenti più attesi nella proposta di MIA|Film, curata da Francesca Palleschi, torna l'iconico WHAT'S NEXT ITALY, il programma work-in-progress dedicato alla scoperta dei film italiani nuovissimi, presentati dai registi, produttori e distributori ai buyer internazionali accreditati. La selezione 2020 rispecchia il panorama variegato ed eclettico della capacità produttiva del cinema italiano attuale e punta a un'offerta sfaccettata e mai scontata, spaziando dalla commedia romantica, alla rivisitazione del film di Natale, del thriller e dell'horror, a spettacolari film in costume. Paolo Taviani torna dietro la macchina da presa con Leonora addio, il primo film senza il fratello Vittorio, mancato nel 2018. Ispirato nel titolo all'omonima novella di Pirandello, il film intreccia la storia dei tre surreali funerali di Pirandello con le vicende raccontate nel suo ultimo romanzo, Il Chiodo, sull'omicidio a Brooklyn di un giovane immigrato siciliano. Il tema della radicalizzazione islamica è invece al centro di Brotherhood, secondo lungometraggio del premiato

documentarista Francesco Montagner, il ritratto intimo di tre fratelli adolescenti che affrontano la condanna per terrorismo del loro padre, un predicatore salafita. Sceneggiatore, produttore e regista, Emanuele Scaringi si conferma talento eclettico e originale della factory Fandango, con cui collabora da più di vent'anni. Per Pantafa, il suo secondo lungometraggio dopo La profezia dell'armadillo, ispirato alla graphic novel di Zerocalcare, si cimenta con l'horror puro, ispirandosi alla leggenda della strega Pantafa. Dopo i successi televisivi, Stefano Lodovichi torna al cinema con La stanza, thriller psicologico ad alta tensione: una donna incontra un uomo sconosciuto che sembra sapere tutto della sua vita. Sceneggiatore premiato dal pubblico e dalla critica, Edoardo Falcone firma lo sono babbo natale, una commedia natalizia con Marco Giallini nei panni di un ex galeotto e Gigi Proietti in quelli di un amabile signore che sostiene di essere Santa Claus. Sceneggiatore, attore e regista, al suo quinto lungometraggio, con Lasciarsi un giorno a Roma, Edoardo Leo dirige una commedia romantica, in co-produzione con la Spagna, su come sia complicato lasciarsi dopo tanti anni di convivenza. Anche Paolo Genovese, a quattro anni dal successo mondiale di Perfetti Sconosciuti, torna a scandagliare la vita di coppia con Supereroi, una commedia amara sui

'superpoteri' necessari a preservare l'amore dal tempo che passa. Infine, come evento speciale, torna eccezionalmente a What's Next Italy con degli estratti di grande impatto visivo, il film più atteso della nuova stagione, lo spettacolare Freaks out di Gabriele Mainetti: un circo e la curiosa sorte di quattro protagonisti sconvolti dall'improvvisa scomparsa del loro padre putativo in una Roma dilaniata dalla Seconda guerra mondiale. What's Next Italy è un evento aperto esclusivamente ai buyer internazionali, si terrà il 15 ottobre alle 17,30 ed è moderato da Nick Vivarelli (Variety). Interverranno: Edoardo Leo, Paolo Genovese, Gabriele Mainetti, Stefano Lodovichi, Edoardo Falcone e Francesco Montagner.

In aggiunta al già ricco programma italiano, MIA|Film, dopo il successo delle prime edizioni, presenta la selezione del C EU SOON, dedicata al nuovo talento europeo. Sette titoli (cinque opere prime e due opere seconde, produzioni e co-produzioni europee) contraddistinte dall'approccio originale e dalla potenza delle storie. Con Atomic hope, il regista e produttore irlandese Frankie Fenton (It's not yet dark, Sundance Film Festival 2017) racconta il

'superpoteri' necessari a preservare l'amore dal tempo che passa. Infine, come evento speciale, torna eccezionalmente a What's Next Italy con degli estratti di grande impatto visivo, il film più atteso della nuova stagione, lo spettacolare Freaks out di Gabriele Mainetti: un circo e la curiosa sorte di quattro protagonisti sconvolti dall'improvvisa scomparsa del loro padre putativo in una Roma dilaniata dalla Seconda guerra mondiale. What's Next Italy è un evento aperto esclusivamente ai buyer internazionali, si terrà il 15 ottobre alle 17,30 ed è moderato da Nick Vivarelli (Variety). Interverranno: Edoardo Leo, Paolo Genovese, Gabriele Mainetti, Stefano Lodovichi, Edoardo Falcone e Francesco Montagner.

In aggiunta al già ricco programma italiano, MIA|Film, dopo il successo delle prime edizioni, presenta la selezione del C EU SOON, dedicata al nuovo talento europeo. Sette titoli (cinque opere prime e due opere seconde, produzioni e co-produzioni europee) contraddistinte dall'approccio originale e dalla potenza delle storie. Con Atomic hope, il regista e produttore irlandese Frankie Fenton (It's not yet dark, Sundance Film Festival 2017) racconta il

