

DANIELE MIGNARDI  
PROMOPRESS AGENCY



**MIA | MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO**

*EDIZIONE #7*

**ROMA, 13 – 17 OTTOBRE 2021**

**RASSEGNA STAMPA NAZIONALE**

**9 NOVEMBRE - 18 OTTOBRE**

**BOX OFFICE DEL 9/11/2021 PP. 64 – 65**

A tutto MIA

**PRIMA COMUNICAZIONE, OTTOBRE 2021, PP. 116 – 118**

L'onda grande della serialità

**GRAZIA del 28/10/21 pag. 29 - 30**

Chi protegge i bambini da Squid Game

**TIVÙ del 01/11/21 pag. 46 – 47 – 48 e richiamo pag. 1**

MIA Market 2021 Creatività Made in Italy

**TIVÙ del 01/11/21 pag. 76 - 77**

MIA Market 2021 Creativity Made in Italy

**E-DUESSE**

Mia-Market 2021: numeri

<https://www.e-duesse.it/televisione/mia-market-2021-numeri/>

**PRIMA COMUNICAZIONE**

MIA 2021, una straordinaria edizione di ripartenza

<https://www.primaonline.it/2021/10/18/336479/mia-2021-una-straordinaria-edizione-di-ripartenza/>

**CINEUROPA**

Il MIA Market assegna il suo massimo riconoscimento a *Fireworks* e *Gold War*

<https://www.cineuropa.org/it/newsdetail/411985/>

**UDITE UDITE**

MIA 2021 – Conclusa con 2000 accreditati da 56 Paesi e con oltre 600 top player internazionali, una straordinaria edizione di ripartenza

<https://udite-udite.it/2021/10/mia-2021-conclusa-con-2000-accreditati-da-56-paesi-e-con-oltre-600-top-player-internazionali-una-straordinaria-edizione-di-ripartenza/>



## **RNA NEWS**

MIA 2021, una straordinaria edizione di ripartenza

<https://www.rnanews.eu/mia-2021-una-straordinaria-edizione-di-ripartenza-181668.html>

### **17 - 16 OTTOBRE**

#### **CORRIERE DELLA SERA (ED. NAZIONALE) DEL 17/10/21 PAG. 47**

La fiction piace sempre e nei prossimi due anni continuerà a crescere

#### **IL GAZZETTINO DEL 17/10/21 PAG. 46**

Gli Alcuni: Le sfide di Cannes a Roma

Nel testo: *"...Sempre in questi giorni è in corso a Roma il Mia-Market internazionale dell'audiovisivo, il primo mercato italiano a riunire in un unico evento categorie come film, drama e documentari..."*

#### **ANSA**

Di Maio, alla Farnesina direzione generale diplomazia culturale 'Impegnati a promuovere all'estero prodotti audiovisivi Itali'

#### **ANSA**

Di Maio, audiovisivo settore trainante della ripresa economica 'Importante risorsa del Made in Italy'

#### **ADNKRONOS**

Audiovisivo: Di Maio, 'Può essere forza trainante della ripresa economica'

#### **ADNKRONOS**

Audiovisivo: Di Maio, 'Cultura e bellezza leva di crescita economica'

#### **ASKANEWS**

Ministro Di Maio al MIA: audiovisivo settore di grande rilevanza per Italia A Farnesina sarà creata divisione dedicata a diplomazia culturale

#### **LA PRESSE**

Audiovisivo: Di Maio, Cultura e bellezza leve di crescita economica Italia

#### **AGI**

Di Maio, audiovisivo settore rilevante per economia nazionale

## **AGCULT**

Audiovisivo, dal MIA la carta di comportamento etico per il settore

<https://agcult.it/a/46340/2021-10-16/audiovisivo-dal-mia-la-carta-di-comportamento-etico-per-il-settore>

## **AGCULT**

Audiovisivo, Di Maio: Forza trainante per la ripartenza economica

<https://agcult.it/a/46327/2021-10-16/audiovisivo-di-maio-forza-trainante-per-la-ripartenza-economica>

## **AGENZIA NOVA**

Audiovisivo: Di Maio, settore potrà essere forza trainante ripresa economica

<https://www.agenzianova.com/a/616aa891ee8708.65762700/3643532/2021-10-16/audiovisivo-di-maio-settore-potra-essere-forza-trainante-ripresa-economica>

## **AGENZIA NOVA**

Audiovisivo: Di Maio, settore offre opportunità per imprese soprattutto su contenuti digitali

<https://www.agenzianova.com/a/616ab464e5e895.42782521/3643535/2021-10-16/audiovisivo-di-maio-settore-offre-opportunita-per-imprese-soprattutto-su-contenuti-digitali>

## **REPUBBLICA**

Mercato audiovisivo 2021, Di Maio: "Alla Farnesina nasce la Direzione generale della diplomazia culturale"

<https://www.repubblica.it/politica/2021/10/16/news/mia-mercato-internazionale-audiovisivo-export-farnesina-di-maio-322525665/>

## **LA STAMPA**

Il 70% della produzione è nazionale: record dell'audiovisivo "made in Italy". Di Maio: "Settore trainante per il Paese"

<https://www.lastampa.it/topnews/primo-piano/2021/10/17/news/il-70-della-produzione-e-nazionale-record-dell-audiovisivo-made-in-italy-di-maio-settore-trainante-per-il-paese-1.40819966>

## **LA STAMPA**

MIA Market 2021, Joe Russo: "Oggi c'è molta più libertà in televisione"

<https://www.lastampa.it/topnews/tempi-moderni/2021/10/16/news/mia-market-2021-joe-russo-oggi-c-e-molta-piu-liberta-in-televisione-1.40817082>

## **IL GIORNALE**

"Miss Fallaci takes America". Arriva una serie tv su Oriana

<https://www.ilgiornale.it/news/spettacoli/miss-fallaci-takes-america-arriva-serie-tv-su-oriana-1982553.html>

## **IL GIORNALE**

Attori, film e documentari: i grandi attesi al Mia

<https://www.ilgiornale.it/news/spettacoli/attori-film-e-documentari-i-grandi-attesi-mia-1982319.html>

## **LEGGO**

Mercato audiovisivo 2021, la settima edizione è un successo. Di Maio: «La Farnesina come promotore della crescita delle industrie»

<https://www.leggo.it/spettacoli/televisione/mercato-degli-audiovisivi-la-settima-edizione-e-un-successo-di-maio-la-farnesina-promotore-crescita-delle-industrie-6261590.html>

## **PRIMA ONLINE**

Di Maio al Mia: complimenti per i numeri eccellenti

<https://www.primaonline.it/2021/10/16/336417/di-maio-al-mia/>

## **PRIMA ONLINE**

Leone: il governo crede nella crescita dell'audiovisivo

<https://www.primaonline.it/2021/10/16/336419/leone-il-governo-crede-nella-crescita-dellaudiovisivo/>

## **PRIMA ONLINE**

Agenda di Prima: gli appuntamenti da non perdere a Ottobre 2021

<https://www.primaonline.it/2021/10/16/335508/agenda-di-prima-gli-eventi-da-non-perdere-a-ottobre-2021/>

## **BAD TASTE**

Joe Russo su perché ha scelto Cattleya per la Citadel italiana e quando si risolverà la guerra tra studios e agenti

<https://www.badtaste.it/cinema/interviste/joe-russo-su-perche-ha-scelto-cattleya-per-la-citadel-italiana-e-quando-si-risolvera-la-guerra-tra-studios-e-agenti-excl/>

## **CINECITTÀ NEWS**

Fare sistema per il reboot del 'Made in Italy'

<https://news.cinecitta.com/IT/it-it/news/53/87655/fare-sistema-per-il-reboot-del-made-in-italy.aspx>

## **CINECITTÀ NEWS**

Premi MIA: 'Marina Cicogna' vince il Lazio Frames Award

<https://news.cinecitta.com/IT/it-it/news/53/87667/premi-mia-marina-cicogna-vince-il-lazio-frames-award.aspx>

## **CINEMA E VIDEO INTERNATIONAL**

GREEN / In arrivo il Protocollo per i documentari

<https://www.cinemaevideo.it/green-in-arrivo-il-protocollo-per-i-documentari>

## **CINEMA E VIDEO INTERNATIONAL**

TIK TOK / Le nuove frontiere di business per l'audiovisivo

<https://www.cinemaevideo.it/tik-tok-le-nuove-frontiere-di-business-per-laudiovisivo>

## **CINEMA E VIDEO INTERNATIONAL**

MEDIA / Criticità e opportunità dei partneriati del nuovo corso

<https://www.cinemaevideo.it/media-criticita-e-opportunita-dei-partneriati-del-nuovo-corso>

## **CINEMA E VIDEO INTERNATIONAL**

MIA / Tutti i premi

[https://www.cinemaevideo.it/mia-tutti-i-premi?utm\\_source=newsletter&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=concluso-il-mia-seg-nale-della-ripartenza&utm\\_term=2021-10-26](https://www.cinemaevideo.it/mia-tutti-i-premi?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=concluso-il-mia-seg-nale-della-ripartenza&utm_term=2021-10-26)

## **CINEMA E VIDEO INTERNATIONAL**

L'animazione italiana al MIA e alla Festa del Cinema

[https://www.cinemaevideo.it/lanimazione-italiana-al-mia-e-alla-festa-del-cinema?utm\\_source=newsletter&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=concluso\\_il\\_mia\\_segnale\\_della\\_ripartenza&utm\\_term=2021-10-26](https://www.cinemaevideo.it/lanimazione-italiana-al-mia-e-alla-festa-del-cinema?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=concluso_il_mia_segnale_della_ripartenza&utm_term=2021-10-26)

## **MONITOR RADIO TV**

Audiovisivo, un mercato da 1,3 miliardi

<https://www.monitor-radiotv.it/w/audiovisivo-un-mercato-da-13-miliardi/>

## **SPETTACOLO ITALIANO**

Carla Fracci film Rai 1: quando esce "Carla" con Alessandra Mastronardi

<https://www.spettacoloitaliano.it/2021/10/16/carla-fracci-film-quando-esce/>

## **VIVIROMA**

APA – LEONE: "In Italia cresce la produzione di serie tv. Al governo chiediamo di cancellare la tassa di concessione"

<https://www.viviroma.tv/attualita/notizie/apa-leone-in-italia-cresce-la-produzione-di-serie-tv-al-governo-chiediamo-di-cancellare-la-tassa-di-concessione/>

## **FLIPBOARD**

Mercato audiovisivo 2021, Di Maio: "Alla Farnesina nasce la Direzione generale della diplomazia culturale"

<https://flipboard.com/article/mercato-audiovisivo-2021-di-maio-alla-farnesina-nasce-la-direzione-generale-d/a-uPM1SwysSUuTeuwvbtYgOg%3Aa%3A2657774624-1dbead5b4a%2Frepubblica.it>

## **POLITICA NEWS**

Di Maio: "L'export italiano continua a correre"

<https://www.politicanews.it/politica-social/di-maio-l-export-italiano-continua-a-correre-57164>

## **IL TERZIARIO.INFO**

Mercato audiovisivo 2021, Di Maio: "Alla Farnesina nasce la Direzione generale della diplomazia culturale"

<http://www.ilterziario.info/component/content/article/1-news/4073339-mercato-audiovisivo-2021-di-maio-alla-farnesina-nasce-la-direzione-generale-della-diplomazia-culturale.html>

## **CRONCACHE DI**

Export, Di Maio: "Crescita per ottavo mese consecutivo, siamo orgogliosi"

<https://cronachedi.it/export-di-maio-crescita-per-ottavo-mese-consecutivo-siamo-orgogliosi/>

## **HEAD TOPICS**

MIA Market 2021, Joe Russo: "Oggi c'è molta più libertà in televisione"

<https://headtopics.com/it/mia-market-2021-joe-russo-oggi-c-e-molta-piu-liberta-in-televisione-22157854>

## **ECOMY**

Mercato audiovisivo 2021, Di Maio: "Alla Farnesina nasce la Direzione generale della diplomazia culturale"

<https://www.ecomy.it/news/mercato-audiovisivo-2021-di-maio-alla-farnesina-nasce-la-direzione-generale-della-diplomazia-culturale-150628.html>

## **LUCIANA D'AMBROSIO MARRI**

"Father, May I?" – MIA MARKET 13-17 ottobre Roma

<https://www.lucianadambrosiomarri.it/2021/10/14/father-may-mia-market-13-17-ottobre-roma/>

## **SANNIO PORTALE**

Mercato audiovisivo 2021, Di Maio: "Alla Farnesina nasce la Direzione generale della diplomazia culturale"

<https://www.sannioportale.it/articoli/Politica/Repubblica-it/mercato-audiovisivo-2021-di-maio-alla-farnesina-nasce-la-direzione-generale-della-diplomazia-culturale-3704036.asp>

## **SURVIVE THE SHOWS**

Freaks Out di Gabriele Mainetti venduto a Francia e Giappone

<https://survivedtheshows.com/?p=65305>

**15 - 14 OTTOBRE**

**IL SOLE 24 ORE del 15/10/21 pag. 1 - 18**

L'audiovisivo chiede maggiori risorse. Giro d'affari in aumento a 1,3 miliardi

**ITALIA OGGI del 15/10/21 pag. 20**

La fiction cresce con gli ott. Il terzo Rapporto Apa sull'audiovisivo italiano. Leone: la serialità varrà 900 mln nel 2023

**ITALIAOGGI del 14/10/21 pag. 18**

Lo streaming raddoppia gli investimenti in contenuti italiani

**CORRIERE DELLA SERA (ED. ROMA) del 14/10/21**

**pag. 1** Mia, le grandi sfide nell'audiovisivo del sistema Italia

**pag. 10** Mia, le sfide dell'Italia nell'audiovisivo

**IL MESSAGGERO (ED. ROMA) del 14/10/21 pag. 69**

"Bangla" e "Fate", il MIA racconta le serie in arrivo

**IL FOGLIO del 14/10/21 pag. 7**

Zingaretti: "Il Lazio è leader del mercato audiovisivo"

**IL QUOTIDIANO DEL SUD - L'ALTRA VOCE DELL'ITALIA del 14/10/21 pag. 14**

Mercato Audiovisivo: parte la settima edizione del MIA

**ANSA**

Apa, produzione audiovisiva nazionale supera 1,2 mld Leone, servono regole d'ingaggio con gli streamers (di Francesca Pierleoni)

**ANSA**

Tv: Leone (Apa), servono regole di ingaggio con le piattaforme "Va cancellata tassa su concessione governativa canone Rai"

**ANSA**

Apa, produzione audiovisiva nazionale supera 1,2 miliardi. Produzione fiction per tv e piattaforme cresce del 28% in 2020

## **ANSA**

Joe Russo, il futuro sono le piattaforme. Regista al Mia, sale dovranno evolversi per sopravvivere

[https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/cinema/2021/10/14/joe-russo-il-futuro-sono-le-piattaforme\\_e39ff485-2f0f-425e-92e9-4699b7a9f7cc.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/cinema/2021/10/14/joe-russo-il-futuro-sono-le-piattaforme_e39ff485-2f0f-425e-92e9-4699b7a9f7cc.html)

## **AGCULT**

Audiovisivo, Leone (Apa): In Italia cresce la produzione di serie tv

<https://agcult.it/a/46201/2021-10-14/audiovisivo-leone-apa-in-italia-cresce-la-produzione-di-serie-tv>

## **ITALIA OGGI**

Lo streaming raddoppia gli investimenti in contenuti italiani. Così l'audiovisivo ha visto crescere il mercato internazionale

<https://www.italiaoggi.it/news/lo-streaming-raddoppia-gli-investimenti-in-contenuti-italiani-cosi-l-audiovisivo-ha-visto-crescere-il-2537183>

## **ITALIA OGGI**

La fiction cresce con gli ott. Il terzo Rapporto Apa sull'audiovisivo italiano. Leone: la serialità varrà 900 mln nel 2023

<https://www.italiaoggi.it/news/la-fiction-cresce-con-gli-ott-2537335>

## **LEGGO**

Il regista di Avengers, Joe Russo: «Il cinema sta morendo, il futuro sono le serie tv e la realtà aumentata»

[https://www.leggo.it/spettacoli/cinema/joe\\_russo\\_cinema\\_morendo-6257198.html](https://www.leggo.it/spettacoli/cinema/joe_russo_cinema_morendo-6257198.html)

## **LEGGO**

Industria audiovisiva in progressione grazie alla distribuzione digitale. Il report ICE: «Favorito il made in Italy»

[https://www.leggo.it/spettacoli/televisione/industria\\_audiovisiva\\_progressione\\_grazie\\_distribuzione\\_digitale\\_report\\_ice\\_favorito\\_made\\_italy-6257409.html](https://www.leggo.it/spettacoli/televisione/industria_audiovisiva_progressione_grazie_distribuzione_digitale_report_ice_favorito_made_italy-6257409.html)

## **IL GIORNALE DI VICENZA**

Joe Russo, il futuro sono le piattaforme. Regista al Mia, sale dovranno evolversi per sopravvivere

<https://www.ilgiornaledivicenza.it/argomenti/spettacoli/joe-russo-il-futuro-sono-le-piattaforme-1.8954959>



## **BRESCIAOGGI**

Joe Russo, il futuro sono le piattaforme. Regista al Mia, sale dovranno evolversi per sopravvivere

<https://www.bresciaoggi.it/argomenti/spettacoli/joe-russo-il-futuro-sono-le-piattaforme-1.8954961>

## **L'ARENA**

Joe Russo, il futuro sono le piattaforme. Regista al Mia, sale dovranno evolversi per sopravvivere

<https://www.larena.it/argomenti/spettacoli/joe-russo-il-futuro-sono-le-piattaforme-1.8954957>

## **PRIMA ONLINE**

Leone (Apa): cresce la produzione; governo abolisca la tassa sul canone

<https://www.primaonline.it/2021/10/14/336238/leone-apa-cresce-la-produzione-governo-abolisca-la-tassa-sul-canone/>

## **E-DUESSE**

MIA, il futuro dei festival nel post-pandemia

<https://www.e-duesse.it/cinema/mia-il-futuro-dei-festival-nel-post-pandemia/>

## **E-DUESSE**

Apa: dove va la produzione nazionale

<https://www.e-duesse.it/televisione/apa-dove-va-la-produzione-nazionale/>

## **CINEUROPA**

Europa Distribution pronta a rimettere in piedi, rilanciare e rimodellare il settore a Roma

<https://www.cineuropa.org/it/newsdetail/411801/>

## **WIRED**

La Realtà Che "Non" Esiste, il contest per giovani storytellers è arrivato alla quarta edizione

[https://www.wired.it/play/cinema/2021/10/14/la-realta-che-non-esiste-il-contest-per-giovani-storytellers-e-arrivato-alla-quarta-edizione/?refresh\\_ce=](https://www.wired.it/play/cinema/2021/10/14/la-realta-che-non-esiste-il-contest-per-giovani-storytellers-e-arrivato-alla-quarta-edizione/?refresh_ce=)