movimento ambientalista da un insolito e controverso punto di vista: quello di chi vorrebbe combattere il cambiamento climatico con l'energia atomica e le centrali nucleari, tema al centro di un dibattito accesissimo e conflittuale. DARK HEART OF THE FOREST (Le coeur noir des forêts) è il primo lungometraggio del belga Serge Mirzabekiantz, che si era già fatto notare con il corto The Birds' Blessing, selezionato in diversi festival internazionali. Produce la belga Hélicotronc in co-produzione con la francese Sacrebleu Productions. Dalla Georgia arriva Kote Kalandadze, regista, sceneggiatore, produttore e musicista alla sua opera prima con The drummer (Drameri). The penultimate (Den Næstsidste) del danese Jonas Kærup Hjort è la storia di un anonimo ispettore dell'acqua che, durante una misurazione di routine in un condominio, resta intrappolato suo malgrado in una tela di ostacoli ed eventi dal sapore kafkiano. Il film, già selezionato in fase progettuale a MIA Film Coproduction Market nel 2018, segna l'esordio al lungometraggio del regista, che si era già fatto notare con il corto In A Month, vincitore di numerosi premi e riconoscimenti. In Sea of Time (Zee van tijd), un terribile incidente durante un viaggio in barca a vela segna la vita di due giovani innamorati. Theu

Boermans, premiato attore e regista noto soprattutto per il musical di grande successo *Soldier of Orange*, torna al cinema con una storia sulle seconde possibilità. Gli ucraini Khachatur Vasilian e Olexandr Bykov dirigono insieme l'opera prima *Slightly open doors*. Ci porta in Ucraina anche *Stepne*, film d'esordio di Maryna Vroda, premiata a Cannes nel 2011 con il corto *Cross-country*. I sette titoli sono stati selezionati da una giuria internazionale composta da Ana David, (film programmer), Bobby Allen (Senior Vice President a MUBI) e Alexis Hofmann (Head of Acquisitions a Bac Films). I finalisti saranno presentati a un pubblico di distributori, sales agent e festival programmer il 16 ottobre alle 10,30 nella sala Arancera a Palazzo Barberini e al termine della sessione i buyer avranno la possibilità di votare il titolo più promettente della selezione.

Torna anche quest'anno, l'appuntamento glossy della sezione MIA|DRAMA, che presenta in anteprima assoluta uno showcase riservato agli addetti ai lavori, dei titoli più attesi della prossima stagione. La selezione di GREENLit 2020, curata da Gaia Tridente, Head of Drama Division del MIA, presenta una line-up di titoli che offre un mash-up di generi televisivi che si mescolano in un composito affresco del prodotto scripted, che ben delinea la capacità produttiva italiana e che conferma - ancora una volta - che la nostra industria audiovisiva ha raggiunto ormai un livello qualitativo altissimo, che porta il prodotto scripted nell'Olimpo del mercato globale.

Sette i titoli presentati, a partire dall'attesissima serie crime-period-supernatural *Il commissario Ricciardi*, una co-produzione Rai Fiction-Clemart diretta da Alessandro D'Alatri e scritta da Maurizio De Giovanni (anche autore della serie di romanzi da cui è tratta), Salvatore Basile, Viola Rispoli e Doriana Leoneff con Lino Guanciale nei panni di un commissario di polizia con un misterioso dono: vedere il fantasma delle persone che hanno perso la vita per morte violenta e ascoltarne le ultime parole; *L'altra Tosca*, prodotta da Endemol Shine Italy per Mediaset Italia, la prima serie italiana sul mondo dell'Opera, firmata da Michele Abatantuono e Carla Giuliano; *Cuori*, serie hospital-period, una co-produzione Rai Fiction-Aurora TV diretta da Riccardo Donna, con Pilar Fogliati, Matteo Martari e Daniele Pecci che interpretano un gruppo di medici coraggiosi, pionieri della cardiocirurgia italiana all'Ospedale

Le Molinette di Torino negli anni '60; la serie fantasy creata da Simona Ercolani I Cavalieri di Castelcorvo, prodotta da Stand by me per The Walt Disney Company Italia che arriverà su Disney+ a novembre; Christian, un supernatural-crime drama in 6 puntate, prodotto da Sky e Lucky Red, con il vincitore del David di Donatello Edoardo Pesce, diretto da Stefano Lodovichi, che firma il progetto anche come produttore creativo, e Roberto "Saku" Cinardi; l'attesissimo film per la televisione che riporterà sul piccolo schermo Natale in casa Cupiello, diretto da Edoardo De Angelis, primo di una collezione di film per la TV tratti dalle commedie di De Filippo, per omaggiare il Maestro della drammaturgia italiana nell'anniversario dei 120 anni della sua nascita che ricorre proprio quest'anno. Il film è prodotto da Roberto Sessa (Picomedia) in collaborazione con Rai Fiction e ha per protagonisti Sergio Castellitto e Marina Confalone. Altro attesissimo titolo della stagione sarà la serie Romulus, sul mito fondativo di Roma, una produzione Sky, Cattleya e Groenlandia, creata da Matteo Rovere (Showrunner, regista e produttore). Firmano la regia con Rovere anche Michele Alhaique e Enrico Maria Artale. Protagonisti della serie sono Andrea Arcangeli, Francesco Di Napoli e Marianna Fontana.

L'appuntamento è per venerdì 16 Ottobre dalle 16 alle 18. Saranno presenti: Lino Guanciale (Il Commissario Ricciardi), Sergio Castellitto (Natale in Casa Cupiello), Alessandro D'Alatri (regista, Il Commissario Ricciardi) Edoardo De Angelis (regista, Natale in Casa Cupiello), Matteo Rovere (Showrunner, regista e produttore, Romulus), Riccardo Donna (regista, Cuori), Stefano Lodovichi (Produttore creativo e co-regista, Christian) ; i produttori Riccardo Tozzi (Cattleya), Roberto Sessa (Picomedia), Gabriella Buontempo (Clemart), Benedetta Galbiati (Endemol Shine Italy), Giannandrea Pecorelli (Aurora TV), Simona Ercolani (Stand by me) e Andrea Occhipinti (Lucky Red). Per i broadcaster e piattaforme interverranno: Francesco Nardella (Vice Direttore, Rai Fiction), Ivan Carlei (Vice Direttore, Rai Fiction), Nils Hartmann (Senior Director Original Productions Sky Italia), Alessandro Saba (Director Original Production, The Walt Disney Company) e Daniele Cesarano (Head of Drama, Mediaset).

Per la sezione MIA|DOC, guidata da Marco Spagnoli, torna l'appuntamento con l'evento Italians doc it better, principale e unico showcase del documentario italiano, che quest'anno presenterà il meglio di una produzione variegata e sorprendentemente moderna. Tra i titoli presentati ai professionisti internazionali del settore ricordiamo: 1+1=3, il docufilm, diretto da Romano Montesarchio che racconta l'uomo e il professionista Paolo Ascierto e il suo lavoro portato avanti durante la pandemia; A BLACK JESUS diretto da Luca Lucchesi e prodotto dalla Road Movies di Wim Wenders; Behind locked doors di Gianni Vukaj; Body to body di Maria Iovine; Climbing Iran di Francesca Borghetti, incentrato sulla storia di Nasim Eshqi, alpinista e climber iraniana capace di aprire vie su roccia e unica donna professionista che pratica all'aperto in Iran; Entierro di Maura Bergmann Morales, docufilm che racconta la storia vera della famosa artista cilena Carmengloria Morales attraverso la sua arte e la sua relazione con la musica; Fort apache di Ilaria Galanti e Simone Spampinato, che segue le vicende della compagnia teatrale Fort Apache, composta interamente da ex detenuti; Forteto di Simone Manetti, docu-serie dedicata alle vittime de 'Il Forteto'; Il mio corpo di Michele Pennetta; Isola racconto della quarantena di Elisa Fuksas; Le mille

vite di Bud Spencer per la regia di Alessandro Capone; è proprio Giuseppe Pedersoli, figlio di Bud Spencer, a firmare la regia di The truth about la dolce vita; verranno mostrate le prime immagini di Io, una giudice popolare al maxi processo di Francesco Micciché; Molecole, diretto da Andrea Segre, in cui la vicenda personale del regista si intreccia con il racconto di una Venezia metafisica svuotata dai turisti; Nilde Iotti, il tempo delle donne diretto da Peter Marcias, che vede protagonista Paola Cortellesi; Orwell 2.0 - The dark side of the progress di Sabina Bologna; Our home di Matteo Parisini, che segue le vite e le aspirazioni di otto ragazze, testimoni esemplari di quel milione circa di giovani nati in altri paesi che hanno trovato la propria casa in Italia; lo stesso Parisi firma inoltre la regia di THE Italian journalist, documentario incentrato sulla vita e sulla carriera di Enzo Biagi; Paolo Conte. Via con me (it's wonderful) per la regia di Giorgio Verdelli; Sisterhood di Domiziana De Fulvio, la storia di tre squadre non professionistiche femminili di pallacanestro; Stories for Sandro di Giacomo Boeri; Parola d'onore di Sophia Luvarà, la storia vera di un giudice coraggioso che lotta contro la 'ndrangheta allontanando i figli adolescenti dei boss dalle loro famiglie; Il caso Braibanti di Carmen Giardina e Massimiliano Palmese; The last movie painter di Walter

Evento: MIA MARKET

Testata: La Presse

Data: 14/10/2020

Bencini, viaggio emozionante nel mondo di Renato Casaro, uno dei più importanti illustratori ancora viventi; La legge del terremoto opera prima di Alessandro Preziosi; Where the f**k is max papeschi? di Jacopo Rondinelli. L'appuntamento è per sabato 17 ottobre, dalle 17.30 a Palazzo Barberini. Tra i numerosi ospiti presenti intervengono: l'oncologo Paolo Ascierto, l'attore e regista Alessandro Preziosi, i registi Elisa Fuksas e Francesco Micciché.

Sono quasi 30.000 gli incontri B2B previsti, online e onsite, durante la sesta edizione del MIA. Confermate, inoltre, le presenze di importanti gruppi e società internazionali, tra cui, a titolo solo esemplificativo e non esaustivo, Amazon Studios, AMC Networks, ARTE France, BAC Films, Bron Studios, Buendia Estudios, Charades, Celsius Entertainment, Creative Artists Agency, Curzon Artificial Eye, Elle Driver, Epix, France Télévision, Fremantle, Itv Studios, Lionsgate, Media Res, Memento International, Mgm, Mubi, Netflix, Pathé, Playtime, Pulse Films, Pyramide, Skybound Ent., Starz, Studiocanal, The Match Factory, TrustNordisk, Viacomcbc, Wild Sheep Content, Zdf.

Importanti occasioni di incontro, discussione e ragionamento sono 57 gli eventi frontali on-site e in streaming, tra panel, tavole rotonde e talks, che vedranno i protagonisti dell'industria globale confrontarsi sulle nuove sfide del mercato.