## **BAD TASTE**

La Festa del Cinema di Roma piange e il MIA ride

<https://www.badtaste.it/cinema/podcast/la-festa-del-cinema-di-roma-piange-e-il-mia-ride-insider/>

## **CINECITTÀ NEWS**

Italy For Movies cambia pelle

<https://news.cinecitta.com/IT/it-it/news/53/87619/italy-for-movies-cambia-pelle.aspx>

## **CINECITTÀ NEWS**

Audiovisivo in crescita: +28%

<https://news.cinecitta.com/IT/it-it/news/55/87625/audiovisivo-in-crescita-28.aspx>

## **CINEMA E VIDEO INTERNATIONAL**

MERCATI INTERNAZIONALI / Luci e ombre sulle performance italiane

<https://www.cinemaevideo.it/mercati-internazionali-luci-e-ombre-sulle-performance-italiane>

## **CINEMA E VIDEO INTERNATIONAL**

RAPPORTO APA / Due proposte al governo e agli OTT

<https://www.cinemaevideo.it/rapporto-apa-due-proposte-al-governo-e-agli-ott>

## **KEY4BIZ**

Linkem e Arsenale 23 lanciano VR BUS 5G, il primo use case di Invisible Cities che fa rivivere la Roma Antica

<https://www.key4biz.it/linkem-e-arsenale-23-lanciano-vr-bus-5g-il-primo-use-case-di-invisible-cities-che-fa-rivivere-la-roma-antica/377855/>

## **KEY4BIZ**

Mia 2021: non convince la ricerca Ice sull'export dell'audiovisivo. Stimolante il Rapporto Apa sull'industria nazionale

<https://www.key4biz.it/mia-2021-non-convince-la-ricerca-ice-sullexport-dellaudiovisivo-stimolante-il-rapporto-apa-sullindustria-nazionale/377908/>

## **EVEREYE**

Joe Russo riflette sul futuro del cinema: "Non rivedremo i film indipendenti nelle sale"

<https://cinema.everyeye.it/notizie/joe-russo-riflette-futuro-cinema-non-rivedremo-film-indipendenti-sale-546622.html>

## **CINEMA ITALIANO**

FESTA DEL CINEMA DI ROMA 16 - Presente la Roma Lazio Film Commission

<https://www.cinemaitaliano.info/news/65165/festa-del-cinema-di-roma-16--presente-la.html>

## **ADGINFORMA**

Accade Oggi – Audiovisivo, aumenta il giro d'affari

<https://www.adginforma.it/accade-oggi-audiovisivo-aumenta-il-giro-daffari-a-cura-di-telpress/>

## **FLIPBOARD**

Mia 2021: delude la ricerca Ice su export audiovisivo, piace il Rapporto Apa

[https://flipboard.com/article/mia-2021-delude-la-ricerca-ice-su-export-audiovisivo-piace-il-rapporto-apa/a-3LA0txgsS0yjuUr\\_JBChgw%3Aa%3A37092872-c230ffc211%2Fkey4biz.it](https://flipboard.com/article/mia-2021-delude-la-ricerca-ice-su-export-audiovisivo-piace-il-rapporto-apa/a-3LA0txgsS0yjuUr_JBChgw%3Aa%3A37092872-c230ffc211%2Fkey4biz.it)

## **INFORMAZIONE**

Fincons Group e il MIA- Mercato Internazionale Audiovisivo sconfiggono le incertezze con la piattaforma ibrida MIA DIGITAL

<https://www.informazione.it/c/6B7D7FD0-D817-4C38-AC3F-40F6B37BE7FD/Fincons-Group-e-il-MIA-Mercato-Internazionale-Audiovisivo-sconfiggono-le-incertezze-con-la-piattaforma-ibrida-MIA-DIGITAL>

## **MARKET SCREENER**

Linkem : con Arsenale 23 lancia VR BUS 5G

<https://it.marketscreener.com/notizie/ultimo/Linkem-con-Arsenale-23-lancia-VR-BUS-5G--36683480/>

## **REAL NEWS HUB**

MIA Market & Gruppo Alcuni CEO Introduce New Animation Secti

<https://realnewshub.com/mia-market-gruppo-alcuni-ceo-introduce-new-animation-secti/>

## **REAL WIRE**

Fincons Group e il MIA- Mercato Internazionale Audiovisivo sconfiggono le incertezze con la piattaforma ibrida MIA DIGITAL

<https://www.realwire.com/releases/Fincons-Group-e-il-MIA-sconfiggono-le-incertezze-con-la-piattaforma-ibrida>

## **TECHNOSPIA**

'La Realtà Che 'Non' Esiste' presentato al Mia

<https://www.technospia.it/2021/10/14/la-realta-che-non-esiste-presentato-al-mia/>

## **13 OTTOBRE**

### **ANSA**

FOCUS/ Torna il Mercato dell'audiovisivo ed è più social. Franceschini, "cinema sara' settore trainante nostra economia" (di Daniela Giammusso)

### **ANSA**

Cinema: Zingaretti, Bando Lazio International a 10 mln. Con 90% vaccinati Mia in presenza in area tra piu' sicure Europa"

### **ANSA**

Cinema: Franceschini, è settore trainante crescita economica

### **ANSA**

Mercato, grandi anteprime e lo sbarco dei social al 7/o Mia

### **ADNKRONOS**

Cinema: Franceschini, 'Sara' un settore trainante crescita economica'

### **LA PRESSE**

Green Pass: Franceschini, fare cultura con sale piene e sicure si può

### **LA PRESSE**

Cultura: a Roma torna il Mia. Franceschini, cinema trainerà economia

**LA PRESSE**

Cinema: Franceschini, farà da traino a economia italiana

**LA PRESSE**

Covid: Zingaretti, Lazio fra Regioni più sicure d'Europa

**LA PRESSE**

Cultura: Rutelli, MIA messaggio speranza dopo buio pandemia

**DIRE**

Cinema. Leone (Apa): Mercato italiano sempre più internazionale

**DIRE**

Covid. Franceschini: con green pass si può fare cultura in sicurezza

**DIRE**

Cinema. Franceschini: sarà uno dei settori trainanti crescita italiana "Nostro paese ruolo guida nel mondo"

**DIRE**

Cinema. Zingaretti: ripresa mercato mia altro segnale rinascita paese. "Lazio regione leader in audiovisivo"

**DIRE**

Cinema. Zingaretti: bando lazio international raddoppia e arriva a 10 mln

**ASKANEWS**

Lazio, Zingaretti: l'industria dell'audiovisivo è fondamentale e risiede nella nostra regione

**ASKANEWS**

Regione Lazio, Zingaretti: il fondo bando cinema raddoppia. Il fondo bando cinema raddoppia. Rendiamo allettante venire a produrre sul nostro territorio

**AGI**

Lazio: Zingaretti al Mia, Regione leader per audiovisivo

## **AGI**

Cinema: Franceschini, sarà settore trainante crescita economica

## **AGENZIA NOVA**

Cinema: Zingaretti, bando Lazio international raddoppia, stanziati 10 milioni

## **ITALPRESS**

Cinema: Franceschini "Sarà un settore trainante crescita economica"

## **9 COLONNE**

Dal 13 al 17 ottobre torna a Roma il Mia - Mercato internazionale audiovisivo

## **ANSA**

Mercato, grandi anteprime e lo sbarco dei social al 7/o Mia

[https://www.ansa.it/sito/photogallery/spettacolo/2021/10/13/mercato-grandi-anteprime-e-lo-sbarco-dei-social-al-7o-mia\\_9f024873-d54d-4e94-80f0-4e7bbc5f6328.html](https://www.ansa.it/sito/photogallery/spettacolo/2021/10/13/mercato-grandi-anteprime-e-lo-sbarco-dei-social-al-7o-mia_9f024873-d54d-4e94-80f0-4e7bbc5f6328.html)

## **ASKANEWS**

Lazio, Zingaretti: l'industria dell'audiovisivo è fondamentale

[https://www.askanews.it/cronaca/2021/10/13/lazio-zingaretti-lindustria-dellaudiovisivo-è-fondamentale-pn\\_20211013\\_00101/](https://www.askanews.it/cronaca/2021/10/13/lazio-zingaretti-lindustria-dellaudiovisivo-è-fondamentale-pn_20211013_00101/)

## **AGCULT**

Audiovisivo, Zingaretti: Lazio regione leader, investire in industria cinematografica

<https://agcult.it/a/46085/2021-10-13/audiovisivo-zingaretti-lazio-regione-leader-investire-in-industria-cinematografica>

## **AGCULT**

Cinema, Franceschini: Sarà settore trainante della crescita economica italiana

<https://agcult.it/a/46088/2021-10-13/cinema-franceschini-sara-settore-trainante-della-crescita-economica-italiana>

## **AGCULT**

Audiovisivo, Apa: senza interventi MiC il settore avrebbe subito danni enormi da pandemia

<https://agcult.it/a/46123/2021-10-13/audiovisivo-apa-senza-interventi-mic-il-settore-avrebbe-subito-danni-enormi-da-pandemia>

## **AGENZIA NOVA**

Cinema: Zingaretti, industria audiovisivo è ricchezza per il Lazio

<https://www.agenzianova.com/a/6166d2274bd793.94093223/3638941/2021-10-13/cinema-zingaretti-industria-audiovisivo-e-ricchezza-per-il-lazio>

## **AGENZIA NOVA**

Cinema: Franceschini, sarà settore trainante crescita economica

<https://www.agenzianova.com/a/6166cf04c73130.27788649/3639109/2021-10-13/cinema-franceschini-sara-settore-trainante-crescita-economica>

## **REPUBBLICA**

The dreamers. Al via la Festa di Roma sotto il segno di Re Gigi

[https://www.repubblica.it/spettacoli/cinema/2021/10/14/news/the\\_dreamers-321788945/](https://www.repubblica.it/spettacoli/cinema/2021/10/14/news/the_dreamers-321788945/)

## **ITALIA OGGI**

Lo streaming raddoppia gli investimenti in contenuti italiani Così l'audiovisivo ha visto crescere il mercato internazionale

<https://www.italiaoggi.it/news/lo-streaming-raddoppia-gli-investimenti-in-contenuti-italiani-cosi-l-audiovisivo-ha-visto-crescere-il-2537183>

## **PRIMA ONLINE**

Via alla settima edizione del Mia. Cinque giorni dedicati al business audiovisivo

<https://www.primaonline.it/2021/10/13/336040/via-alla-settima-edizione-del-mia/>

## **E-DUESSE.IT**

Roma, al via il MIA e la Festa del Cinema

<https://www.e-duesse.it/cinema/roma-al-via-il-mia-e-la-festa-del-cinema/>

## **CINECITTÀ NEWS**

Italy for Movies al MIA 2021

<https://cinecitta.com/IT/it-it/news/45/9467/italy-for-movies-al-mia-2021.aspx>

## **CINECITTÀ NEWS**

MIA: industria, cultura e sicurezza

<https://news.cinecitta.com/IT/it-it/news/55/87600/mia-industria-cultura-e-sicurezza.aspx>

## **CINEUROPA**

Europa Distribution pronta a rimettere in piedi, rilanciare e rimodellare il settore a Roma

<https://www.cineuropa.org/it/newsdetail/411801/>

## **CINEUROPA**

Il TFL Series Lab 2021 sbarca al MIA

<https://www.cineuropa.org/it/newsdetail/411858/>

## **RAI CINEMA**

"La Realtà Che Non Esiste": presentazione al MIA Mercato Internazionale Audiovisivo

<https://www.rai.it/raicinema/news/2021/10/La-Realta-Che-Non-Esiste-presentazione-al-MIA-Mercato-Internazionale-Audiovisivo-d172bc59-6993-467d-8c99-1816e3232505.html>

## **MONITOR RADIO TV**

Roma, al via il Mia

<https://www.monitor-radiotv.it/w/roma-al-via-il-mia/>

## **ADG INFORMA**

Roma capitale di cinema e audiovisivo: al via il Mia e la Festa del Cinema

<https://www.adginforma.it/roma-capitale-di-cinema-e-audiovisivo-al-via-il-mia-e-la-festa-del-cinema/>

## **KEY4BIZ**

Da Franceschini alla Ascani, entusiasmo all'inaugurazione del Mercato Audiovisivo (Mia)

<http://www.key4biz.it/DA-FRANCESCHINI-ALLA-ASCANI-ENTUSIASMO-ALLINAUGURAZIONE-DEL-MERCATO-AUDIOVISIVO-MIA/377665/>

## **VIRGILIO**

Al via il "Mia", Mercato internazionale audiovisivo

[https://video.virgilio.it/guarda-video/al-via-il-mia-mercato-internazionale-audiovisivo\\_ms1291502](https://video.virgilio.it/guarda-video/al-via-il-mia-mercato-internazionale-audiovisivo_ms1291502)

## **MSN**

Al via il "Mia", Mercato internazionale audiovisivo

<https://www.msn.com/it-it/video/notizie/al-via-il-mia-mercato-internazionale-audiovisivo/vi-AAPveqG>



## **PRIMA PAGINA NEWS**

Cinema, Franceschini: "Sarà settore trainante crescita economica"

<https://www.primapaginaneews.it/articoli/cinema-franceschini-sar-settore-trainante-crescita-economica-502872>

## **MEDIA KEY**

MIA Mercato Internazionale Audiovisivo l'edizione #7 del più importante evento di settore in Italia

<https://www.mediakey.tv/leggi-news/mia-mercato-internazionale-audiovisivo-ledizione-7-del-piu-importante-evento-di-settore-in-italia>

## **RADIO COMPANY**

Al via 7/a edizione del Mia

<https://www.radiocompany.com/redazione-company/al-via-7-a-edizione-del-mia/>

## **CRONACHE DI**

Cultura: a Roma torna il Mia. Franceschini: "Cinema trainerà l'economia"

<https://cronachedi.it/cultura-a-roma-torna-il-mia-franceschini-cinema-trainera-leconomia/>

## **IL PESCARA**

Anche due aziende cinematografiche pescaresi al "Mia Market" di Roma per incontrare produttori da tutto il mondo

<https://www.ilpescara.it/cultura/aziende-cinematografiche-pescaresi-mia-market.html>

## **SAN SEVERO**

True Colors lancia le vendite dei "Profeti" Alessio Cremonini al Museo d'Arte Islamica

<https://sansevero.tv/true-colors-lancia-le-vendite-dei-profeti-alessio-cremonini-al-museo-darte-islamica/>

## **REAL NEWS HUB**

MIA Market & Gruppo Alcuni CEO Introduce New Animation Secti

<https://realnewshub.com/mia-market-gruppo-alcuni-ceo-introduce-new-animation-secti/>

## **DATA MANAGER ONLINE**

Fincons Group e il MIA sconfiggono le incertezze con la piattaforma ibrida MIA DIGITAL

<https://www.datamanager.it/2021/10/fincons-group-e-il-mia-sconfiggono-le-incertezze-con-la-piattaforma-ibrida-mia-digital/>

## **REAL WIRE**

Fincons Group e il MIA- Mercato Internazionale Audiovisivo sconfiggono le incertezze con la piattaforma ibrida MIA DIGITAL

<https://www.realwire.com/releases/Fincons-Group-e-il-MIA-sconfiggono-le-incertezze-con-la-piattaforma-ibrida>

## **YAHOO NOTIZIE**

Mercato pubblicità Italia recupera in agosto livelli pre-Covid - Nielsen

<https://it.notizie.yahoo.com/mercato-pubblicità-italia-recupera-agosto-162706438.html>

## **25 SETTEMBRE - 28 AGOSTO**

### **ITALIAOGGI DEL 25/09/21 PAG. 19**

Torna il MIA Mercato Internazionale Audiovisivo

### **BOX OFFICE DEL 24/09/2021 PP.62 – 63**

MIA, (Ri) – pensare in grande

### **BOX OFFICE DEL 15/09/21 P. 52**

MIA - Mercato Internazionale Audiovisivo – *All'interno del focus 'Dove si fanno gli affari', sui i principali film market, eventi industry e festival in giro per il mondo*

### **PRIMA COMUNICAZIONE, SETTEMBRE 2021, PAG. 116**

MIA, da Roma nel mondo

### **GIORNALE DELLO SPETTACOLO, OTTOBRE 2021, PP. 20 -21**

Roma, capitale dell'industria audiovisiva. MIA Market dal 13 al 17 ottobre

### **GIORNALE DELLO SPETTACOLO, SETTEMBRE 2021, PAG. 26**

Torna a Roma il principale mercato audiovisivo italiano

## **DIRE**

Cinema. Roma, torna mercato MIA con +30% proiezioni, con 80 anteprime dal 13 al 17 ottobre a Palazzo Barberini, Moderno e Quattro Fontane

## **9 COLONNE**

MIA, dal 13 al 17 ottobre la fiera dell'audiovisivo

### **PRIMA COMUNICAZIONE**

Joe Russo tra i protagonisti della 7° edizione di MIA, MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO

<https://www.primaonline.it/2021/09/23/330191/joe-russo-tra-i-protagonisti-della-7-edizione-di-mia-mercato-internazionale-audiovisivo/>

### **E-DUESSE**

Mia Market 2021: gli ospiti della sezione scripted

<https://www.e-duesse.it/televisione/mia-market-2021-gli-ospiti-della-sezione-scripted/>

### **E-DUESSE**

Mia Market 2021: i protagonisti dell'Unscripted

<https://www.e-duesse.it/televisione/mia-market-2021-i-protagonisti-dellunscripted/>

### **CINECITTÀ NEWS**

Joe Russo ospite al Mercato Internazionale Audiovisivo

<https://news.cinecitta.com/IT/it-it/news/53/87362/joe-russo-ospite-al-mercato-internazionale-audiovisivo.aspx>

### **CIAK MAGAZINE**

MIA, il mercato cinematografico annuncia i suoi pezzi forti

<https://www.ciakmagazine.it/news/mia-il-mercato-cinematografico-annuncia-i-suoi-pezzi-forti/>

### **CINEMA E VIDEO INTERNATIONAL**

ROMA / Prime anticipazioni del MIA: keynote di Joe Russo

<https://www.cinemaevideo.it/roma-prime-anticipazioni-del-mia-keynote-di-joe-russo>

**3 AGOSTO – 29 LUGLIO**

**ITALIA OGGI** del 03/08/2021

Audiovisivo, a Roma torna il Mia

**ANSA**

Torna a Roma il Mia - Mercato internazionale audiovisivo

[https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/cinema/2021/07/29/torna-a-roma-il-mia-mercato-internazionale-audiovisivo\\_5ab82f53-b514-4ebd-8c0e-5ac96c12c07d.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/cinema/2021/07/29/torna-a-roma-il-mia-mercato-internazionale-audiovisivo_5ab82f53-b514-4ebd-8c0e-5ac96c12c07d.html)