MIA|Film presenta Protecting the Independent Film Business: what prospects for the indie film scene?, un inedito duetto, in cui due leader della scena cinematografica indipendente come Thomas Benski (CEO, Pulse Films, UK) e Roeg Sutherland (Head of Media Finance, Creative Artists Agency, USA) si confronteranno su come dare spazio a una nuova generazione di film makers in un ecosistema in continua evoluzione. In Developing Original Films for Local Audiences with the Streaming Services, quattro pionieristici produttori italiani, insieme a Teresa Moneo, Director of International Original Film di Netflix per Spagna e Italia, condivideranno, invece, le proprie esperienze e best practice su cosa significa sviluppare film originali per le piattaforme streaming, l'impatto sullo storytelling, la riformulazione dei modelli di business e dei processi creativi. Intervengono: Carlotta Calori (Indigo Film);

business e dei processi creativi. Interverranno: Carlotta Calori (Indigo Film); Stefano Massenzi (Lucky Red); Lorenzo Mieli (The Apartment); Teresa Moneo (Netflix); Matteo Rovere (Groenlandia). Modera Nick Vivarelli (Variety). Durante la tavola rotonda Future-proofing Europe: what is ahead for AV industries? In collaboration with Creative Europe Desk Italy MEDIA verrà affrontato, nel contesto della crisi senza precedenti innescata dallo scoppio della pandemia, l'approccio della Commissione europea nel ridisegnare il futuro panorama di incentivi e misure di ripresa per garantire la competitività di un settore chiave e incoraggiare il rinnovamento e il rafforzamento dell'ecosistema audiovisivo. Interverranno: Giuseppe Abbamonte (Direttore - Media Policy European Commission - DG for Communications Networks, Content and Technology), Nicola Borrelli (Direttore Generale, DG Cinema e Audiovisivo - MiBACT), Giancarlo Leone (Presidente di APA, Associazione Produttori Audiovisivi), Francesco Rutelli (Presidente di Anica - Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive).

Con Everything You Always Wanted To Know About Distribution But Were Afraid To Ask: The Survival Kit To Keep Bringing Films To Audiences In Time Of Crisis, organizzato in collaborazione con Europa Distribution, quattro distributori europei si confrontano sulle soluzioni possibili per ridurre l'impatto della crisi e permettere ai distributori e ai loro partner di far arrivare al pubblico i loro film. Intervengono Margherita Chiti (Teodora Film), Oscar Eriksson (Folkets Bio), Huub Roelvink (Cherry Pickers), Ira Von Gienanth (ProKino).

Tra i principali appuntamenti del MIA|DRAMA 2020 l'incontro Multimillion-Dollar Pack. Big-Budget Investments Outside Us, che esplorerà i motivi che stanno spingendo le grandi piattaforme di streaming ad investire in contenuti dal budget colossale anche al di fuori dell'America. Forse il Covid-19 ha solo accelerato un processo già in atto? Anche i produttori si stanno aprendo a nuovi paesi, lavorando su produzioni multimilionarie di show non americani? Interverranno in questa sessione: Erik Barmack, CEO & Founder, Wild Sheep Content; Thomas Benski, CEO & Founder, Pulse Films; Vince Gerardis, CEO & Founder, Startling, Inc.; Superna Kalle, EVP International Digital Networks,

Starz. Moderatore: Michael Gordon, TV Packaging Agent, Creative Artist Agency (CAA). Si rinnova inoltre l'appuntamento con l'Alleanza tra i tre grandi broadcaster pubblici dell'Europa continentale - RAI (Italia), FRANCE TÉLÉVISIONS (Francia) e ZDF (Germania) - per l'annuncio di inizio riprese e la presentazione del cast del mystery-drama Sopravvissuti.

MIA DRAMA in collaborazione con DiversifyTV ospita, inoltre, un evento virtuale di grande attualità con professionisti del mercato seriale. Durante The Black Experience: Creating Community And Diversity In The Scripted Industry produttori, talenti, e personaggi di spicco dell'audiovisivo affronteranno una potente conversazione sull'importanza dei "Contenuti Black" messa in evidenza dal movimento "Black Lives Matter."

Si discuterà dei più recenti contenuti scripted legati alla "Black Experience," per capire come la comunità internazionale ha risposto a questo messaggio. Un cambiamento sistemico richiederà tempo, ma possiamo fare qualcosa per velocizzarlo, e assicurarci che sia sostenibile?

Interverranno: Mo Abudu, CEO, EbonyLife MEDIA; Erik Barmack, CEO & Founder, Wild Sheep Content; Nicholle Kobi, Founder & Artist, Maison Nicholle Kobi; Erica Motley, Creative Partner, Impact X Capital Partners. Moderatore: Bunmi Akintonwa, Executive Producer, writer, distributor, diversity activist.

In collaborazione tra MIA DRAMA e DOC, il panel Amazon Studios in Conversation, Italian Scripted and Unscripted Originals costituisce la prima presentazione pubblica di Amazon, che riconferma il MIA quale luogo di riflessione dell'industria internazionale. I due responsabili della produzione di Originals italiani di Amazon Studios, Nicole Morganti e Davide Nardini discuteranno inoltre del posizionamento di Amazon Studios nel panorama nazionale e riveleranno le nuove opportunità di collaborazione con l'industria italiana.