**AGCULT**

Audiovisivo, dal 13 al 17 ottobre a Roma torna Mia Market

<https://agcult.it/a/42797/2021-07-29/audiovisivo-dal-13-al-17-ottobre-a-roma-torna-mia-market>

**AGCULT**

Audiovisivo, dal 13 al 17 ottobre a Roma torna Mia Market (2)

<https://agcult.it/a/42798/2021-07-29/audiovisivo-dal-13-al-17-ottobre-a-roma-torna-mia-market-2>

**AGCULT**

Audiovisivo, dal 13 al 17 ottobre a Roma torna Mia Market (3)

<https://agcult.it/a/42799/2021-07-29/audiovisivo-dal-13-al-17-ottobre-a-roma-torna-mia-market-3>

**9 COLONNE**

Audiovisivo, a Roma torna "MIA" dal 13 al 17 ottobre

**IL MESSAGGERO**

Roma, al via la settima edizione del Mia | Mercato Internazionale Audiovisivo: al Distretto Barberini dal 13 ottobre

[https://www.ilmessaggero.it/spettacoli/eventi/mia\\_mercato\\_internazionale\\_audiovisivo\\_roma\\_evento-6111670.html](https://www.ilmessaggero.it/spettacoli/eventi/mia_mercato_internazionale_audiovisivo_roma_evento-6111670.html)

## **LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO**

Torna a Roma il Mia - Mercato internazionale audiovisivo

<https://www.lagazzettadelmezzogiorno.it/news/spettacolo/1318350/torna-a-roma-il-mia-mercato-internazionale-audiovisivo.html>

## **L'ARENA**

Torna a Roma il Mia - Mercato internazionale audiovisivo

<https://www.larena.it/argomenti/spettacoli/torna-a-roma-il-mia-mercato-internazionale-audiovisivo-1.8817617>

## **IL GIORNALE DI VICENZA**

Torna a Roma il Mia - Mercato internazionale audiovisivo

<https://www.ilgiornaledivicenza.it/argomenti/spettacoli/torna-a-roma-il-mia-mercato-internazionale-audiovisivo-1.8817619>

## **BRESCIAOGGI**

Torna a Roma il Mia - Mercato internazionale audiovisivo

<https://www.bresciaoggi.it/argomenti/spettacoli/torna-a-roma-il-mia-mercato-internazionale-audiovisivo-1.8817621>

## **PRIMA COMUNICAZIONE**

Roma – Mia Market: a Roma il più importante mercato audiovisivo in Italia

<https://www.primaonline.it/2021/07/30/328326/roma-mia-market-a-roma-il-piu-importante-mercato-audiovisivo-in-italia/>

+ 1 newsletter

## **PRIMA COMUNICAZIONE**

Torna il Mia, Mercato internazionale audiovisivo: top player internazionali e due nuove divisioni sul meglio della produzione scripted e unscripted

<https://www.primaonline.it/2021/07/29/328251/torna-a-roma-il-mia-mercato-internazionale-audiovisivo-top-player-internazionali-e-due-nuove-divisioni-sul-meglio-della-produzione-scripted-e-unscripted/>

## **E-DUESSE**

Mia Market: pronti per l'edizione n°7

<https://www.e-duesse.it/televisione/mia-market-pronti-per-ledizione-n7/>

## **CINEMA E VIDEO INTERNATIONAL**

ROMA / MIA rinnova l'offerta

<https://www.cinemaevideo.it/roma-mia-rinnova-lofferta>

## **CINEMATOGRAFO**

È ancora MIA

<https://www.cinematografo.it/news/e-ancora-mia-2/>

## **SCREENWEEK – CINEGURU**

Torna MIA, Mercato Internazionale Audiovisivo, con una nuova edizione sia fisica che online

<https://cineguru.screenweek.it/2021/07/mia-mercato-internazionale-audiovisivo-2021-date-programma-nuova-edizione-30326/>

## **TISCALI**

Torna a Roma il Mia - Mercato internazionale audiovisivo

<https://spettacoli.tiscali.it/news/articoli/torna-roma-mia-mercato-internazionale-audiovisivo/>

## **VIRGILIO**

Torna a Roma il Mia - Mercato internazionale audiovisivo

<https://www.virgilio.it/italia/roma/notizielocali/torna-a-roma-il-mia-mercato-internazionale-audiovisivo-66522648.html>

## **QUOTIDIANO LA VOCE**

Roma, torna il "Mia": il Mercato internazionale audiovisivo

<http://www.quotidianolavoce.it/2021/07/30/roma-torna-il-mia-il-mercato-internazionale-audiovisivo/>

## **ITALY 24 NEWS**

Mia – International audiovisual market – Lazio is back in Rome

<https://www.italy24news.com/local/138166.html>

## **RADIO COLONNA**

Torna a Roma il Mia - Mercato internazionale audiovisivo

<https://www.radiocolonna.it/ansa/torna-a-roma-il-mia-mercato-internazionale-audiovisivo/>

## **NEWS ONLINE**

Torna il Mia, Mercato internazionale audiovisivo: top player internazionali e due nuove divisioni sul meglio della produzione scripted e unscripted

<https://www.newsonline.it/torna-a-roma-il-mia-mercato-internazionale-audiovisivo-top-player-internazionali-e-due-nuove-divisioni-sul-meglio-della-produzione-scripted-e-unscripted---54529056>

## **TELEMANTOVA**

Torna a Roma il Mia - Mercato internazionale audiovisivo

<https://www.telemantova.it/argomenti/spettacoli/torna-a-roma-il-mia-mercato-internazionale-audiovisivo-1.8817623>

DANIELE MIGNARDI  
PROMOPRESS AGENCY



**MIA | MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO**

**9 NOVEMBRE - 18 OTTOBRE**



MERCATI

# A TUTTO MIA

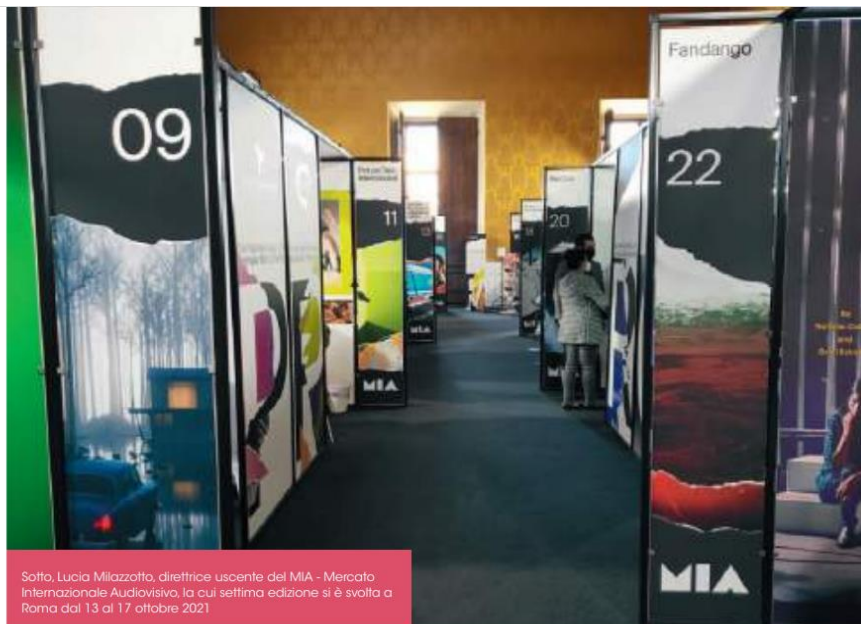
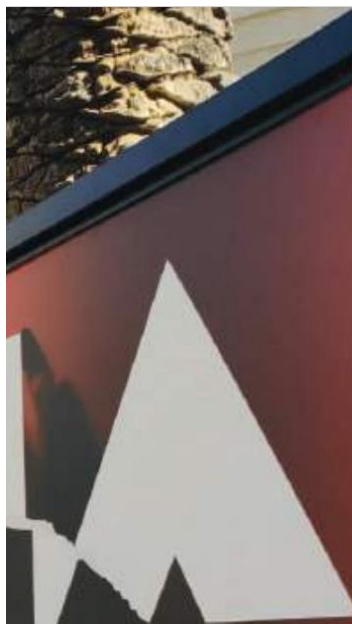
SPAZI RADDOPPIATI, OLTRE 2.000 ACCREDITATI (DI CUI 600 INTERNAZIONALI) E CIRCA 40MILA MEETING COMPLESSIVI STIMATI. TIRIAMO LE FILA, INSIEME ALLA DIRETTRICE LUCIA MILAZZOTTO, DELLA 7ª EDIZIONE DEL MERCATO INTERNAZIONALE DELL'AUDIOVISIVO DI ROMA

di Irene Tesile

**S**e l'anno scorso incombeva l'ombra di una curva epidemiologica in costante rialzo che portò poi a un secondo lockdown su scala nazionale, quest'anno al Mercato Internazionale dell'Audiovisivo (13-17 ottobre, Roma) si è respirato un clima decisamente più disteso. Certamente complici i protocolli di sicurezza largamente collaudati, il Green Pass obbligatorio e un numero di contagi sostanzialmente stabile, ma anche nuovi spazi messi a disposizione degli accreditati per spalmare gli eventi su un maggior numero di location. Per la prima volta, infatti, sono state utilizzate le sale del The Space Cinema - Moderno in piazza della Repubblica a circa 10 minuti a piedi dalla sede principale di Palazzo Barberini. All'interno del cinema si sono svolte diverse proiezioni/anteprime, ma soprattutto hanno avuto luogo i principali convegni con esponenti dell'industria audiovisiva internazionale e italiana. Tante le questioni messe a tema sui tavoli di lavoro: incentivi fiscali, promozione del territorio, report sull'industria audiovisiva, rapporto tra cinema e serialità. Così come non sono mancate riflessioni articolate su strategie, trend e modelli di business del setto-







Sotto, Lucia Milazzotto, direttrice uscente del MIA - Mercato Internazionale Audiovisivo, la cui settima edizione si è svolta a Roma dal 13 al 17 ottobre 2021



re cinematografico e televisivo, o discussioni su temi collaterali come social (a partire da TikTok) e 5G.

Il Palazzo Barberini si è confermato il cuore del MIA con i suoi sontuosi saloni e con i vasti giardini esterni che offrono la possibilità di dialogare in una splendida cornice artistica, affiancato dal cinema Quattro Fontane dove si sono svolte numerose proiezioni. «Anche quest'anno il MIA ha dimostrato di non essere solo un grande evento per il comparto audiovisivo, ma di essere innanzitutto uno strumento permanente, in grado di incontrare e anticipare le esigenze del mercato e trasformando un luogo già speciale come Roma in un incubatore di

idee e confronto imprescindibile», spiega la direttrice uscente Lucia Milazzotto, appena nominata responsabile della nuova Direzione Sales and Marketing di Cinecittà. «Eravamo reduci da un'edizione 2020 all'insegna della resilienza, con eroici player internazionali che sono riusciti a partecipare in un clima molto complesso. Quest'anno abbiamo potuto esprimere tutto il nostro potenziale in un'edizione entusiasmante e di ripartenza, mantenendo lo stretto legame con il settore in un momento di grande evoluzione e trasformazione; abbiamo raddoppiato gli spazi grazie al The Space Cinema - Moderno, che si è aggiunto al cinema Quattro Fontane e allo storico Palazzo Barberini. È stata un'edizione speciale che, oltre ad aver riunito tutto il gotha dell'industria cineaudiovisiva, ha visto un incredibile endorsement delle istituzioni, che hanno riconosciuto nel MIA un appuntamento virtuoso che contribuisce alla crescita del Paese». Dichiarazioni entusiastiche che trovano conferma nei numeri dell'edizione 2021: «Abbiamo accolto in presenza oltre 2.000 operatori di settore, di cui circa 600 provenienti dall'estero. Solo 50 stranieri non hanno potuto partecipare di persona a causa delle restrizioni in corso nei loro Paesi (perlopiù da Sud-America, India, Cina e sud-est asiatico). Infine, abbiamo registrato 150 proiezioni (erano 6 le sale che lavoravano in parallelo), 59 incontri tra dibattiti, masterclass e panel, per un totale stimato di circa 40mila meeting».

© courtesy of MIA (1)



## BACKSTAGE

La fiction, il cinema, i video su televisione, web e social network  
di Anna Rotili

# L'onda grande della serialità

Alla presentazione del terzo Rapporto Apa si è parlato di come la televisione si sta trasformando, e della produzione di fiction. Ma si è discusso anche di diritti, quote e futuro della Rai

La presentazione del terzo Rapporto Apa sulla produzione audiovisiva (che alleghiamo a questo numero di *Prima*) – ormai una tradizione al Mia – non è solo lo specchio riflettente, con dati e analisi sempre più accurati, delle trasformazioni del mercato della tv e dell'audiovisivo, ma anche l'occasione per un ragionamento di sistema.

Fra i trend più interessanti segnalati dalla ricerca (realizzata quest'anno col concorso di più istituti, in particolare eMedia di Emilio Pucci, l'Osservatorio sulla fiction italiana di Milly Buonanno, Certa e Symbola) ci sono la crescita esponenziale della serialità, il ruolo guida della Rai e il peso crescente dello svod. Per dare qualche dato, il valore della produzione seriale nel 2020 sale a 615 milioni, e a fare la differenza è il 15% dell'apporto degli streamer, che prima non c'era: 100 milioni. Sommati ai 261 (42%) investiti dalle tv lineari e a un'identica quota apportata dai produttori nazionali e internazionali via tax credit, formano la torta dell'investimento.

L'onda della serialità continuerà a gonfiarsi: secondo Apa, il suo valore arriverà a 900 milioni nel 2023 e, se pensiamo che nel 2018 era a 443 milioni, si valuta un raddoppio dei finanziamenti. Il dato – molto importante – marca il peso sempre maggiore degli ott, che in capo a due anni investiranno nelle sole serie italiane 250 milioni, pressappoco il valore attuale dell'investimento lineare (cioè di Rai, Mediaset e altri broadcaster).

Se questo è il trend, gli ott saranno a breve i nuovi padroni del mercato. Con loro i produttori devono stabilire regole chiare per una corretta ed equa valorizzazione dei diritti: è chiaro ormai che il rafforzamento del sistema



Giancarlo Leone, presidente di Apa; Daniele Cesarano, direttore della Fiction Mediaset; Tinny Andreatta, responsabile delle serie originali italiane Netflix; Maria Pia Ammirati, direttrice di Rai Fiction.

audiovisivo italiano passa per la leva dei diritti, con il grosso problema che gli operatori globali tendono a requisirli in perpetuo e ovunque.

La materia delle regole d'ingaggio era già stata portata al tavolo aperto da Mic e Mise con i broadcaster, le piattaforme e i produttori, che però si è bruscamente interrotto quando è emersa l'intenzione del governo di alzare fino al 25% le quote di investimento a carico degli streamer. Con l'approvazione in via definitiva del nuovo Tusmar, la partita si chiuderà a breve; e sarà necessario riprendere le trattative. Per questo Leone ha usato il palco del Mia per rilanciare con forza l'appello a sancire "un patto tra produttori e piattaforme che sia in grado di interpretare correttamente il cambiamento e la crescita nel rispetto dei diritti e degli investimenti di chi realizza le opere".

Evidentemente quote e diritti non sono variabili indipendenti, e Leone ha fatto anche intendere che non si al-

zeranno le barricate, se la percentuale del 25% venisse riconsiderata un poco al ribasso. "Più delle quote è prioritario per i produttori un accordo equo sui diritti. Altrimenti", ha scandito, "sarà il governo con la regolamentazione prevista da parte del Mic e del Mise a farsene carico". Una minaccia velata visto come i due ministeri hanno dimostrato di essere sensibili alle ragioni dei produttori. Leone ha fatto anche un appello al governo a favore della Rai che continua a essere – emerge chiaramente dalla ricerca – il motore dell'industria con 180 milioni di investimento annuo (ridotto di 30 quest'anno per la cura dimagrante imposta alle aree editoriali). Le condizioni economico finanziarie della tv pubblica sono in peggioramento sia per l'andamento calante delle risorse del canone e della pubblicità, sia per la necessità di fare investimenti per tenere il posizionamento.

In tale scenario pende pure la mannaia della riduzione dell'affollamen-

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001





## Il Mia dà i numeri

**G**rande soddisfazione per il bilancio del Mia, Mercato Internazionale Audiovisivo, che con l'edizione 2021 ha registrato ottimi numeri: 2mila ospiti sono stati accreditati da 56 Paesi, praticamente al 100% in presenza, oltre 600 top player internazionali, 450 produttori, 800 buyer di prodotto finito e di progetti, 59 panel negli spazi del Cinema Moderno e di Palazzo Barberini, 40mila incontri b2b, 800mila visualizzazioni sui canali Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram, 96mila pagine visitate. Grazie a un'organizzazione in spazi protetti e Covid proof, si sono potute svolgere 150 proiezioni di mercato (di cui 80 anteprime), oltre alla presentazione di 150 fra progetti e work in progress (al 70% italiani).

All'apertura, al Mia sono arrivati il ministro della Cultura Dario Franceschini, la sottosegretaria Anna Ascani in rappresentanza del Mef, e Nicola Zingaretti, presidente della Regione Lazio. Il giorno di chiusura si è presentato il ministro degli Affari esteri **Luigi Di Maio**. Il comitato di accoglienza era composto **Lucia Milazzotto**, direttore del Mia, **Francesco Rutelli**, presidente di Anica, e **Giancarlo Leone**, presidente di Apa.

to pubblicitario secondo i criteri del Tusmar perché, se approvato senza ritocchi, "la Rai si troverà con 100 milioni in meno e il mondo della cultura e della produzione saranno in difficoltà", ha sottolineato il presidente dell'Apa che, con il solito approccio propositivo, si è appellato al governo perché si abolisca la tassa governativa sul canone. "Sopprimerla non recherà danno a nessuno", ha detto Leone, "la Rai però recupererà 80 milioni riequilibrando l'effetto negativo della revisione dell'affollamento pubblicitario che spero non avvenga, ma temo sarà ineludibile".

Più di un anno fa Leone era stato a fianco del ministro del Mic, Dario Franceschini, per convincere il ministro del Mef, allora Roberto Gualtieri neo eletto sindaco di Roma, a restituire alla Rai 80 milioni dell'extragetto del canone. Un'operazione di lobby di grande successo, che ha salvato il bilancio della Rai.

Nel dibattito seguito alla presentazione della ricerca sono intervenuti Maria Pia Ammirati, direttrice di Rai Fiction, Daniele Cesarano, direttore della Fiction Mediaset e Tinny Andreatta, responsabile delle serie originali italiane di Netflix. Ammirati, sollecitata da Leone sul tema degli investimenti, ha detto: "Penso positivo perché c'è un mercato effervescente, abbiamo produttori coraggiosi che sono al centro dell'attenzione europea e la produzione italiana è colta, profonda e guarda alla modernità. Mi adeguerò alle disposizioni dell'azienda, ma con la crescita della fiction come emerge dal Rapporto non possiamo restare indietro e non si fa prodotto senza soldi".

Ammirati si è soffermata anche sugli ott. "Il futuro è roseo con una cesura precisa: il 2016, data di lancio degli ott che stanno crescendo in maniera vertiginosa, negli abbonati e negli in-

vestimenti. Il trend ci fa immaginare che il nostro lavoro sul lineare non potrà fare a meno di agganciarsi al digitale e che RaiPlay deve crescere ed essere rivoluzionata nei contenuti e nella tecnologia".

Mediaset sembra uscita dal tunnel della diffidenza nei confronti della fiction, un prodotto ad alto costo e non sempre ripagato dalla pubblicità. Lo ha confermato Daniele Cesarano, direttore della fiction del Biscione: "Il nostro investimento si stabilizza per il momento su una serata a settimana, quindi su 40-45 serate all'anno puntando su un prodotto classico mainstream che sta funzionando bene, ma non produce altri ricavi fuori dalla messa in onda lineare. Oggi produciamo perché c'è il tax credit che copre parte del budget di una serie e abbiamo coprodotto due serie con Amazon e sette tv movie con Netflix. Ma il problema è come competere in un "mercato in cui i costi saranno più alti con l'arrivo dei newcomers".

"A Mediaset i produttori", ha aggiunto Cesarano, "hanno trovato una dialettica più aperta sui diritti non solo per il fatto che siamo in una situazione di debolezza, ma anche per la nostra consapevolezza che il sistema Italia diventerà più forte solo con la liberalizzazione dei diritti".

Insomma, una visione in controtendenza rispetto a Netflix, rappresentata al convegno dell'Apa da Tinny Andreatta, responsabile delle serie originali italiane della piattaforma, che ha voluto svelare che gli abbonati alla piattaforma in Italia sono 4 milioni. Un dato finora tenuto riservatissimo.

Andreatta lo ha comunicato dopo la concertazione con Stefano Ciullo, responsabile delle relazioni istituzionali di Netflix Italia, che ha smosso mezzo Parlamento per cercare di mitigare le quote di investimento sul prodotto europeo e italiano caricate dal governo sugli ott. Molte le elucubrazioni sul perché Netflix abbia scelto di far conoscere il numero degli abbonati. La spiegazione più semplice è che si sente sotto pressione e se deve dialogare con politici e istituzioni come l'Agcom, che non sembrano molto benevoli con gli ott, è meglio che perda la puzza sotto il naso.

"Siamo arrivati alla quinta rivoluzione di Netflix", ha detto Tinny Andreatta, "e il fatto che si stiano aprendo uffici in Francia, Germania e Italia è una rivoluzione copernicana e visionaria perché gli americani sono sempre stati convinti che il prodotto globale fosse quello americano esportabile. In questi ultimi anni hanno capito che una storia è una bella storia da ovunque venga".

Qual è la produzione locale cui pensa Andreatta? Una che eviti tutti gli stereotipi con cui viene rappresentata l'Italia e che lavori sulla prossimità culturale rompendo i tabù, e che sia provocatoria. "Pensiamo che l'Italia sia anche più complessa, più ruvida, multiculturale e libera di come è stata raccontata", ha sottolineato la manager. "Abbiamo progetti in sviluppo, che parlano di sessualità femminile in modo inedito perché vanno a toccare il tabù della maternità, e altri che raccontano la forza e la fragilità della generazione dei trentenni. Ma non →

→ lo faremo copiando". Tra i titoli vicini a battere il ciak 'La vita bugiarda degli adulti', con Edoardo De Angelis alla regia, e una serie animata per adulti di Zerocalcare, il fumettista delle periferie romane.

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

# 10 NOTIZIE



IN ALTO A SINISTRA E IN BASSO, TRE MOMENTI DELLA SERIE COREANA SQUID GAME, TRASMESSA SU NETFLIX. SOPRA, A DESTRA, UN EVENTO AD ABU DHABI, NEGLI EMIRATI ARABI UNITI, IN CUI I PARTECIPANTI HANNO MESSO IN SCENA I GIOCHI DELLA SERIE TV.



## CHI PROTEGGE I BAMBINI DA SQUID GAME

**1** La **serie coreana** è un successo globale, ma a causa delle scene violente è vietata ai minori di 14 anni. Eppure i ragazzi, grazie ai social, riescono ad aggirare il divieto. In molte scuole i presidi hanno lanciato l'allarme. *Grazia* ha chiesto a chi si occupa di sicurezza sul web come difendere chi non è ancora pronto per contenuti così cruenti

di ALBERTA ANTONUCCI\*

**S**quid Game è la serie distopica coreana vietata ai minori di 14 anni, che racconta la storia di un gruppo di persone costrette a sfidarsi in giochi per bambini, che si riveleranno mortali, per vincere un montepremi da sogno. La serie, vista nel mondo da 142 milioni di famiglie nelle sue prime quattro settimane, è diventata un fenomeno virale, soprattutto tra i giovani. Tra i ragazzi tutto è ormai popolare: dai giochi al cibo, fino ai costumi dei protagonisti andati a ruba per la festa di Halloween. In questo bagno di condivisione incontenibile la storia con i suoi personaggi, ma anche gli elementi di violenza e di crudeltà che accompagnano il destino dei giocatori, sono arrivati senza filtri ai

minori di 14 anni, superando tutti i divieti dei sistemi di classificazione della serie, imposti dal fatto di essere contenuti ritenuti dannosi per lo sviluppo fisico, mentale e morale dei minori.

Nella *Squid Game*-mania, alimentata quotidianamente dalle piattaforme social e dai giochi online, i bambini sono stati conquistati da sfide che, come un cavallo di Troia, nascondono atrocità e disperazione. E proprio per questo motivo non sono tardati ad arrivare gli appelli dei dirigenti delle scuole primarie e secondarie, che hanno esortato i genitori a verificare che i propri figli non accedessero a quei contenuti aggirando i controlli. Bisogna quindi chiedersi: di chi è la responsabi-

\* Avvocata esperta del web per brand e influencer. Firma la rubrica "Postami di te" su *Grazia*.



# 10 NOTIZIE

lità se i bambini guardano serie a loro vietate? Ne ha parlato, al Mercato internazionale Audiovisivo, Francesco Soro, avvocato e direttore generale per i Servizi di Comunicazione elettronica, di radiodiffusione e postali. «C'è anzitutto bisogno di un cambiamento culturale, che deve cominciare da una valutazione, alla luce della rivoluzione digitale, di quali siano oggi i contenuti nocivi per i minori e i canali dove questi siano fruibili», ha detto il direttore dell'organismo che dipende dal ministero dello Sviluppo economico, al cui interno opera il Comitato media e minori. «Bisogna lavorare, poi, su tre linee: allargamento del perimetro di monitoraggio e controllo delle istituzioni; prevenzione e sensibilizzazione, insieme con i media; infine, recupero della responsabilità genitoriale, che dovrebbe supervisionare le attività che i ragazzi svolgono online quando sono soli nella propria camera».

Il fenomeno *Squid Game* ha infatti portato alla ribalta un tema già noto, quello della flessibilità del web e della sua grande capacità di eludere i limiti imposti dalla legge: i ragazzi hanno visto parti della serie attraverso la condivisione di molteplici "pillole" sulle piattaforme social e sui canali di intrattenimento.

**Il mondo della comunicazione e del godimento dei contenuti audiovisivi è cambiato e ha indebolito la capacità di controllo e monitoraggio.** In passato la diffusione avveniva attraverso la televisione generalista e poi attraverso i canali monotematici, a cui si è aggiunta la pay tv anche nella forma "on demand". In quell'ambiente arginare e contenere l'accesso a programmazioni non appropriate era relativamente facile mediante la selezione di determinate fasce orarie, oltre alla maggiore agilità del controllo fisico esercitato a casa dai genitori, anche in modo automatico con il cosiddetto "parental control" (i filtri dei contenuti presenti in computer, motori di ricerca, applicazioni, ndr). Oggi la diffusione via web abbatte questi muri e l'autonomia del minore è esponenzialmente superiore.

Netflix, il canale di streaming che ospita la serie coreana, ha aggiornato all'interno del proprio sito le impostazioni di "parental control", dando una migliore possibilità di controllo alle famiglie. Tuttavia, nel momento in cui si adottano tutti questi accorgimenti, gli stessi frammenti della serie riescono ad aggirare gli ostacoli e arrivano sulle piattaforme più famose di social

network e quindi inevitabilmente agli adolescenti.

C'è forse il rischio che i minori di 14 anni possano trasformare i giochi di *Squid Game* in sfide pericolose, un fenomeno già molto diffuso? Tiziana Liguori, dirigente del compartimento di Polizia postale di Milano, dice che finora non ci sono state segnalazioni di challenge pericolose connesse ai giochi di *Squid Game*, ma invita comunque adulti e ragazzi a segnalare contenuti online che possano far pensare a sfide estreme.

Liguori ha lasciato un importante suggerimento sul quale siamo tutti invitati a riflettere: «La tendenza delle famiglie è quella di delegare il controllo di che cosa i figli guardano o fanno al computer alla scuola, alle applicazioni stesse, oppure a sistemi automatizzati. Il problema è che i minori vanno seguiti di persona e vanno

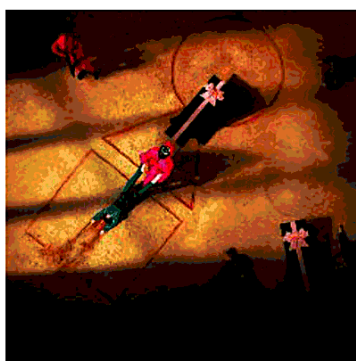
**stretti patti di lealtà con i figli. La tecnologia è utile, ma deve essere accompagnata dal controllo dei grandi. La notte lo smartphone dei ragazzi va messo in carica in un'altra stanza e noi genitori dovremmo dare il buon esempio, facendo altrettanto».**

Zero scuse, insomma. I genitori devono controllare, nessuno si auspica manovre come quella recente in Cina, dove il governo si è interposto tra le famiglie per disciplinare quanto tempo i giovani devono stare sui social o giocare online. Lucia Milazzotto, direttrice del Mercato internazionale Audiovisivo, ha promosso diversi eventi per sensibilizzare l'industria cinematografica, audiovisiva e digitale

sulle tematiche che riguardano i minori affinché le medesime regole e l'etica che vigono per la televisione tradizionale possano essere adottate anche per questi nuovi media. «Per il settore audiovisivo il pubblico dei bambini e degli adolescenti, conosciuto come Kids&Teens, è molto interessante perché questi sono i maggiori consumatori di contenuti audiovisivi», ha detto Lucia Milazzotto. «Alla luce di tale dato, mai come oggi, i nuovi media necessitano di una regolamentazione che li renda sicuri e che tuteli le generazioni future».

Il 20 ottobre anche il presidente del Consiglio Mario Draghi, parlando al Senato di servizi e mercati digitali, ha detto: «Ciò che è illecito off-line, lo è anche online». Il mondo fisico e quello virtuale sono uguali. E con questa esortazione c'è la speranza che, con la collaborazione di tutti, si riescano a proteggere i ragazzi da contenuti per i quali non sono ancora pronti. ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA



UNA SCENA DI SQUID GAME: NELLA STORIA, I PROTAGONISTI SI SFIDANO IN GIOCHI PER BAMBINI DOVE CHI PERDE VIENE UCCISO.

Evento: MIA MARKET

Testata: Tivù

Data: 01/11/2021

**Richiamo in prima**



EVENTI

# MIA MARKET 2021

## CREATIVITÀ MADE IN ITALY

IL MERCATO ITALIANO DELL'AUDIOVISIVO TORNA NELLA SUA FORMULA IBRIDA, ONLINE E ON SITE. CRESCONO GLI SPAZI E, SOPRATTUTTO, SI AMPIANO LE AREE DI INTERESSE, CON L'AGGIUNTA DELLA NUOVA SEZIONE DEDICATA AL FACTUAL

di Francesca D'Angelo

**T**re anime per un unico, grande, evento. In occasione della settima edizione, prevista a Roma dal 13 al 17 ottobre, il Mercato italiano dell'audiovisivo cambia ancora pelle: alla storica anima *Scripted* (film, serie e documentari), si aggiungono la piattaforma Mia Digital, sperimentata l'anno scorso per fare fronte alle restrizioni dovute alla pandemia, e l'inedita sezione Mia Unscripted dedicata al *Factual*. L'obiettivo è quello di sempre: tenere il passo con le esigenze di mercato accendendo i riflettori sul Paese Italia, come spiega a *Tivù* la direttrice del Mia, Lucia Milazzotto.

**Quale sarà il volto del Mia di quest'anno?**

Sarà ancora un mercato ibrido: confermiamo la formula che abbiamo sperimentato con successo nel 2020, facendoci pionieri di un modello di mercato prima inesistente, e che secondo noi può avere

una vita anche al di là della fase emergenziale per cui è stato concepito. L'idea infatti di due mercati, online e on-site, totalmente integrati l'uno con l'altro, che si completano reciprocamente, porta degli indiscussi vantaggi. Per esempio, permette una migliore "prioritarizzazione" delle attività: si è più liberi di scegliere cosa seguire in presenza, visto che molti eventi si possono recuperare in seconda battuta su Mia Digital. Inoltre, la piattaforma allunga la vita dell'evento: l'appuntamento fisico non può durare oltre i giorni pianificati, perché per i buyer è inefficiente fermarsi a lungo nello stesso posto, ma panel, tavole rotonde e incontri possono restare disponibili online anche per molti mesi, portando avanti l'esperienza del Mia.

**Quali saranno le principali novità della settima edizione?**

L'anno scorso abbiamo realizzato un mercato Covid free dimostrando che si può lavorare in Italia in sicurezza. L'esperienza maturata, insieme all'attuale diffusione dei vaccini e al miglior

Lucia Milazzotto, direttrice del Mia. In queste pagine, alcune location dell'evento







tracciamento dei contagi permesso dai green pass, ci hanno convinto ad ampliare gli spazi del mercato: al Palazzo Barberini, che sarà destinato agli incontri B2B, si aggiungeranno il cinema Moderno, dove si svolgeranno panel, pitching e showcase, e il cinema Quattro Fontane, che sarà la "casa" degli screening. Quindi avremo nove sale, di cui quattro frontali, che permetteranno di evitare assembramenti e gestire al meglio il flusso delle persone. Prevediamo infatti di confermare gli alti numeri dell'edizione 2020 (8mila presenze tra onsite e online, ndr), ma con una crescita sensibile della quota di partecipanti in presenza. Quanto alle altre novità, abbiamo potenziato la sezione *Scripted*, soprattutto sul fronte delle coproduzioni internazionali, e aggiunto un'importante sezione sul mondo factual. L'Italia si sta infatti distinguendo nella produzione di questi prodotti: il genere è in forte evoluzione e merita di essere approfondito a parte. Parleremo dunque di strategie,

modelli, potenziale di mercato e avremo anche uno showcase sui contenuti italiani factual. E ancora: tra le novità, spiccano una nuova vetrina sull'animazione e un inedito programma, chiamato "Innovation for the creative Industry", dedicato alla tecnologia applicata all'audiovisivo (Realtà virtuale, 5G...). Confermiamo infine l'approfondimento sui tre temi a noi cari: innovazione, sostenibilità e diversity, e torneranno i nostri content showcase dedicati alla presentazione in anteprima dei prodotti italiani in cantiere.

**La nuova sezione Unscripted è anche un tentativo di avvicinamento al light entertainment: un genere strategico ma che, almeno per ora, è fuori dal radar del Mia?**

L'intrattenimento ha un peso indubbio sul mercato, ed effettivamente meriterebbe uno spazio dedicato. Tuttavia, il Mia deve tenere conto della propria vicinanza con il MipCom e proporre un cartellone differente, che privilegi il prodotto italiano. Se riusciamo a dare un plus sul fronte scripted, doc e factual, puntando sulle coproduzioni internazionali, il I→

discorso diventerebbe un po' più complesso sul fronte dell'intrattenimento. I format di puro intrattenimento "originali italiani" sono ancora pochi per un doppio appuntamento in pochi giorni. Ciò non toglie che in futuro potremo organizzare degli approfondimenti.

**Oltre a stravolgere i piani di network e produttori, il Covid-19 ha portato alla luce nuove tematiche che approfondirete nel corso del Mia?**

Il virus ha stravolto la definizione stessa dei modelli di produzione: dalla concezione del team ai rapporti con le piattaforme. A questi temi dedicheremo delle tavole rotonde ristrette, perché si tratta di temi ormai familiari, ma comunque in continua evoluzione. Quello che però, secondo me, è il tema più interessante è l'impatto della pandemia sulle coproduzioni internazionali, sulle opportunità, rischi di localizzazione e sul modificarsi del panorama competitivo: come si evolveranno in un contesto di mercato di grande concorrenzialità per la produzione seriale e di documentari?

**Veniamo alla partecipazione. È vero che è attesa una forte presenza americana?**

Sì e questo è un dato a mio avviso importante, perché sottolinea il forte interesse verso il territorio italiano nonché verso la nostra creatività e allo stesso tempo una grande fiducia verso l'efficienza e la sicurezza nel nostro Paese. Più in generale, saranno presenti Usa, Canada, Inghilterra e tutta Europa: stando alle prime stime, gli stranieri presenti saranno il doppio rispetto al 2020. Quest'anno invece parteciperanno prevalentemente online gli operatori asiatici



**LA SQUADRA DEL MIA 2021**

Francesca Palleschi, a capo della divisione Strategic Development; Marco Spagnoli, a capo della divisione Unscripted; Gaia Tridente, a capo della divisione Scripted



e latinoamericani. Tra i nomi confermati, spiccano David Levine (President of Television, Anonymous Content); Jeniffer Kim (Senior Vice President, International Originals, HBO Max); Christophe Riandee (Vice Ceo, Gaumont); Mo Abudu (Ceo, EbonyLife Group); David Davoli (President of Television, Bron Studios); Erik Barmack (Ceo e Founder, Wild Sheep Content); Françoise Guyonnet (Executive Managing Director Tv Series, Studiocanal Tv).

**Quale potrebbe essere l'evoluzione del Mia nei prossimi anni, a pandemia archiviata?**

Il Mia è uno strumento di mercato, che non ha le rigidità tipiche degli eventi fieristici: è un format flessibile, in grado di far concentrare un numero importante di operatori sul territorio nazionale e attirare la loro attenzione sulla nostra capacità creativa e sul territorio. Quindi, credo che andrà ristrutturandosi, di volta in volta, in base alle esigenze del contesto. Non escludo per esempio che possa declinarsi oltre l'appuntamento annuale, con delle possibilità di follow up o di approfondimenti bilaterali, di incontro e di confronto nell'arco dei dodici mesi.