Nel programma avranno grande risalto il Panel BIO DOC - le biografie tra cinema del reale e docufiction, reduce dal successo della precedente edizione e all'incontro dedicato a Rai Documentari con Duilio Giammaria,

Evento: MIA MARKET

Testata: La Presse

Data: 14/10/2020

Direttore di Rai Documentari che al MIA DOC illustrerà per la prima volta agli ospiti italiani e stranieri presenti della sua direzione nel supporto e nello sviluppo di produzioni originali RAI e di coproduzioni internazionali. Tra gli ospiti dell'edizione 2020 anche Giovanni Minoli, neo Commissario straordinario della Calabria Film Commission che illustrerà per la prima volta le linee guida della sua presidenza, cogliendo l'occasione per una riflessione a trecentosessanta gradi legata al racconto della realtà tramite il cinema e la televisione. A questi importanti appuntamenti, si aggiunge il panel The Online Challenge: New Business In Production And Distribution Models For Digital Platforms, nell'ambito del quale RaiPlay e numerose altre piattaforme VOD si incontreranno al MIA per discutere ulteriori opportunità di sviluppo aziendale per i documentari e per l'industria in generale. Interverranno: Silvia Cibien (General delegate Eurovod), Maurizio Imbriale (Deputy director RaiPlay) Giorgio Tacchia (CEO CHILI), Jaume Ripoll (Co-founder, Editor-in-chief Filmin). In The Archives' Challenge Between Coproductions And Innovation, invece, Maria Pia Ammirati, Presidente dell'Istituto Luce - Cinecittà discuterà dell'importanza del patrimonio archivistico per le moderne produzioni.

Rai e Variety sono media partner ufficiali del MIA MARKET 2020.

https://www.lapresse.it/spettacoli/cinema/cinema_torna_l_appuntamento_con_il_mia_mercato_internazionale_audiovisivo-3084455/news/2020-10-14/

Al via il MIA: 37 proiezioni in 5 giorni, oltre 100 prodotti tra film, serie televisive e documentari



1.400 accreditati da 41 paesi, di cui 600 operatori internazionali (che, per metà, seguiranno l'evento online, a distanza); 123 nuovi contenuti proposti, per un valore complessivo di circa 450 milioni di euro, e 137 proiezioni, suddivise piuttosto equamente tra quelle on site, al cinema Quattro Fontane, e quelle sulla piattaforma digitale dedicata. Il MIA – **Mercato Internazionale Audiovisivo**, ha dato i numeri della sua edizione 2020, in programma da oggi al 18 ottobre con una sfida che, secondo le parole della direttrice **Lucia Milazzotto**, "assume la situazione attuale, con le difficoltà dettate dalla pandemia in corso, come base di un ragionamento per trasformare le costrizioni in opportunità". E cavalcare quindi l'accelerazione digitale forzata dal Covid in una potenzialità per il business e lo scambio nell'audiovisivo italiano e internazionale. Il presidente Apa **Giancarlo Leone** definisce infatti questo 6° MIA "un grandissimo laboratorio", primo tra questo genere di eventi internazionali a svolgersi in presenza, con una formula ibrida. La location principale sarà Palazzo Barberini, molti gli ospiti cinematografici attesi, tra cui **Sergio Castellitto, Paolo Genovese, Lino Guanciale, Paolo Taviani**.

https://www.leggo.it/spettacoli/cinema/mia_mercato_internazionale_audiovisivo_ultime_notizie-5523338.html

Eventi onsite e online. Al via la sesta edizione del Mia, uno dei primi mercati internazionali a riaprire

E' una edizione molto diversa dalle precedenti questa sesta edizione del Mia, il Mercato internazionale dell'audiovisivo, che si è aperta oggi e andrà avanti fino a domenica nella magnifica cornice di Palazzo Barberini a Roma. Nonostante il Covid, la filiera industriale messa a dura prova dal lockdown, i protocolli sanitari e il distanziamento sociale, il Mia è però uno dei primi mercati che si svolgerà in presenza fisica e online attraverso la piattaforma Mia Digital. E' senz'altro un segno della vitalità dell'industria italiana e della sua resilienza, dimostrata già dalla tenuta della Mostra di Venezia e del festival del Cinema di Roma, al via in questi giorni.

Oltre 1000 tra film, serie, documentari, con 137 proiezioni, saranno presentate durante questa edizione del market che conta 1400 partecipanti da 41 paesi. Di questi, 600 sono operatori internazionali di cui 300 prenderanno parte alle iniziative digitali, mentre la gran parte degli operatori italiani registrati parteciperà fisicamente all'evento. Ci saranno anche i pitching dei nuovi progetti, incontri BtoB tra produttori di casa e gli operatori internazionali, e anche molti ospiti di richiamo (Sergio Castellitto, Alessandro D'Alatri, Edoardo de Angelis, Riccardo Donna, Paolo Genovese e Marco Giallini) e un intenso il calendario di screening e di proiezioni in parte proposte al cinema Quattro Fontane, in parte fruibili sulla piattaforma web.



Nella foto, da sinistra: Salvatore Pisconti, Carlo Ferro, Giancarlo Leone, Stefano Patuanelli, Marina Sereni, Francesco Rutelli e Lucia Milazzotto

Numeri e attività della manifestazione sono stati raccontati da Lucia Milazzotto, da sei anni alla direzione del Mia, che ha ricordato la sua diversità rispetto ai mercati tradizionali. "La nostra non è la classica fiera, ma più un evento fortemente incentrato sull'incontro tra gli operatori, ha spiegato, per guardare molto al futuro e ragionare su tanti progetti ancora su carta, che cercano una loro direzione. E' un luogo per la circolazione delle idee, il ragionamento collettivo e i contributi dall'estero. Tutto questo è fondamentale in un momento come quello che stiamo vivendo, quando le domande sono tantissime e le risposte ancora poche".