**Si potrebbe anche pensare a degli eventi in sinergia con il neonato AVPSummit di Matera?**

La "famiglia" è la stessa: entrambi gli eventi coinvolgono Apa come organizzatore, nel caso del Mia in collaborazione con Anica. Quindi, anche se si tratta di appuntamenti molto differenti per vocazione e attività, entrambi gli eventi sono frutto dei ragionamenti dell'industria, che certamente beneficia dell'approccio sinergico delle sue associazioni. |>

Evento: MIA MARKET

Testata: Tivù

Data: 01/11/2021

**Richiamo in prima**



# MIA MARKET 2021 CREATIVITY MADE IN ITALY

*The Italian Audiovisual Market returns in its hybrid format, combining online and on-site. There are more spaces, and, above all, expanded areas of interest with the addition of a new section for factual*

by Francesca D'Angelo

Tra anni per un anno grande, online, in occasione della prima settimana, prevista a Roma dal 13 al 17 ottobre, il Mercato Italiano dell'Audiovisivo torna ancora prima della storica avventura Scribble (film, serie e animazione) a raggiungere la piattaforma MIA Digital. Questa volta, l'area online per fare fronte alle restrizioni dettate dalla pandemia è stata la sezione MIA Unscripted dedicata al Fattual. Conoscendo il pubblico di sempre tramite il canale con le esigenze di mercato, ricordando i riflettori sul Fattual, basta, come sempre, e fu la direzione del Mercato Italiano.

Qual sarà il volto del MIA di quest'anno? Sul mercato si attendono conferme: la formula che abbiamo sperimentato con successo nel 2020, facendo partire un modello di mercato prima on-site, e che secondo noi può avere

una vita anche al di là della fase emergenziale per cui è stato concepito. L'idea, infatti, di una maratona online è come le iniziative integrate. Facciamo sapere che in commercio ragionevolmente, grazie agli strumenti sempre più potenti, permette una migliore "prioritizzazione" delle attività e i più liberi di scegliere una singola o più iniziative che molti eventi in presenza. MIA Digital, inoltre, ha permesso di ridurre i costi di distribuzione degli annunci, rendendo l'advertising online più trasparente e quindi più giustificato perché parte di un mercato libero e a pieno merito, senza però, ma per un periodo, essere un mercato per un periodo, ma per un periodo, ma per un periodo.

Una Milazzotto, direttrice del Mercato Italiano, è una donna di 45 anni, con un'esperienza di oltre 20 anni nel settore. È una donna di 45 anni, con un'esperienza di oltre 20 anni nel settore. È una donna di 45 anni, con un'esperienza di oltre 20 anni nel settore.

traccamento del conteggio... modello, potenziale di mercato... L'investimento ha un periodo di tempo... e, di conseguenza, un periodo di tempo... e, di conseguenza, un periodo di tempo... e, di conseguenza, un periodo di tempo... e, di conseguenza, un periodo di tempo...

Three strands woven into a single, large event. For its 7th edition taking place in Rome from October 13-17, the Italian Audiovisual Market (MIA) is developing further: in addition to the established Scripted section (for films, TV series and documentaries), there is the MIA Digital platform, which was trialled last year to overcome the pandemic restrictions, plus another new section, MIA Unscripted for Factual. But the aim is always the same: to keep in step with market needs, shining a spotlight on Italy, as the Director of MIA, Lucia Milazzotto, told *Tivù*. **What MIA look like this year?** It will still be a hybrid market: we're confirming the formula we successfully experimented with in 2020, making us pioneers of a market model that didn't exist before, one we believe can still live on beyond the emergency phase in which it was conceived. Indeed, the idea of one market organised in two totally integrated settings that reciprocally complement each other, one online and one on-site, brings undeniable advantages. For example, it allows for a better "prioritisation" of activities: people are freer to choose what to follow in person, given that many events can be caught up later on MIA Digital. What's more, the platform extends the event's life: the physical appointment cannot last more than the days planned because it is inefficient for buyers to



stay too long in one place, but the panels, round tables and meetings can be made available online even for many months, thus prolonging the MIA experience.

**What are the main innovations for the seventh edition?**

Last year we held a Covid-free market, providing that you can work in Italy in safety. The fact that we have more experience, together with the current vaccination rates and the better contract tracing through the Green Pass system, convinced us to expand the market's spaces: in addition to Palazzo Barberini for B2B meetings, there is the Cinema Moderno, where the panels, pitching and showcases will be held, and the Quattro Fontane cinema, acting as the "home" of the screenings. So, we will have nine cinemas, four of which have front-facing seats, which will enable us to avoid crowding and better manage the flow of people. In fact, we predict that we'll see a repeat of the high participation recorded in 2020 (*Ed.*: 8,000 people comprising online and on-site), but with a notable rise in participants attending in person.

As far as other innovations go, we have boosted the Scripted section, above all in the sphere of international co-productions, and we've added an important section for factual. Indeed, Italy is making a name for itself in the production of these products: the genre is developing strongly and deserves to be considered separately. So, we will be talking about strategies, models, market potential and we will also have a showcase for Italian factual content. And there's more; other novelties include a new showcase for animation and a brand-new programme called "Innovation for the creative Industry", focusing on technology used in the AV sector (Virtual reality, 5G...). And finally, we will be taking an in-depth dive into three topics of importance to us: innovation, sustainability and diversity, and the content showcases giving a sneak peek of Italian works

in progress are back again too.

**The new Unscripted section is also an attempt to move towards light entertainment: this is a strategic genre but is it still off MIA's radar, at least for now?**

Entertainment has unquestionable weight in the market, and actually, it could justify a dedicated space. Nevertheless, MIA must factor in its proximity to MIPCOM in Cannes and propose a different programme, giving precedence to Italian content. If we manage to make waves on the scripted, doc and factual fronts, also concentrating on international co-productions, the discussion would be a bit more complicated for the entertainment side. There are still only very few "original Italian" pure entertainment formats to sustain two markets in the space of a few days. Though this doesn't mean we can't organise discussions on the subject in the future.

**Apart from turning networks' and producers' plans upside down, has Covid-19 brought to light any new themes that you'll be exploring at MIA?**

The virus radically changed the very definition of production models: from the concept of teams to the relationships with platforms. We will hold limited round table discussions on these issues, because they are now familiar, though nonetheless continually changing problems. But what I think is the most interesting topic is the pandemic's impact on international co-productions, on the opportunities and risks of localisation and the changes in the competitive arena: how will they evolve in a market of fierce competition for the production of series and documentaries?

**Turning to the participants - is it true you're expecting a strong American contingent?**


Yes, and I think this is very important because it highlights the strong interest in Italian territory as well as our creativity and at the same time, it demonstrates the great trust in our country's efficiency and safety. More generally, the USA, Canada,

the UK and the whole of Europe will be represented: our early estimates foresee double the number of foreigners attending compared with 2020. Whereas this year, Asian and Latin-American professionals will be participating predominantly online. Confirmed names so far include David Levine (President of Television, Anonymous Content); Jeniffer Kim (Senior Vice President, International Originals, HBO Max); Christophe Riandee (Vice CEO, Gaumont); Mo Abudu (CEO, EbonyLife Group); David Davoli (President of Television, BRON Studios); Erik Barmack (CEO and Founder, Wild Sheep Content); and Françoise Guyonnet (Executive Managing Director TV Series, StudioCanal TV).

**How may MIA develop in the coming years, once the pandemic is behind us?**

MIA is a market instrument that doesn't have the typical rigidity of fair-like events: it is a flexible format, able to gather a significant number of professionals in Italy and direct their attention to our creative abilities and our territory. So, I think it will develop and be modified every time, on the basis of the needs of the moment. For example, I don't rule out that it could go beyond the annual appointment, with the possibility of follow ups, bi-lateral discussions, meetings and debates over a 12-month period.

**Could you also consider running events in synergy with the newly established AVP- Audio-Visual Producers Summit in Matera?**

The "family" is the same: both events involve APA as organisers, for MIA in collaboration with [film industry body] ANICA. So, even though they are very different in terms of vocation and activities, both events are the result of industry reasoning, and the sector could certainly benefit from synergies between its associations. 

**MIA MARKET 2021 -  
CREATIVITÀ MADE IN  
ITALY, PAGE 46**

## Mia-Market 2021: numeri

Oltre 2mila gli accreditati da 56 Paesi



Vittoria del mercato in presenza per la **settima edizione del Mia-Mercato internazionale dell'audiovisivo**. Secondo i numeri indicati dagli organizzatori, l'edizione 2021 ha visto la presenza di **2000 accreditati da 56 Paesi**, praticamente al **100%** in presenza, **oltre 600 top players** internazionali a Roma, **450 produttori**, **800 buyers** di prodotto finito e di progetti, **59 panel** negli spazi del Cinema Moderno e di Palazzo Barberini, **40.000 incontri B2B**, **800.000 visualizzazioni** sui canali Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram, **96.000 pagine visitate**. La "cinque giorni" romana ha presentato **150 proiezioni di mercato (di cui 80 anteprime)** e **150 fra progetti e work in progress** (al 70% italiani), grazie al potenziamento di tre divisioni: **Scripted**, curata da **Gaia Tridente** e nella quale convergono le sezioni **Film** e **Drama**; **Unscripted**, curata da **Marco Spagnoli**, che comprende **Doc** e **Factual** e **Strategic Development** – cui fanno capo anche i market screenings, i content showcase del film e le attività legate alla compravendita del prodotto completo – affidata a **Francesca Palleschi** (vedi **Tivù di ottobre**).

«I numeri del MIA 2021 dimostrano una crescente centralità e un ritrovato spirito di rinnovamento, portando l'Italia, la nostra creatività e capacità produttiva, ad essere protagonista nel panorama internazionale» ha commentato la direttrice del **MIA Lucia Milazzotto**. «Il Mercato Internazionale Audiovisivo è il frutto di un operato collettivo, di un progetto di sistema, in un momento di grande ripartenza dell'intera filiera cine-audiovisiva, della creatività e del posizionamento globale del Paese. Il MIA si conferma un evento imperdibile per l'industria nazionale e internazionale, e un interlocutore efficiente e autorevole nell'eco-sistema globale del comparto. Il MIA, inoltre, intercetta e accoglie l'esigenza di un hub europeo e la crescente competitività delle nostre industrie, riportando l'Italia al centro dei tavoli di negoziazione dei grandi progetti continentali di film, serialità drama, documentario, factual e animazione. Gli oltre 600 operatori presenti a Roma confermano questa positiva e importante tendenza del MIA e, allo stesso tempo, dimostrano la grande fiducia degli operatori internazionali verso l'intero Sistema Paese, dal punto di vista della sicurezza sanitaria e degli investimenti, contando su una tradizione di talenti, arti, mestieri e professionisti unica nel mondo, una solida capacità produttiva, un territorio straordinario, servizi all'avanguardia, innovazione e prodotti sempre più di qualità».

<https://www.e-duesse.it/televisione/mia-market-2021-numeri/>

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001



## MIA 2021, una straordinaria edizione di ripartenza

### Punti chiave

- Successo dell'evento
- Organizzazione in sicurezza
- Supporto economico istituzionale
- Importante cambiamento
- I numeri di un mercato in crescita
- L'importanza delle partnership

### 2000 accreditati da 56 Paesi e con oltre 600 top player internazionali

2000 accreditati da 56 Paesi, praticamente al 100% in presenza, oltre 600 top players internazionali, 450 produttori, 800 buyers di prodotto finito e di progetti, 59 panel negli spazi del Cinema Moderno e di Palazzo Barberini, 40.000 incontri B2B, 800.000 visualizzazioni sui canali Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram, 96.000 pagine visitate: questi sono i numeri che può orgogliosamente vantare Lucia Milazzotto direttore della settima edizione del **Mia** – Mercato Internazionale Audiovisivo.

### Organizzazione in sicurezza

Grazie a un'organizzazione in totale sicurezza in spazi protetti e Covid proof si sono potute svolgere 150 proiezioni di mercato (di cui 80 anteprime) e la presentazione di 150 fra progetti e work in progress (al 70% italiani).

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001



Presentazione Mia 2021. Da sinistra Roberto Fiorini, Lucia Milazzotto, Nicola Zingaretti, Anna Ascani, Francesco Rutelli, Dario Franceschini, Flaminia Gennari Santori, Giancarlo Leone (Foto Ansa)

## Successo dell'evento

Il successo dell'evento è stato testimoniato da una presenza eccezionale di politici arrivati in visita al Mercato che è organizzato anche con un forte supporto economico istituzionale. All'apertura del Mercato hanno partecipato il Ministro della Cultura Franceschini, il sottosegretario Ascani in rappresentanza del Ministero dello Sviluppo Economico, e il Presidente della Regione Lazio Nicola Zingaretti, molto interessato al settore audiovisivo che è un pezzo importante dell'industria del Lazio. In chiusura è toccato al **Ministro degli esteri Luigi Di Maio**. Comitato di accoglienza era composto Lucia Milazzotto, Francesco Rutelli, presidente Anica, e da Giancarlo Leone presidente di APA.

Il MIA è nato e cresce grazie alla consolidata joint venture tra ANICA – l'Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Digitali, presieduta da Francesco Rutelli – e APA – l'Associazione Produttori Audiovisivi di Giancarlo Leone, e il rinnovato supporto di Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, a cui si aggiungono l'ICE (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane), con il contributo di MiC (Ministero della Cultura), Ministero dello Sviluppo Economico, Regione Lazio e il programma MEDIA dell'Unione Europea. Sono state rinnovate anche per quest'anno le principali partnership del MIA, con UniCredit, Apulia Film Commission e Fondazione Cinema per Roma, a cui si sono aggiunti nuovi sostenitori commerciali per il 2021, come Fastweb. Media partner, RAI e Variety.

**Daniele Mignardi Promopressagency**

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: **Daniele Mignardi Promopressagency** - Twitter: **@DanieleMignardi**

Partita IVA 12450721001





Il ministro degli Esteri Luigi Di Maio, il presidente di ANICA Francesco Rutelli, la direttrice di MIA Market Lucia Milazzotto, (di spalle) il presidente di APA Giancarlo Leone

## Importante cambiamento

Fa notare Leone che “Fino a poco tempo fa, da parte del Governo e delle Istituzioni, mancava una reale strategia di sostegno all'internazionalizzazione del nostro prodotto. Il fatto che ci siano direzioni generali nel nuovo assetto, che al ministero degli esteri si occupino della promozione integrata e della diplomazia pubblica e generale, è una notizia straordinaria perché consente per la prima volta di poter fare veramente sistema tra l'Istituzione e le realtà culturali, produttive e associative come ANICA e APA. Senza il Ministero degli Affari Esteri e senza l'ICE, il MIA non esisterebbe: è un aiuto fondamentale e oggi è un giorno importante per l'intera filiera”.

## I numeri di un mercato in crescita

Un sistema che, in base all'ultimo rapporto dell'APA presentato proprio al MIA, giovedì 14, ha registrato un valore della produzione a inizio 2021 per tutti i generi superiore a 1,3 miliardi, con un tasso di crescita estremamente elevato (28% nel corso del 2020) soprattutto della Fiction, destinata alle piattaforme TV e VoD. In crescita anche il valore della produzione originale di titoli di Animazione, che nel 2020 si attesta sui €77 milioni, mentre quello di tutti gli altri generi (documentari, intrattenimento, Talk Show e programmi di approfondimento e culturali) è di circa 350 milioni. Come sottolineato dal rapporto ICE nei giorni del Mercato, inoltre, l'industria audiovisiva italiana appare in una fase di vivacità produttiva, con segni interessanti di rafforzamento della sua produzione internazionale, sia in

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

## **L'importanza delle partnership**

MIA è nato e continua a crescere grazie alla consolidata joint venture tra ANICA – l'Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Digitali presieduta da Francesco Rutelli – e APA -l'Associazione Produttori Audiovisivi presidente Giancarlo Leone, e il rinnovato supporto di Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, ICE (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane), con il contributo di MiC (Ministero della Cultura), Ministero dello Sviluppo Economico, Regione Lazio e programma MEDIA dell'Unione Europea. Sono state rinnovate anche per quest'anno le principali partnership del MIA, quali UniCredit, Apulia Film Commission e Fondazione Cinema per Roma, a cui si sono aggiunti nuovi sostenitori commerciali per il 2021, come Fastweb. Media partner, RAI e Variety.

<https://www.primaonline.it/2021/10/18/336479/mia-2021-una-straordinaria-edizione-di-ripartenza/>

**MIA 2021** Premi

## Il MIA Market assegna il suo massimo riconoscimento a *Fireworks* e *Gold War*



I team di *Fireworks* e *Gold War* dopo la cerimonia di premiazione (© MIA)

La settima edizione del **MIA (Mercato Internazionale Audiovisivo)** si è svolta dal 13 al 17 ottobre, sia fisicamente a Roma che online. La cerimonia di premiazione dell'evento si è svolta sabato 16 ottobre presso lo Spazio Cinema Moderno ed è stata introdotta da **Lucia Milazzotto**, direttrice del MIA Market.

Nel **Drama Pitching Forum** il Paramount+ Award, offerto da ViacomCBS International Studios, è stato assegnato a due progetti. Uno di questi era *Fuochi d'artificio*, diretto da **Susanna Nicchiarelli** e scritto da Nicchiarelli insieme a **Marianna Cappi**, una storia d'amore e di amicizia vista con gli occhi della tredicenne Marta durante la resistenza italiana al nazifascismo, coprodotta da **Fandango** e **Matrioska**. L'altro progetto vincitore è stato *Gold War*, ideato da **Teodora Markova**, **Georgi Ivanov** e **Nevena Kertova**, un dramma sportivo ambientato durante la Guerra Fredda che mescola storia, politica e la sfera più intima ed emotiva degli atleti che hanno subito pressione per mostrare la forza della macchina statale. È prodotto dalla bulgara **Agitprop**.

La giuria ha anche deciso di assegnare una Menzione Speciale a *Coverdale*, prodotto da **Pinball London** e creato da **Paula A. Vaccaro** e **Aaron Brookner**, una dark comedy che narra la storia di un ragazzo che si vendica dei bambini che lo maltrattano a scuola, impersonando Stalin e dando vita alla sua personale rivoluzione russa.

Per il quarto anno consecutivo, National Geographic è stato sponsor del premio principale del **MIA DOC Pitching Forum**, e questa volta il NAT GEO Award per il Miglior Pitch è andato alla docuserie *Odyssey: Behind the Myth*, diretta da **Massimo Brega** e prodotta da **Camilla Tartaglione** per Kepach Production, che esplora il mito di Ulisse e le teorie sulla sua figura.

Ecco l'elenco completo dei premi assegnati al settimo MIA Market:

### Drama Pitching Forum

#### Paramount+ Award

*Fuochi d'artificio* - Susanna Nicchiarelli (Italia)

*Gold War* - Teodora Markova, Georgi Ivanov, Nevena Kertova (Bulgaria)

#### Menzione Speciale

*Coverdale* - Paula A. Vaccaro, Aaron Brookner (GB)

### DOC Pitching Forum

#### NAT GEO Award

*Odyssey: Behind the Myth* - Massimo Brega (Italia)

#### Lazio Frames Award

*Marina Cicogna - La vita e tutto il resto* - Andrea Bettinetti (Italia)

<https://www.cineuropa.org/it/newsdetail/411985/>

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

## MIA 2021 – Conclusa con 2000 accreditati da 56 Paesi e con oltre 600 top player internazionali, una straordinaria edizione di ripartenza

MIA Mercato Internazionale Audiovisivo. Si conclude a Roma una straordinaria edizione di ripartenza aperta del Ministro della Cultura Franceschini e chiusa dal Ministro degli Esteri di Maio  
Con il supporto dell'ICE il contributo del Ministero dello...



MIA Mercato Internazionale Audiovisivo. Si conclude a Roma una straordinaria edizione di ripartenza aperta del Ministro della Cultura Franceschini e chiusa dal Ministro degli Esteri di Maio

Con il supporto dell'ICE il contributo del Ministero dello Sviluppo Economico e della Regione Lazio



Un totale di **2000 accreditati** da **56 Paesi**, praticamente **al 100%** in presenza, **oltre 600 top players** internazionali a Roma, **450 produttori**, **800 buyers** di prodotto finito e di progetti, **59 panel** negli spazi del Cinema Moderno e di Palazzo Barberini, **40.000 incontri B2B**, **800.000 visualizzazioni** sui canali Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram, **96.000 pagine visitate**: questi i numeri della **settima edizione** del MIA – MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO, diretto da **Lucia Milazzotto**.

Un evento sostenibile che ha visto il grande ritorno in Italia dei protagonisti dell'industria audiovisiva internazionale, accolti in totale sicurezza in spazi protetti e Covid proof.

Sono tutti elementi che sottolineano come l'audiovisivo sia, di fatto, un settore produttivo di grande rilevanza per l'economia nazionale. È quanto ha dichiarato il **Ministro degli Esteri Luigi Di Maio** intervenendo sabato 16 ottobre al **Made in Italy Reboot**, uno dei momenti salienti della settima edizione del Mercato.

**Daniele Mignardi Promopressagency**

**Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.**

**on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)**

**Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi**

**Partita IVA 12450721001**



«Abbiamo aperto il MIA con il Ministro della Cultura Franceschini, con il sottosegretario Ascani in rappresentanza del Ministero dello Sviluppo Economico, con il Presidente della Regione Lazio Nicola Zingaretti – visto che le industrie del settore audiovisivo sono fortemente radicate in questo territorio, assieme al forte sviluppo nell'intero Paese, anche grazie all'attività delle Film Commission – e con il Presidente dell'ICE Carlo Ferro» **così il Presidente ANICA Francesco Rutelli**, durante l'incontro con il Ministro degli esteri Di Maio. «Questo è il momento istituzionalmente più nuovo e importante del MIA di quest'anno. L'intervento del Ministro Di Maio segna una svolta per l'industria del Cinema e dell'Audiovisivo: la Farnesina che ha acquisito, al suo interno, la promozione economica del Paese e il sostegno alle esportazioni e all'internazionalizzazione, attraverso l'ICE, diventa il soggetto promotore della crescita anche delle industrie italiane dell'audiovisivo. Tutto questo si inserisce in una cornice che il Ministro ha indicato come soft power, ovvero nell'insieme degli strumenti di promozione dell'identità italiana, della lingua, degli interessi economici e della diplomazia culturale. Il MIA è un evento di sistema, e questo cambio di volontà è un fatto innovativo».

«Il mondo dell'Audiovisivo e del Cinema in questi anni ha avuto certamente una profonda evoluzione, al netto anche della pandemia. E, in Italia, il Governo ha lavorato in modo intenso e importante per creare maggiormente le condizioni per questo successo» queste le dichiarazioni del **Presidente APA, Giancarlo Leone**. «In particolare, il Ministero della Cultura, con una serie di decisioni, tra cui quella del tax credit, ha certamente dato un contributo decisivo, durante la pandemia, alla ripresa e al successo del Cinema. Fino a poco tempo fa, da parte del Governo e delle Istituzioni, mancava una reale strategia di sostegno all'internazionalizzazione del nostro prodotto. Il fatto che ci siano direzioni generali nel nuovo assetto, che si occupino della promozione integrata e della diplomazia pubblica e generale, è una notizia straordinaria perché consente per la prima volta di poter fare veramente sistema tra l'Istituzione e le realtà culturali, produttive e associative come ANICA e APA. Senza il Ministero degli Affari Esteri e senza l'ICE, il MIA non esisterebbe: è un aiuto fondamentale e oggi è un giorno importante per l'intera filiera».

La "cinque giorni" romana, ricca di appuntamenti, ha potuto vantare **150 proiezioni di mercato (di cui 80 anteprime)** e **150 fra progetti e work in progress** (al 70% italiani), grazie al potenziamento di tre divisioni: **Scripted**, curata da **Gaia Tridente** e nella quale convergono le sezioni **Film** e **Drama: Unscripted**, curata da **Marco Spagnoli**, che comprende **Doc** e **Factual** e **Strategic Development** – cui fanno capo anche i market screenings, i content showcase del film e le attività legate alla compravendita del prodotto completo – affidata a **Francesca Palleschi**.

«I numeri del MIA 2021 dimostrano una crescente centralità e un ritrovato spirito di rinnovamento, portando l'Italia, la nostra creatività e capacità produttiva, ad essere protagonista nel panorama internazionale» commenta il **Direttore del MIA Lucia Milazzotto**. «Il Mercato Internazionale Audiovisivo è il frutto di un operato collettivo, di un progetto di sistema, in un momento di grande ripartenza dell'intera filiera cine-audiovisiva, della creatività e del posizionamento globale del Paese. Il MIA si conferma un evento imperdibile per l'industria nazionale e internazionale, e un interlocutore efficiente e autorevole nell'eco-sistema globale del comparto. Il MIA, inoltre, intercetta e accoglie l'esigenza di un hub europeo e la crescente competitività delle nostre industrie, riportando l'Italia al centro dei tavoli di negoziazione dei grandi progetti continentali di film, serialità drama, documentario, factual e animazione. Gli oltre 600 operatori presenti a Roma confermano questa positiva e importante tendenza del MIA e, allo stesso tempo, dimostrano la grande fiducia degli operatori internazionali verso l'intero Sistema Paese, dal punto di vista della sicurezza sanitaria e degli investimenti, contando su una tradizione di talenti, arti, mestieri e professionisti unica nel mondo, una solida capacità produttiva, un territorio straordinario, servizi all'avanguardia, innovazione e prodotti sempre più di qualità».

Tutti i dati dimostrano, da un lato, il successo del MIA come evento di Mercato tra i più importanti in Europa, al fine di incrementare l'esportazione di prodotto, le co-produzioni e le relazioni di business a livello internazionale e, dall'altro, sono la riprova del rinnovato interesse e fiducia da parte della comunità audiovisiva internazionale verso la capacità produttiva italiana e il Sistema Paese.

Un sistema che, in base all'ultimo rapporto dell'APA presentato proprio al MIA, ha registrato un **valore della produzione** a inizio 2021 per tutti i **generi superiore a 1,3 miliardi**, con un tasso di crescita estremamente elevato (28% nel corso del 2020) soprattutto della Fiction, destinata alle piattaforme TV e VoD. In crescita anche il valore della produzione originale di **titoli di Animazione**.

**Daniele Mignardi Promopressagency**

**Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.**

**on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)**

**Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi**

**Partita IVA 12450721001**

Evento: MIA MARKET

Testata: Udite Udite

Data: 18/10/2021

che nel 2020 si attesta sui **€77 milioni**, mentre quello di tutti gli altri generi (documentari, intrattenimento, Talk Show e programmi di approfondimento e culturali) è di circa **€350 milioni**. Come sottolineato dal rapporto ICE nei giorni del Mercato, inoltre, l'industria audiovisiva italiana appare in una fase di vivacità produttiva, con segni interessanti di rafforzamento della sua produzione internazionale, sia in termini di capacità di attrarre investimenti esteri che di quote di mercato.

Durante la settima edizione del Mercato è stata lanciata la **carta di comportamento etico per il settore audiovisivo**, per sostenere inclusività e diversità e per prevenire la violenza di genere, il body shaming e la discriminazione nel comparto cine-audiovisivo. Il Mercato Internazionale Audiovisivo è, inoltre, uno dei pochi eventi audiovisivi in Europa totalmente sostenibili e, nel 2021, ha contribuito alla riforestazione delle aree montane e del nord-est italiano.

Il MIA è nato e continua a crescere grazie alla consolidata joint venture tra **ANICA – l'Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Digitali presieduta da Francesco Rutelli** – e **APA – l'Associazione Produttori Audiovisivi di Giancarlo Leone**, e il rinnovato supporto di **Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, ICE (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane)**, con il contributo di **MIC (Ministero della Cultura), Ministero dello Sviluppo Economico, Regione Lazio e programma MEDIA dell'Unione Europea**. Sono state rinnovate anche per quest'anno le principali partnership del MIA, quali **UniCredit, Apulia Film Commission e Fondazione Cinema per Roma**, a cui si sono aggiunti nuovi sostenitori commerciali per il 2021, come **Fastweb**. Media partner, **RAI e Variety**.

Sulla piattaforma **MIA DIGITAL** sarà possibile vedere e rivedere panel, talks e contenuti di quest'anno.

<https://udite-udite.it/2021/10/mia-2021-conclusa-con-2000-accreditati-da-56-paesi-e-con-oltre-600-top-player-internazionali-una-straordinaria-edizione-di-ripartenza/>

## MIA 2021, una straordinaria edizione di ripartenza



### Punti chiave

**Successo dell'evento** **Organizzazione in sicurezza** **Supporto economico istituzionale** **Importante cambiamento numeri di un mercato in crescita** **L'importanza delle partnership**

**2000 accreditati da 56 Paesi e con oltre 600 top player internazionali**

2000 accreditati da 56 Paesi, praticamente al 100% in presenza, oltre 600 top players internazionali, 450 produttori, 800 buyers di prodotto finito e di progetti, 59 panel negli spazi del Cinema Moderno e di Palazzo Barberini, 40.000 incontri B2B, 800.000 visualizzazioni sui canali Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram, 96.000 pagine visitate: questi sono i numeri che può orgogliosamente vantare Lucia Milazzotto direttore della settima edizione del **Mia** – Mercato Internazionale Audiovisivo.

### Organizzazione in sicurezza

**Grazie a un'organizzazione in totale sicurezza in spazi protetti e Covid proof** si sono potute svolgere 150 proiezioni di mercato (di cui 80 anteprime) e la presentazione di 150 fra progetti e work in progress (al 70% italiani).



Presentazione Mia 2021. Da sinistra Roberto Fiorini, Lucia Milazzotto, Nicola Zingaretti, Anna Ascani, Francesco Rutelli, Dario Franceschini, Flaminia Gennari Santori, Giancarlo Leone (Foto Ansa)

### Successo dell'evento

**Il successo dell'evento** è stato testimoniato da una presenza eccezionale di politici arrivati in visita al Mercato che è organizzato anche con un forte supporto economico istituzionale. All'apertura del Mercato hanno partecipato il Ministro della Cultura Franceschini, il sottosegretario Ascani in rappresentanza del Ministero dello Sviluppo Economico, e il Presidente della Regione Lazio Nicola Zingaretti, molto interessato al settore audiovisivo che è un pezzo importante dell'industria del Lazio. In chiusura è toccato al **Ministro degli esteri Luigi Di Maio**. Comitato di accoglienza era composto Lucia Milazzotto, Francesco Rutelli, presidente Anica, e da Giancarlo Leone presidente di APA.

Il MIA è nato e cresce grazie alla consolidata joint venture tra ANICA – l'Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Digitali, presieduta da Francesco Rutelli – e APA – l'Associazione Produttori Audiovisivi di Giancarlo Leone, e il rinnovato supporto di Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, a cui si aggiungono l'ICE (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane), con il contributo di MiC (Ministero della Cultura), Ministero dello Sviluppo Economico, Regione Lazio e il programma MEDIA dell'Unione Europea. Sono state rinnovate anche

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

per quest'anno le principali partnership del MIA, con UniCredit, Apulia Film Commission e Fondazione Cinema per Roma, a cui si sono aggiunti nuovi sostenitori commerciali per il 2021, come Fastweb. Media partner, RAI e Variety.



Il ministro degli Esteri Luigi Di Maio, il presidente di ANICA Francesco Rutelli, la direttrice di MIA Market Lucia Milazzotto, (di spalle) il presidente di APA Giancarlo Leone

### Importante cambiamento

**Fa notare Leone che "Fino a poco tempo fa, da parte del Governo e delle Istituzioni, mancava una reale strategia di sostegno all'internazionalizzazione del nostro prodotto. Il fatto che ci siano direzioni generali nel nuovo assetto, che al ministero degli esteri si occupino della promozione integrata e della diplomazia pubblica e generale, è una notizia straordinaria perché consente per la prima volta di poter fare veramente sistema tra l'Istituzione e le realtà culturali, produttive e associative come ANICA e APA. Senza il Ministero degli Affari Esteri e senza l'ICE, il MIA non esisterebbe: è un aiuto fondamentale e oggi è un giorno importante per l'intera filiera".**

### I numeri di un mercato in crescita

Un sistema che, in base all'ultimo rapporto dell'APA presentato proprio al MIA, giovedì 14, ha registrato un valore della produzione a inizio 2021 per tutti i generi superiore a 1,3 miliardi, con un tasso di crescita estremamente elevato (28% nel corso del 2020) soprattutto della Fiction, destinata alle piattaforme TV e VoD. In crescita anche il valore della produzione originale di titoli di Animazione, che nel 2020 si attesta sui €77 milioni, mentre quello di tutti gli altri generi (documentari, intrattenimento, Talk Show e programmi di approfondimento e culturali) è di circa 350 milioni. Come sottolineato dal rapporto ICE nei giorni del Mercato, inoltre, l'industria audiovisiva italiana appare in una fase di vivacità produttiva, con segni interessanti di rafforzamento della sua produzione internazionale, sia in termini di capacità di attrarre investimenti esteri che di quote di mercato.

### L'importanza delle partnership

MIA è nato e continua a crescere grazie alla consolidata joint venture tra ANICA – l'Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Digitali presieduta da Francesco Rutelli – e APA – l'Associazione Produttori Audiovisivi presidente Giancarlo Leone, e il rinnovato supporto di Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, ICE (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane), con il contributo di MIC (Ministero della Cultura), Ministero dello Sviluppo Economico, Regione Lazio e programma MEDIA dell'Unione Europea. Sono state rinnovate anche per quest'anno le principali partnership del MIA, quali UniCredit, Apulia Film Commission e Fondazione Cinema per Roma, a cui si sono aggiunti nuovi sostenitori commerciali per il 2021, come Fastweb. Media partner, RAI e Variety.

The post [MIA 2021, una straordinaria edizione di ripartenza](#) appeared first on [Primaonline](#).

<https://www.rnanews.eu/mia-2021-una-straordinaria-edizione-di-ripartenza-181668.html>



DANIELE MIGNARDI  
PROMOPRESS AGENCY



**MIA | MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO**

**17 - 16 OTTOBRE**

LA TELEVISIONE IN NUMERI

## La fiction piace sempre e nei prossimi due anni continuerà a crescere

La fiction resta la colonna portante dell'offerta televisiva e, secondo i dati presentati da Apa (Associazione produttori audiovisivi) è destinata a crescere nel corso dei prossimi due anni, soprattutto grazie all'apporto degli operatori di streaming, che stanno investendo in prodotti seriali «scripted».

Nel frattempo, gli ascolti dei prodotti seriali realizzati dalle televisioni tradizionali si confermano molto positivi: oltre al consolidato *I bastardi di Pizzofalcone* (che questa settimana, di lunedì, raggiunge il 22% di share), fa piacere ritrovare Mediaset con un titolo che ha funzionato bene: si tratta di *Luce dei tuoi occhi*, in onda nella serata

TOP & FLOP



**SPAGNA - FRANCIA**  
Karim Benzema

Secondo tempo: 5.493.000 spettatori, 23,69% di share; Rai1, domenica 10 ottobre, ore 21.49



**MYSTERY LAND**  
Alvin

582.000 spettatori, 2,81% di share; Italia 1, lunedì 11 ottobre, ore 21.39

del mercoledì, che racconta una storia molto femminile. Questa prima stagione è composta di sei episodi, di cui quattro già andati in onda in prima serata su Canale 5. Per le prime puntate, gli spettatori sono stati superiori ai tre milioni, in media, per una share del 15,7%. L'ultima puntata ha raccolto 3.050.000 spettatori, per una share del 15,6%. Ma l'aspetto interessante dell'operazione è legato alla composizione del pubblico: se la fiction Rai può vantare uno «zoccolo duro» di spettatori adulto-anziani, il «modello Mediaset» deve puntare a «ringiovanire».

È quanto accade con *Luce dei tuoi occhi*, che punta su un pubblico femminile (quasi 20% di

share), con età compresa fra gli 8 e i 44 anni. Dunque, il «target commerciale» fa toccare alla fiction il 16% di share, con un picco sui bambini (23%) e sugli adolescenti (16%). Considerata la ripartizione geografica dell'ascolto, che è molto forte al Centro-Sud, si può dire che il successo è in continuità col pubblico dell'intrattenimento di successo della rete (a partire da *Amici*). Con investimenti maggiori sulla fiction, si potrà ampliare il numero di titoli italiani pensati anche per un mercato internazionale. (a. g.)

In collaborazione con Massimo Scaglioni elaborazione Geca su dati Auditel

© RIPRODUZIONE RISERVATA

# Gli Alcuni: le sfide di Cannes e Roma

► Il gruppo presenta il catalogo audiovisivo Ripartito il teatro

## IL PROGETTO

TREVISO Da Cannes a Roma per presentare il ricco catalogo di serie cartoon per la televisione. Il Gruppo Alcuni è fra i protagonisti di due importanti fiere legate al mondo degli audiovisivi. In questi giorni Francesco Manfio, regista, amministratore delegato e produttore esecutivo del Gruppo, è a Cannes con Krisztina Simon, responsabile della distribuzione internazionale, per intervenire al MipCom, il più grande mercato televisivo del mondo che riunisce i maggiori produttori di contenuti audiovisivi. Molte le serie in animazione ideate e prodotte dalla società trevigiana che sono in corso di presentazione ai broadcaster e ai compratori stranieri.