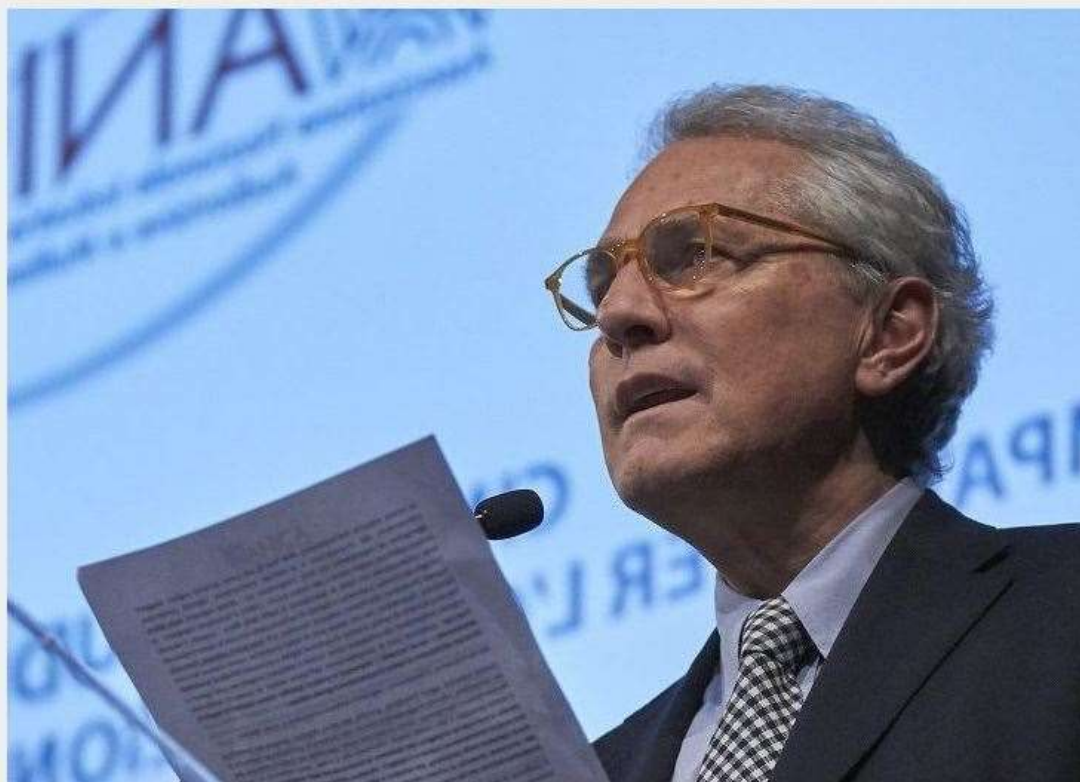
Il Mia è stato fortemente voluto da Anica e da Apa - per valorizzare la vetrina Italia e mettere il nostro prodotto sotto gli occhi dell'industria internazionale - e ha il supporto di Mibact, Mise, il ministero per gli Affari esteri e la Cooperazione internazionale, e l'Ice nonché dalla regione Lazio. Unicredit è quest'anno sponsor ufficiale della manifestazione.



Stefano Patuanelli (Foto
ANSA/FABIO FRUSTACI)

“Siamo alla sesta edizione del Mia: io ho accompagnato la nascita della prima edizione e pensavo a quante cose in positivo sono cambiate in questi anni nel settore del cinema e dell'audiovisivo”, ha detto Dario Franceschini in remoto dal Mibact. “Adesso dobbiamo occuparci del sostegno rispetto all'emergenza, ma sappiamo che la crescita del settore sta continuando anche in questa situazione difficile. C'è l'intreccio di tre elementi: l'esplosione del sistema dell'audiovisivo nel mondo; la nuova legge italiana del tax credit che si è dimostrata capace di attrarre rendendo competitiva l'Italia anche dal punto di vista del sostegno fiscale alle imprese che vogliono investire; e la attrattività italiana che è sempre crescente nel mondo. L'intreccio di questi tre elementi ci preparano un momento di grande crescita per cui bisogna continuare ad investire e convincere tutti i decisori politici che non si tratta di intervenire per aiutare un settore importante, ma di continuare a mettere risorse in un settore che sarà trainante per lo sviluppo del Paese”. “Un buon film o una buona fiction che gira per il mondo, ha sottolineato, conta come cento campagne promozionali di spot a pagamento. Quindi investiamo e continuiamo a crescere”.

Nel riconfermare il sostegno all'iniziativa, anche Stefano Patuanelli, ministro del Mise, si è detto convinto che “l'audiovisivo debba essere sostenuto perché non solo è uno splendido concentrato di tecnica, innovazione tecnologica e tradizione, ma soprattutto rappresenta un formidabile catalizzatore in grado di cogliere e leggere i fenomeni sociali in tutte le loro sfaccettature. Sono certo che il Mia 2020 si confermerà anche in questa edizione un successo perché, offrendo una vetrina internazionale ricercata e selezionata, potrà soddisfare milioni di consumatori che attraverso film, serie e documentari proveranno, grazie al vostro lavoro, tante nuove emozioni”.