## LA RIFLESSIONE

«Pur in un mercato ancora limitato dai problemi collegati

al Covid, che impediscono la presenza di tutti gli operatori - commenta Manfio - il MipCom si sta rivelando estremamente positivo per Gruppo Alcuni. Da una parte stiamo perfezionando gli accordi per nuove coproduzioni internazionali (proprio qui abbiamo appena siglato l'accordo per la seconda stagione di Leo da Vinci), dall'altra si sta confermando il grande interesse per i nostri brand, da Mini Cuccioli a Vlado & Mirò, da Symo & Rose a Leo da Vinci». I Mini Cuccioli saranno tra l'altro su Rai Yoyo

e su Ray Play a partire da domani con gli episodi della nuova serie che vedrà i piccoli protagonisti varcare per la prima volta le porte della scuola dell'infanzia, scoprendo una scuola, dei compagni e degli insegnanti davvero speciali. Sempre in questi giorni è in corso a Roma il Mia-Market internazionale dell'audiovisivo, il primo mercato italiano a riunire in un unico evento categorie come film, drama e documentari: quest'anno ha una nuova sezione dedicata all'animazione, avviata anche grazie

agli sforzi di Francesco Manfio, che è uno tra i coordinatori di questo nuovo segmento in grande crescita.

## L'INVITO

Manfio è stato invitato a partecipare a molti incontri, uno dei quali dedicato proprio a raccontare l'attività di Gruppo Alcuni. «Presenterò il mio lavoro di autore e regista di film e serie cartoon - sottolinea - ponendo l'accento sulle premesse di natura pedagogica che ha da sempre caratterizzato il lavoro mio e del mio gruppo di lavoro. Ho abbinato all'attività di autore e regista un lavoro di docente alla facoltà di Scienze della Formazione dell'Università di Padova proprio per approfondire e indagare sull'importante relazione che esiste tra comunicazione e formazione». Nel frattempo, è ripartita ieri la stagione "Una fetta di teatro" al Sant'Anna, con tutti gli spettacoli per i più piccoli in programma ogni domenica pomeriggio alle 16.30 fino a dicembre, quando, il 18 e 19 arriverà "La leggenda di Natale".

Federica Baretta

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

### **Di Maio, alla Farnesina direzione generale diplomazia culturale 'Impegnati a promuovere all'estero prodotti audiovisivi Itali'**

"La Farnesina, con la sua rete di oltre 300 uffici all'estero fra ambasciate, consolati e Istituti Italiani di cultura, è impegnata nella promozione internazionale dei prodotti audiovisivi italiani". Lo ha detto il ministro degli Esteri Luigi Di Maio intervenendo all'evento 'Made in Italy Reboot' organizzato nell'ambito del Mercato Internazionale dell'audiovisivo (Mia). "La nostra è un'ottica di 'promozione integrata', ossia che pone al centro le interazioni tra cultura, impresa, scienza e innovazione attraverso il filo rosso della creatività, elemento distintivo dell'Italia e del suo sistema produttivo", ha aggiunto Di Maio annunciando la creazione al ministero degli Esteri di "una Direzione Generale dedicata alla diplomazia pubblica e culturale". "Cultura e bellezza - ha sottolineato il ministro - sono leve di crescita economica e fattori di attrazione per quanto guardano al potenziale produttivo e innovativo dell'Italia. Puntiamo a valorizzare sempre di più questo 'soft power', obiettivo a cui si ispira anche la prossima riorganizzazione interna della Farnesina".

### **Di Maio, audiovisivo settore trainante della ripresa economica 'Importante risorsa del Made in Italy'**

"L'Italia è il Paese della creatività: un elemento che accomuna tutte le nostre eccellenze, dal design alla cucina, dalle arti alla ricerca scientifica. L'audiovisivo non fa eccezione. Anzi, è un terreno fertile in cui la creatività italiana si combina con il saper fare dei nostri professionisti e delle nostre maestranze; la meraviglia dei nostri territori, autentiche location naturali; la ricchezza e la varietà delle storie che abbiamo da raccontare". Lo ha detto il ministro degli Esteri Luigi Di Maio intervenendo all'evento 'Made in Italy Reboot' organizzato dal Mercato Internazionale dell'audiovisivo. "Sono stati mesi difficili, in cui il Paese ha dovuto fare i conti non solo con l'altissimo costo umano della pandemia, ma anche con i profondi effetti che questa ha avuto sul nostro tessuto economico e sociale", ha sottolineato il ministro. "Oggi le stime di crescita del Pil per il 2021 e i dati lusinghieri dell'export testimoniano che abbiamo intrapreso con decisione la strada della ripresa. In questa cornice, il settore audiovisivo potrà essere una forza trainante della ripresa economica del nostro Paese. Potrete continuare a contare sull'impegno della Farnesina nella valorizzazione all'estero di questa importante risorsa del Made in Italy e dell'Italia", ha detto il ministro.

### **Di Maio, audiovisivo settore rilevante per economia nazionale**

"L'audiovisivo è un settore produttivo di grande rilevanza per l'economia nazionale, con quasi 8.500 imprese, 50 mila persone impiegate - 170 mila considerando l'intero indotto - e con una significativa presenza femminile - il 39% - e giovanile - gli addetti under 30 sono il 25%". Lo ha dichiarato il ministro degli Esteri, Luigi Di Maio, intervenendo alla settima edizione del Mercato Internazionale dell'audiovisivo (Mia). "Parte del nostro patrimonio culturale, il cinema e la televisione italiani raccontano l'Italia nel mondo, presentandone le eccellenze, la storia e le metamorfosi", ha aggiunto il ministro.

### **AUDIOVISIVO: DI MAIO, 'PUO' ESSERE FORZA TRAINANTE DELLA RIPRESA ECONOMICA'**

Il settore audiovisivo potrà essere forza trainante della ripresa economica dell'Italia. A dirselo convinto è stato il ministro degli Esteri Luigi Di Maio, intervenuto a 'Made in Italy Reboot'. "Sono stati mesi difficili, in cui il Paese ha dovuto fare i conti non solo con l'altissimo costo umano della pandemia, ma anche con i profondi effetti che questa ha avuto sul nostro tessuto economico e sociale. Oggi, le stime di crescita del Pil per il 2021 e i dati lusinghieri dell'export testimoniano che abbiamo intrapreso con decisione la strada della ripresa. Grazie anche alle misure di sostegno messe in campo dalla Farnesina, le nostre esportazioni nei primi sette mesi del 2021 hanno registrato un incremento del 22,8% per circa 300 miliardi di euro, un valore che supera non solo i 244 miliardi del medesimo periodo del 2020, ma anche i 286 miliardi dei primi sette mesi del 2019, anno d'oro dell'export italiano", ha dichiarato. "In questa cornice - ha poi sottolineato - il settore audiovisivo potrà essere una forza trainante della ripresa economica del nostro Paese. Potrete continuare a contare sull'impegno della Farnesina nella valorizzazione all'estero di questa importante risorsa del Made in Italy e dell'Italia", ha concluso.

### **AUDIOVISIVO: DI MAIO, 'CULTURA E BELLEZZA LEVA DI CRESCITA ECONOMICA'**

"Cultura e bellezza sono leve di crescita economica e fattori di attrazione per quanti guardano al potenziale produttivo e innovativo dell'Italia. Puntiamo a valorizzare sempre di più questo "soft power", obiettivo a cui si ispira anche la prossima riorganizzazione interna della Farnesina. La novità principale sarà, infatti, proprio la creazione di una Direzione Generale dedicata alla diplomazia pubblica e culturale". Ad annunciarlo è stato il ministro degli Esteri Luigi Di Maio, intervenuto al Mercato Internazionale dell'Audiovisivo. "L'audiovisivo - ha affermato - figura tra i settori di primo piano nel quadro delle iniziative lanciate, fra il 2020 e il 2021, con l'obiettivo di sostenere le imprese culturali e creative italiane. Con le risorse messe a disposizione dai Decreti Legge "Cura Italia" e "Rilancio" abbiamo avviato progetti di ampio respiro, volti a contribuire a una nuova narrazione dell'Italia all'estero".

L'audiovisivo - ha aggiunto il ministro - è un settore produttivo di grande rilevanza per l'economia nazionale, con quasi 8.500 imprese, 50 mila persone impiegate - 170 mila considerando l'intero indotto - e con una significativa presenza femminile - il 39% - e giovanile - gli addetti under 30 sono il 25%. Parte del nostro patrimonio culturale, il cinema e la televisione italiani raccontano l'Italia nel mondo, presentandone le eccellenze, la storia e le metamorfosi". "Il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, con la sua rete di oltre 300 uffici all'estero fra Ambasciate, Consolati e Istituti Italiani di Cultura, è impegnato nella promozione internazionale dei prodotti audiovisivi italiani. Lo facciamo con un'ottica di "promozione integrata", ossia ponendo al centro le interazioni tra cultura, impresa, scienza e innovazione attraverso il filo rosso della creatività, elemento distintivo dell'Italia e del suo sistema produttivo".

### **Ministro Di Maio al MIA: audiovisivo settore di grande rilevanza per Italia A Farnesina sarà creata divisione dedicata a diplomazia culturale**

"L'audiovisivo è un settore di grande rilevanza per l'economia nazionale, con significative presenze femminili e giovanili. Parte del nostro patrimonio culturale, il cinema, la tv e l'audiovisivo raccontano l'Italia nel mondo, dal cinema del dopoguerra alla commedia ai capolavori del cinema contemporaneo. Al centro vanno le relazioni tra cultura, scienza e innovazione, attraverso il filo rosso della creatività". Così il ministro degli Esteri, Luigi Di Maio, intervenendo all'edizione 2021 del Mercato Internazionale dell'Audiovisivo (MIA) intitolata "Made in Italy reboot".

"Alla Farnesina sarà creata una divisione dedicata alla diplomazia pubblica e culturale. Con le risorse messe a disposizione dai decreti legge Cura Italia e Rilancio abbiamo creato iniziative come la rassegna Fare cinema, giunta quest'anno alla quarta edizione, che vede impegnata la nostra rete all'estero per l'organizzazione di eventi, rassegne e altro, Corti d'autore, che ha generato Dolente bellezza con cui abbiamo celebrato il settimo centenario della morte di Dante Alighieri", ha proseguito il ministro. E "Italiana, lingua, cultura, creatività, portale creato col Ministero degli Esteri per promuovere all'estero la cultura italiana, insieme a un'operazione congiunta con Ministero della Cultura, ANICA e Film Commission, per la valorizzazione di questa grande risorsa del Made in Italy", ha concluso il titolare della Farnesina.

### **Audiovisivo: Di Maio, Cultura e bellezza leve di crescita economica Italia**

"Cultura e bellezza sono leve di crescita economica e fattori di attrazione per quanti guardano al potenziale produttivo e innovativo dell'Italia. Puntiamo a valorizzare sempre di più questo 'soft power', obiettivo a cui si ispira anche la prossima riorganizzazione interna della Farnesina". Lo ha detto il ministro degli Esteri, Luigi Di Maio, intervenendo al Mercato Internazionale dell'Audiovisivo.

"La novità principale sarà, infatti, proprio la creazione di una Direzione Generale dedicata alla diplomazia pubblica e culturale. L'audiovisivo figura tra i settori di primo piano nel quadro delle iniziative lanciate, fra il 2020 e il 2021, con l'obiettivo di sostenere le imprese culturali e creative italiane. Con le risorse messe a disposizione dai Decreti Legge *Cura Italia* e *Rilancio* - oltre 30 milioni di euro dedicati alla promozione integrata dell'Italia all'estero - abbiamo avviato progetti di ampio respiro, volti a contribuire a una nuova narrazione dell'Italia all'estero", afferma Di Maio.

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: [Daniele Mignardi Promopressagency](https://www.facebook.com/DanieleMignardi) - Twitter: [@DanieleMignardi](https://twitter.com/DanieleMignardi)

Partita IVA 12450721001

**Di Maio, audiovisivo settore rilevante per economia nazionale**

"L'audiovisivo e' un settore produttivo di grande rilevanza per l'economia nazionale, con quasi 8.500 imprese, 50 mila persone impiegate - 170 mila considerando l'intero indotto - e con una significativa presenza femminile - il 39% - e giovanile - gli addetti under 30 sono il 25%". Lo ha dichiarato il ministro degli Esteri, Luigi Di Maio, intervenendo alla settima edizione del Mercato Internazionale dell'audiovisivo (Mia). "Parte del nostro patrimonio culturale, il cinema e la televisione italiani raccontano l'Italia nel mondo, presentandone le eccellenze, la storia e le metamorfosi", ha aggiunto il ministro.



## **Audiovisivo, dal MIA la carta di comportamento etico per il settore**



Duemila accreditati di cui 100% in presenza e solo 46 digital: sono questi i numeri dei partecipanti alla settima edizione del MIA, Mercato Internazionale dell'audiovisivo, che ha visto la partecipazione di 56 paesi, di cui 450 produttori, 800 buyers di prodotto finito e di progetti, più di 600 top player solo a Roma. Ed è stata proprio la Capitale ad ospitare l'edizione 2021 con 59 conferenze, 150 proiezioni di mercato, di cui 80 anteprime. 150 progetti e work in progress, di cui il 70% italiani, 40.000 incontri B2B. "Oltre 300 uscite stampa in quattro giorni - si legge in una nota - 800.000 visualizzazioni dei canali social 96.000 pagine visitate sui siti del MIA, 8000 green pass controllati per un evento sostenibile, certificato ISO 201121: nel 2021 il MIA ha contribuito alla riforestazione delle aree montane del nord-est italiano". "Al MIA - conclude la nota - è stata lanciata quest'anno la carta di comportamento etico per il settore audiovisivo, per sostenere l'inclusività e la diversità e per prevenire la violenza di genere, il body shaming e la discriminazione nel comparto cineaudiovisivo".

<https://agcult.it/a/46340/2021-10-16/audiovisivo-dal-mia-la-carta-di-comportamento-etico-per-il-settore>

## **Audiovisivo, Di Maio: Forza trainante per la ripartenza economica**

Il ministro degli Esteri, intervenendo al MIA, si sofferma anche sulla riorganizzazione interna della Farnesina: “La novità principale sarà la creazione di una direzione generale dedicata alla diplomazia pubblica e culturale”



Ph. MIA Market

“Il settore dell’audiovisivo potrà essere la forza trainante della ripresa economica del Paese”. Lo ha detto il ministro degli Esteri, Luigi Di Maio, intervenendo alla settima edizione del MIA, Mercato Internazionale dell’audiovisivo. Un settore, ha ricordato il titolare della Farnesina, che “sta attraversando una fase di profonda trasformazione legata al crescente impiego del digitale. La diffusione delle nuove tecnologie sta trasformando i paradigmi produttivi di questo comparto e l’assetto dei mercati: cambiamenti che possono offrire nuove opportunità per le imprese italiane”. Il Mia, ha continuato Di Maio, è una piattaforma importante di dialogo tra le realtà dell’audiovisivo in un’ottica commerciale. La Farnesina sostiene queste iniziative, direttamente e tramite l’Ice, con l’obiettivo di rendere il settore più competitivo a livello internazionale”. L’audiovisivo è “un settore produttivo di grande rilevanza”, ha sottolineato il capo della diplomazia italiana ricordando che il comparto coinvolge “quasi 8.500 imprese, 50mila persone impiegate, 170 mila considerando l’intero indotto, e con una significativa presenza femminile, il 39 per cento, e giovanile, gli addetti under 30 sono il 25 per cento”.

### **DG DIPLOMAZIA CULTURALE PER VALORIZZARE IL NOSTRO SOFT POWER**

“La Farnesina - ha detto ancora Di Maio - con la sua rete all’estero è impegnata nella promozione internazionale dei prodotti audiovisivi italiani, lo facciamo con un’ottica di promozione integrata attraverso il filo rosso della creatività, elemento distintivo dell’Italia. Cultura e bellezza sono leve di crescita economica e noi puntiamo a valorizzare sempre più questo nostro soft power: obiettivo a cui si ispira la prossima riorganizzazione interna della Farnesina e la novità principale sarà la creazione di una direzione generale dedicata alla diplomazia pubblica e culturale”.

### **DG DIPLOMAZIA CULTURALE PER VALORIZZARE IL NOSTRO SOFT POWER**

“La Farnesina - ha detto ancora Di Maio - con la sua rete all’estero è impegnata nella promozione internazionale dei prodotti audiovisivi italiani, lo facciamo con un’ottica di promozione integrata attraverso

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001



il filo rosso della creatività, elemento distintivo dell'Italia. Cultura e bellezza sono leve di crescita economica e noi puntiamo a valorizzare sempre più questo nostro soft power: obiettivo a cui si ispira la prossima riorganizzazione interna della Farnesina e la novità principale sarà la creazione di una direzione generale dedicata alla diplomazia pubblica e culturale”.

## **L’AUDIOVISIVO NEI PROGETTI DELLA FARNESINA**

“L’audiovisivo figura tra i settori di primo piano nel quadro delle iniziative lanciate tra il 2020 e il 2021 con l’obiettivo di sostenere le imprese culturali e creative. Con le risorse messe a disposizione dai decreti legge Cura Italia e Rilancio abbiamo avviato progetti di ampio respiro volti a contribuire a una nuova narrazione dell’Italia all’estero”. Di Maio ha ricordato infatti i progetti “Fare Cinema”, “Corti d’autore”, “Italian Screens” e il portale Italiana, sottolineando che “l’Italia è il Paese della creatività, un elemento che accomuna tutte le nostre eccellenze e l’audiovisivo non fa eccezione, è un terreno fertile in cui la creatività italiana si combina con il saper fare dei nostri professionisti”.