Francesco Rutelli, presidente dell'Anica

Francesco Rutelli, presidente di Anica, ricordando che siamo tutti all'interno di una crisi globale e di una forte concorrenza trasformativa, ha sottolineato che "tuttavia, l'Italia e le industrie creative italiane hanno dimostrato di essere straordinariamente resilienti e coraggiose, andando avanti al fine di preservare il loro posizionamento globale, nonché la propria attrattiva e leadership a livello internazionale". Quanto al Mia, ha anche detto Rutelli, "è un gioco di squadra, dove sia il settore privato che le istituzioni lavorano fianco a fianco per la crescita dell'industria cinematografica e audiovisiva, con l'obiettivo di aumentare le nostre opportunità di successo sul mercato internazionale. Tale approccio sinergico - quello di un'accogliente e allargata alleanza con Apa - è sempre stato supportato e sostenuto dal fondamentale impegno collettivo delle istituzioni, confermato e potenziato per l'edizione 2020",

"Quest'anno in particolare Mia rappresenta un'occasione fondamentale per la nostra industria, in quanto a seguito dell'emergenza Covid-19 è uno dei primi Mercati a svolgersi onsite oltre che online", ha puntualizzato il presidente Apa, Giancarlo Leone. "Il Mia ha saputo infatti cogliere la sfida generata dalle necessità di questo momento storico trasformando i consueti spazi del Distretto Barberini, in un ambiente protetto e 'Covid proof', che potesse accogliere gli operatori nazionali e internazionali e al tempo stesso ha messo a punto uno strumento nuovo ed efficace: il Mia Digital".

"La sesta edizione del Mercato sarà un momento determinante per tornare a fare business dopo che l'emergenza sanitaria ha messo a dura prova il settore che in Italia ha un valore di circa 1 miliardo di euro e coinvolge oltre 7 mila imprese e più di 120mila occupati", ha ricordato ancora Leone. Per poi concludere: "Mia si conferma non solo come il primo e unico mercato al mondo che mette al centro il prodotto nazionale offrendogli una platea internazionale dell'eccellenza, ma anche come un hub capace di misurarsi con le evoluzioni dell'industria e del modo di fare business".



Giancarlo Leone, presidente Apa (Foto ANSA)

<https://www.primaonline.it/2020/10/14/313909/al-via-la-sesta-edizione-del-mia/>

MIA, AL VIA OGGI IL MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO



La manifestazione si terrà in versione "live" fino al 14 ottobre e, in streaming, fino al 25 ottobre. In programma: più di 100 nuovi titoli presentati e 137 proiezioni in 5 giorni

Torna dal 14 al 18 ottobre il Mia - Mercato Internazionale Audiovisivo a Palazzo Barberini di Roma, che si terrà parallelamente alla Festa del cinema della Capitale. Una sesta edizione che, oltre alla modalità in presenza, offrirà anche la possibilità di partecipare online attraverso la piattaforma **Mia Digital** (che, tra l'altro, sarà attiva fino al 25 ottobre, consentendo a tutti gli operatori l'accesso esclusivo e in diretta live, la fruizione digitale di tutte le attività e di tutti i servizi del Mercato e la possibilità di accedere ad un vasto catalogo di contenuti multimediali inediti).

L'edizione di quest'anno conta **1.400 partecipanti da 41 paesi: di questi 600 sono operatori internazionali**, di cui 300 only digital. Almeno l'80% degli operatori italiani registrati parteciperà fisicamente all'evento. In programma, più di 100 nuovi titoli presentati e 137 proiezioni in 5 giorni (di cui 72 on-site al Cinema Quattro Fontane e 65 sulla piattaforma MIA Digital).

Una "cinque giorni" ricca di appuntamenti in cui il MIA presenterà oltre 123 nuovi contenuti (in sviluppo e in produzione) nei Pitching Forum e Content Showcase, per un valore complessivo di circa 450 milioni di euro.

Tra gli ospiti: Sergio Castellitto, Alessandro D'Alatri, Edoardo De Angelis, Riccardo Donna, Paolo Genovese, Marco Giallini, Lino Guanciale, Edoardo Leo, Gabriele Mainetti, Edoardo Pesce, Alessandro Preziosi, Matteo Rovere e Paolo Taviani.

<http://www.e-duesse.it/News/Cinema/MIA-al-via-oggi-il-Mercato-Internazionale-Audiovisivo-251386>

Franceschini: MIA, importante segnale di vitalità del settore



"La sesta edizione del Mercato Internazionale dell'Audiovisivo si svolge in un momento particolarmente difficile per l'industria cinematografica, confermando così la vitalità di questo settore, già mostrata a settembre alla Mostra di Venezia", sottolinea il ministro per i Beni e le Attività Culturali e per il Turismo **Dario Franceschini**, intervenuto da remoto alla presentazione della nuova edizione del MIA, che prende il via oggi **fino al 18 ottobre**, in una forma ibrida, con attività sia in presenza, a **Palazzo Barberini** a Roma, che online, sulla piattaforma **MIA Digital**, che garantisce agli operatori, anche da remoto, la partecipazione a dirette live, la fruizione digitale delle attività e dei servizi del Mercato e la possibilità di accedere ad un vasto catalogo di contenuti multimediali. "Questa edizione sarà sicuramente diversa dalle altre, ma non per questo meno importante - continua Franceschini - Se da un lato è doveroso continuare ad occuparci del sostegno rispetto all'emergenza, è importante accompagnare la crescita del settore audiovisivo che sta continuando anche in questo momento difficile. Grazie a tre elementi di forza - attrattività del territorio italiano a livello internazionale, legge italiana sul tax credit cinema e crescita generale del settore - ci prepariamo a un momento di grande sviluppo. Non si tratta di intervenire per aiutare un settore importante in crisi, ma di investire in un settore che sarà trainante anche per gli altri. La ripresa delle grandi produzioni straniere nel nostro Paese e la competizione internazionale per utilizzare le strutture di Cinecittà fanno ben sperare".

Ad illustrare i numeri significativi di questa edizione, il direttore MIA **Lucia Milazzotto**: 1.400 partecipanti da 41 paesi, 600 operatori internazionali, di cui la metà sarà presente a Roma. Almeno l'80% degli operatori italiani registrati parteciperà fisicamente all'evento. 125 progetti in sviluppo e in produzione che verranno presentati nei *Pitching Forum* e *Content Showcase*, alla ricerca di finanziamenti internazionali. A questi dati si aggiunge un fitto calendario di screening e proiezioni, 137 nuovi film di cui circa la metà avrà una proiezione sia digitale che on-site al Cinema Quattro Fontane, il resto solo online sulla piattaforma MIA Digital. "Il MIA ha risposto a un'emergenza globale - rimarca - quella di mantenere le relazioni internazionali nel settore in un momento in cui si rischiava l'isolamento. Aver scommesso su un evento on-site ha

permesso di riportare l'attenzione sul territorio italiano, pur abbracciando tutti i valori della forma ibrida del Mercato di quest'anno, che integra digitale e presenza fisica in un'unica esperienza”.

“Questo evento mette insieme una filiera produttiva fondamentale per la nostra capacità di fare impresa e di produrre”, mette in evidenza **Stefano Patuanelli**, ministro dello Sviluppo Economico, rimarcando come l'audiovisivo debba essere sostenuto non solo perché è un concentrato di tecnica, innovazione tecnologica e tradizione, ma soprattutto rappresenta un formidabile catalizzatore in grado di cogliere e leggere i fenomeni sociali in tutte le loro sfaccettature. “Siamo consapevoli che molti sono ancora i nodi da affrontare: investimenti, digitalizzazione, regolamentazione sono gli strumenti da elaborare insieme a favore di una filiera produttiva che non solo fa grandi numeri, ma ogni anno cresce tanto in qualità. La trasformazione digitale, un percorso che inizia oggi al MIA, deve avere un seguito a dare nuove opportunità di crescita al settore, per sviluppare nuovi campi dove continuare a fare impresa”.

Interviene nella presentazione anche **Marina Sereni**, vice ministro per gli Affari Esteri e la Cooperazione Internazionale: “Il MIA vuole essere la testimonianza, anche fisica, della vitalità straordinaria di un settore che vive una situazione di complessità senza precedenti. Fortemente colpito e bloccato all'inizio della crisi sanitaria, che ha colpito tutti a livello globale ma che in Italia si è manifestata, con un impatto economico importante, in un momento in cui il cinema stava attraversando una crescita. In questo contesto, il MIA è un'opportunità da cogliere, una piattaforma di riferimento e di interazione tra i maggiori protagonisti nazionali e internazionali del settore. E mostra lo spirito con cui vogliamo che il nostro Paese reagisca: affrontare il nuovo con resilienza e abbracciare le sfide di questa nuova fase per trasmettere al mondo l'immagine di un'Italia resiliente e che esce dalla crisi più attenta e vitale di prima”.

A rimarcare l'importanza strategica di questa edizione del MIA, primo mercato del settore al mondo a riaprire dopo la crisi, anche il presidente APA **Giancarlo Leone**, intervenuto insieme al presidente dell'Anica, **Francesco Rutelli**, e al presidente ICE, **Carlo Ferro**, per sottolineare, congiuntamente, come il Mercato sia un segno di ottimismo per l'economia del nostro Paese e un importante segnale di nuove modalità di fare sistema per l'audiovisivo tutto.

<https://news.cinecitta.com/IT/it-it/news/53/83710/franceschini-mia-importante-segnale-di-vitalita-del-settore.aspx>

Aperto il MIA, primo mercato internazionale dell'era Covid



Da sinistra a destra: Salvatore Raconti, Carlo Ferri, Giancarlo Leone, Stefano Patonelli, Marina Sereni, Francesco Ruffelli, Lucia Milazzotto

Inaugurata oggi, a Palazzo Barberini, la sesta edizione del **MIA**, il Mercato Internazionale dell'audiovisivo di Roma. L'edizione di quest'anno conta 1.400 partecipanti da 41 paesi: di questi 600 sono operatori internazionali, di cui 300 only digital. Almeno l'80% degli operatori italiani registrati parteciperà fisicamente all'evento.

Durante i cinque giorni di Mercato verranno presentati 123 nuovi contenuti (in sviluppo e in produzione) nei Pitching Forum e Content Showcase, per un valore complessivo di circa 450 milioni di euro. Fitto anche il calendario degli screenings : 137 di cui 72 on-site al Cinema Quattro Fontane e 65 sulla piattaforma MIA Digital.

Il MIA nasce dalla joint venture e dall'impegno congiunto tra **ANICA** e **APA**, con il sostegno del **Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale**, con l'**ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'Internazionalizzazione delle imprese italiane** e il **Ministero per i Beni e le Attività Culturali e per il Turismo**, che accompagnano la manifestazione sin dal primo anno. Tra i partner anche il **Programma Europa Creativa – MEDIA**, il **Ministero dello Sviluppo Economico** e la **Regione Lazio**.

Confermano la collaborazione anche **Unicredit; Apulia Film Commission; Fondazione Cinema per Roma; Eurimages;** per questa edizione, MIA si avvale ancora una volta del contributo del Comitato Editoriale – un tavolo di ragionamento, aperto a tutte le associazioni di categoria: **Associazioni Audiovisive Italiane – 100autori, AGICI, ANICA, APA, Cartoon it, CNA, Italian Film Commission, Doc/it, LARA, UNEFA.**

<https://www.cinemaevideo.it/aperto-il-mia-primo-mercato-internazionale-dellera-covid>