<https://agcult.it/a/46327/2021-10-16/audiovisivo-di-maio-forza-trainante-per-la-ripartenza-economica>

**Audiovisivo: Di Maio, settore potrà essere forza trainante ripresa economica**

*Roma, 16 ott 12:19 - (Agenzia Nova) - Il settore audiovisivo potrà essere "una forza trainante della ripresa economica del nostro Paese". Lo ha dichiarato il ministro degli Esteri e della Cooperazione internazionale, Luigi Di Maio, intervenendo oggi alla settima edizione del Mercato internazionale audiovisivo in corso a Roma. "L'Italia – ha aggiunto il responsabile della Farnesina – è il Paese della creatività: un elemento che accomuna tutte le nostre eccellenze, dal design alla cucina, dalle arti alla ricerca scientifica. L'audiovisivo non fa eccezione. Anzi, è un terreno fertile in cui la creatività italiana si combina con il saper fare dei nostri professionisti e delle nostre maestranze; la meraviglia dei nostri territori, autentiche location naturali; la ricchezza e la varietà delle storie che abbiamo da raccontare". Di Maio ha osservato che tra il 2020 e il 2021 il Paese ha dovuto fare i conti non solo con l'altissimo costo umano della pandemia, ma "anche con i profondi effetti che questa ha avuto sul nostro tessuto economico e sociale".*  
(segue) (Res) © Agenzia Nova - Riproduzione riservata

<https://www.agenzianova.com/a/616aa891ee8708.65762700/3643532/2021-10-16/audiovisivo-di-maio-settore-potra-essere-forza-trainante-ripresa-economica>

## Mercato audiovisivo 2021, Di Maio: "Alla Farnesina nasce la Direzione generale della diplomazia culturale"



▲ Luigi Di Maio (secondo da destra) all'evento organizzato nell'ambito del Mia 2021

*L'annuncio del ministro degli Esteri durante il Mia in una "ottica di promozione integrata". Rutelli (Anica): "Una svolta per le nostre industrie creative, per l'export e per il lavoro". I numeri della settima edizione*

"La Farnesina, con la sua rete di oltre 300 uffici all'estero fra ambasciate, consolati e Istituti Italiani di cultura, è impegnata nella promozione internazionale dei prodotti audiovisivi italiani". Lo ha detto [il ministro degli Esteri Luigi Di Maio](#) intervenendo all'evento *Made in Italy Reboot* organizzato nell'ambito del [Mercato internazionale dell'audiovisivo \(Mia\)](#). "La nostra è un'ottica di 'promozione integrata', ossia che pone al centro le interazioni tra cultura, impresa, scienza e innovazione attraverso il filo rosso della creatività, elemento distintivo dell'Italia e del suo sistema produttivo", ha aggiunto Di Maio annunciando la creazione al ministero degli Esteri di "una Direzione generale dedicata alla diplomazia pubblica e culturale". "Cultura e bellezza - ha sottolineato il ministro - sono leve di crescita economica e fattori di attrazione per quanti guardano al potenziale produttivo e innovativo dell'Italia. Puntiamo a valorizzare sempre di più questo *soft power*, obiettivo a cui si ispira anche la prossima riorganizzazione interna della Farnesina".

### Audiovisivo, Di Maio: i numeri

"L'audiovisivo - ha proseguito Di Maio - un settore produttivo di grande rilevanza per l'economia nazionale, con quasi 8.500 imprese, 50 mila persone impiegate - 170 mila considerando l'intero indotto - e con una significativa presenza femminile - il 39% - e giovanile - gli addetti under 30 sono il 25 per cento. Parte del nostro patrimonio culturale, il cinema e la televisione italiani raccontano l'Italia nel mondo, presentandone le eccellenze, la storia e le metamorfosi".

### Rutelli: "Una svolta"

"L'intervento di Di Maio segna una svolta per l'industria del cinema e dell'audiovisivo: la Farnesina che ha acquisito, al suo interno, la promozione economica del Paese e il sostegno alle esportazioni e all'internazionalizzazione, attraverso l'Ice diventa il

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

soggetto che si fa promotore della crescita delle industrie italiane dell'audiovisivo. Importantissime per il *soft power* del nostro Paese, per le esportazioni, per la crescita economica, per il lavoro. Le nostre industrie continueranno a contare sul ruolo strategico del ministero della Cultura, su un impegno crescente del ministero dello Sviluppo economico e sull'impegno delle Regioni. Allo stesso tempo avranno nel ministero degli Esteri una leva per la promozione e la crescita di queste industrie che rappresenta un'autentica novità istituzionale, politica, economica per le nostre industrie creative". Lo afferma **Francesco Rutelli**, presidente Anica, commentando le parole di Di Maio.

### **Mia 2021, cos'è**

"Duemila accreditati di cui 100% in presenza e solo 46 digital. Sono questi i numeri dei partecipanti alla settima edizione del Mia, Mercato internazionale dell'audiovisivo, che ha visto la partecipazione di 56 Paesi, di cui 450 produttori, 800 buyers di prodotto finito e di progetti, più di 600 top player solo a Roma. Ed è stata proprio la capitale ad ospitare l'edizione 2021 con 59 conferenze, 150 proiezioni di mercato, di cui 80 anteprime. 150 progetti e work in progress, di cui il 70% italiani, 40.000 incontri B2b. Oltre 300 uscite stampa in quattro giorni - la nota l'ufficio stampa - 800 mila visualizzazioni dei canali social 96.000 pagine visitate sui siti del Mia, 8000 green pass controllati per un evento sostenibile, certificato Iso 201121: nel 2021 il Mia ha contribuito alla riforestazione delle aree montane del nord-est italiano. Al Mia - conclude l'ufficio stampa - è stata lanciata quest'anno la carta di comportamento etico per il settore audiovisivo, per sostenere l'inclusività e la diversità e per prevenire la violenza di genere, il *body shaming* e la discriminazione nel comparto cineaudiovisivo".

<https://www.repubblica.it/politica/2021/10/16/news/mia-mercato-internazionale-audiovisivo-export-farnesina-di-maio-322525665/>

## **Il 70% della produzione è nazionale: record dell'audiovisivo "made in Italy". Di Maio: "Settore trainante per il Paese"**

Rilancio post- Covid delle esportazioni e dell'occupazione nell'industria cinematografica. Alla Farnesina nasce la Direzione generale della diplomazia culturale



**R**OMA. La pandemia ha cambiato radicalmente il modo di vivere il piccolo e il grande schermo. Non soltanto per solo per il pubblico, ma anche per gli addetti ai lavori. Con il ritorno degli spettatori nella sale, i produttori fanno il punto sulle prospettive e sull'integrazione delle modalità di fruizione (tra le mura domestiche e al cinema) dell'audiovisivo "made in Italy". E per sostenere il rilancio del settore alla Farnesina nasce la Direzione generale della diplomazia culturale.

<https://www.lastampa.it/topnews/primo-piano/2021/10/17/news/il-70-della-produzione-e-nazionale-record-dell-audiovisivo-made-in-italy-di-maio-settore-trainante-per-il-paese-1.40819966/>



## MIA Market 2021, Joe Russo: “Oggi c’è molta più libertà in televisione”

Ospite della settima edizione del mercato internazionale dell'audiovisivo, il regista di «Avengers: Infinity War» e «Avengers: Endgame» racconta gli inizi della sua carriera e i prossimi progetti



**L**a storia di Joe Russo, regista con suo fratello Anthony di “Avengers: Infinity War” e di “Avengers: Endgame”, inizia alla fine negli anni '80, a Cleveland, Ohio. «Sono cresciuto in una città operaia, lontanissima da Hollywood e senza alcun legame con l’industria cinematografica. Quando Steven Soderbergh è stato premiato al Sundance Film Festival, ho seriamente pensato di potercela fare e di poter fare questo lavoro».

<https://www.lastampa.it/topnews/tempi-moderni/2021/10/16/news/mia-market-2021-joe-russo-oggi-c-e-molta-piu-liberta-in-televisione-1.40817082/>

## "Miss Fallaci takes America". Arriva una serie tv su Oriana

La produzione televisiva ripercorrerà gli anni trascorsi dalla grande giornalista tra le star di Hollywood, da lei raccontate con irriverenza e disincanto. Sarà la prima serie originale della piattaforma Paramount+, al debutto in Italia nel 2022



**Oriana Fallaci** tra le stelle di Hollywood. Naturalmente, a modo suo. Cioè senza alcuna soggezione; con lo sguardo disincantato e con l'irriverenza che l'hanno resa una firma inconfondibile. Rispettata e temuta. Una **serie tv** racconterà l'esperienza vissuta dalla giornalista negli Stati Uniti alla fine degli anni '50, prima che diventasse una leggendaria corrispondente di guerra. In quel periodo, l'allora inviata de *L'Europeo* si recò in America per descrivere senza filtri il mondo del cinema e i suoi segreti. Proprio su quella fase della sua carriera, meno nota ma altrettanto ricca di peripezie e aneddoti, si concentrerà la produzione tv "**Miss Fallaci takes America**", realizzata in partnership da Vis, la divisione studios internazionale di ViacomCBS Network International, e Minerva Pictures. L'ulteriore notizia è che la serie tv in questione sarà il primo prodotto originale **Paramount+**, la nuova piattaforma streaming di ViacomCBS che arriverà in Italia nel 2022.

"Miss Fallaci takes America" ripercorrerà gli anni trascorsi da Oriana a **Hollywood**, ritraendo la giornalista alle prese con lo sfavillante mondo dell'intrattenimento a stelle e strisce. In quel periodo, la talentuosa corrispondente realizzava interviste con i più grandi nomi del cinema, da **Paul Newman** a Judy Garland, riuscendo al contempo a raccontare la società americana dell'epoca, con le sue contraddizioni. La serie sarà basata su eventi realmente accaduti e narrati dalla stessa Fallaci nei suoi primi libri: *I sette peccati di Hollywood*, *Viaggio in America*, *Penelope alla guerra* e *Il sesso inutile*. Ad interpretare la grande giornalista italiana sarà probabilmente l'attrice **Miriam Leone**, che già aveva indossato i panni di Oriana nel cortometraggio "A Cup of Coffee With Marilyn", vincitore del Nastro d'Argento 2020 come miglior corto di fiction. Alessandra Gonnella, che aveva diretto e scritto quel progetto, è anche l'ideatrice della nuova serie in uscita nel 2022.

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

*"Ciò che ci è piaciuto di più è stato il fatto che la storia che racconteremo si basa sui primi anni di Oriana, che sono probabilmente i meno conosciuti nella sua carriera e i più divertenti, ma anche quelli fondamentali per la costruzione di una giornalista che di lì a poco avrebbe raccontato la guerra",* ha affermato **Laura Abril**, vicepresidente senior di ViacomCBS International Studios (VIS) intervenendo nei giorni scorsi al **MIA Market** di Roma. Oriana – ha aggiunto la top manager – *"era molto particolare e unica, perché non era la tipica fan delle star del cinema che intervistava. Aveva uno sguardo disincantato sulla scena hollywoodiana, voleva avere un tono molto ironico e irriverente"*. Nelle intenzioni dei produttori, quella stessa **irriverenza** (che peraltro ben traspare dagli scritti dell'epoca) verrà riprodotta nella versione filmica delle vicende.

Commentando la realizzazione del progetto, **Cosetta Lagani**, Chief of Scripted and Documentary Productions di Minerva Picture, ha aggiunto: *"Stiamo già lavorando alla scrittura della serie, un progetto ambizioso che si inserisce perfettamente nella nostra mission: la creazione di una narrativa di grande qualità e la produzione di progetti con una forte identità e con una rilevanza anche per il mercato e il pubblico internazionale"*. Scritta da un team internazionale che include anche la sceneggiatrice italiana Viola Rispoli, la serie si ripropone di offrire al pubblico una versione realistica e non eccessivamente romanzata della grande giornalista. Non a caso, anche **Edoardo Perazzi**, nipote ed erede di Oriana Fallaci, sarà coinvolto nella produzione.

<https://www.ilgiornale.it/news/spettacoli/miss-fallaci-takes-america-arriva-serie-tv-su-oriana-1982553.html>

## Attori, film e documentari: i grandi attesi al Mia

Da "Esterno Notte" alle "Fate ignoranti", le serie più attese presentate al Mia, il festival dell'audiovisivo di Roma in programma fino a domenica



Da **Stefano Accorsi** a Marco Bellocchio a Fabrizio Bentivoglio a Valerio Mastandrea. Sono alcuni tra i registi, attori e produttori che hanno portato i loro ultimi lavori - serie, fiction, film, documentari, cartoni animati, programmi di intrattenimento - al **Mia Market**, il festival internazionale dell'audiovisivo in corso a **Roma** fino a domenica.

Arrivato alla settima edizione, il Mia sta diventando il più grande mercato televisivo italiano (con 1.700 partecipanti provenienti da 50 Paesi) oltre che una vetrina che anticipa le tendenze e i modelli di business. Dunque il termometro di un settore sempre più importante se - come ha sottolineato Giancarlo Leone, presidente dell'Apa, associazione produttori audiovisivi, nel rapporto annuale - il giro d'affari è arrivato a superare **1,3 miliardi**, nonostante l'anno di pandemia che ha provocato grandi problemi alla produzione e anche all'occupazione. E se s'immagina la quantità di prodotti che vengono lanciati da tutte le piattaforme - dalla Rai a Netflix, da Sky a Mediaset - ci si può immaginare quanto il settore sia sempre più strategico a livello nazionale.

Tra le tantissime presentazioni (350), i dibattiti, gli incontri dedicati ai finanziamenti, ai modelli di produzione, allo studio delle idee, segnaliamo, per l'interesse dello spettatore, alcuni dei **progetti** più attesi che arriveranno sui nostri schermi nei prossimi mesi. Tra le serie, per esempio, è stato presentato ai buyers un assaggio dell'atteso "Esterno notte" di Marco Bellocchio (prodotta da The Apartment, in collaborazione con Rai Fiction) con Fabrizio Gifuni, in cui il maestro racconta il rapimento di Moro da un punto di vista diverso rispetto al film "Buongiorno, notte" del 2003. Tra gli altri titoli, "Black Out" (una coproduzione Rai Fiction-Eliseo Multimedia), diretto da Riccardo Donna, racconto realistico e ricco di suspense di una piccola comunità di montagna che si ritrova improvvisamente precipitata

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001



nell'oscurità e isolata a causa di una valanga. Un altro titolo è "Bangla-La serie", ispirato al film del 2019 diretto da Phaim Bhuiyan, qui come co-creatore e co-regista con Emanuele Scaringi, prodotto da Fandango in collaborazione con Rai Fiction. Al centro della storia tornano le avventure di Phaim, italiano di seconda generazione di origini bengalesi, musulmano praticante, che vive nella periferia multietnica romana.

In occasione del Mia, Sky Studios ha presentato la versione italiana di "Call my agent", (prodotto da Palomar SPA) commedia ironica e irriverente - scritta da Lisa Nur Sultan e diretta da Luca Ribuoli - che offre un punto di vista inedito sul dorato mondo del cinema e dello showbiz, raccontato attraverso il punto di vista di chi gestisce gli attori e la serie "Europa" tratta dal libro di Fabrizio Gatti che ha viaggiato dall'Africa all'Europa come un immigrato. Disney+ invece punta su Ferzan Özpetek con la versione seriale di "Le fate ignoranti", in otto puntate, basata sul film del 2001. Per la sezione dedicata al grande schermo, (al cinema e sulle piattaforme) sono state mostrate le prime immagini di "Delta" (prodotto da Groenlandia, Rai Cinema e Kino Produzioni) per la regia di Michele Vannucci, con Alessandro Borghi e Luigi Lo Cascio nei panni di uomini in lotta per le loro comunità tra bracconieri e pescatori che si affrontano tra le nebbiose sponde del Po. Prime immagini anche de "Il pataffio", diretto da Francesco Lagi (prodotto da Vivo film con Rai Cinema), che porta sul grande schermo il buffo romanzo di Malerba, una commedia medievale dal sapore de l'Armata Brancaleone con Giorgio Tirabassi, **Alessandro Gassmann** e Valerio Mastandrea.

<https://www.ilgiornale.it/news/spettacoli/attori-film-e-documentari-i-grandi-attesi-mia-1982319.html>





## Mercato audiovisivo 2021, la settima edizione è un successo. Di Maio: «La Farnesina come promotore della crescita delle industrie»

*Il Mia è frutto di un operato collettivo in un momento di grande ripartenza dell'intera filiera cineaudiovisiva*

La **settima edizione del Mercato internazionale dell'Audiovisivo** si è conclusa ieri a Roma ed è stato **un successo. Boom di presenze**. 2mila accreditati di cui il 100% in presenza e solo 46 digital. Questi i numero dei partecipanti alla settima edizione del MIA.

**Leggi anche > [Festa del Cinema di Roma, occhi puntati su Benjamin Mascolo e Bella Thorne](#)**

Cinquantasei i Paesi partecipanti, di cui 450 produttori, 800 buyers di prodotto finito e di progetti, più 600 top player solo a Roma. Ed è stata proprio la Capitale ad ospitare l'edizione 2021 con 59 conferenze, 150 proiezioni di mercato, di cui 80 anteprime. 150 progetti e work in progress, di cui il 70% italiani, 40mila incontri B2B. Evento in cui si è **lanciata la carta del comportamento etico per il settore audiovisivo**, per sostenere l'inclusività e la diversità.

A chiudere il Mia è il **ministro degli Esteri Luigi di Maio**: «Alla **Farnesina** sarà creata una divisione dedicata alla **diplomazia pubblica e culturale**. Con le risorse messe a disposizione dai decreti legge Cura Italia e Rilancio abbiamo creato iniziative come la rassegna 'Fare cinema', giunta quest'anno alla quarta edizione, che vede impegnata la nostra rete all'estero per l'organizzazione di eventi, rassegne e altro, Corti d'autore, che ha generato Dolente bellezza con cui abbiamo celebrato il settimo centenario della morte di Dante Alighieri», una collaborazione quella tra Anica e Maeci sempre più attiva.

«L'intervento del Ministro degli Affari Esteri Di Maio, al MIA, segna una **svolta per l'industria del cinema e dell'audiovisivo**: la **Farnesina** che ha acquisito, al suo interno, la promozione economica del Paese e il sostegno

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: [@DanieleMignardi](https://twitter.com/DanieleMignardi)

Partita IVA 12450721001

alle esportazioni e all'internazionalizzazione, attraverso l'ICE diventa il soggetto che si fa **promotore della crescita delle industrie italiane dell'audiovisivo**. Importantissime per il soft power del nostro Paese, per le esportazioni, per la crescita economica, per il lavoro», sottolinea **Francesco Rutelli** presidente di Anica.

E per **Lucia Milazzotto** direttore del Mia: «Il MIA è il **frutto di un operato collettivo**, di un progetto di sistema, in un momento di grande ripartenza dell'intera filiera cineaudiovisiva, della creatività e del posizionamento globale del Paese. La presenza e le parole del Ministro Di Maio annunciano una visione prospettica sempre più sinergica e trasversale per la **crescita economica del comparto**».

"2000 accreditati di cui 100% in presenza e solo 46 digital" sono questi i numeri dei partecipanti alla settima edizione del MIA, Mercato Internazionale dell'audiovisivo, che ha visto la partecipazione di "56 paesi, di cui 450 produttori, 800 buyers di prodotto finito e di progetti, più di 600 top player solo a Roma". Ed è stata proprio la Capitale ad ospitare l'edizione 2021 con "59 conferenze, 150 proiezioni di mercato, di cui 80 anteprime. 150 progetti e work in progress, di cui il 70% italiani, 40.000 incontri B2B".

"Oltre 300 uscite stampa in quattro giorni - racconta nella nota l'Ufficio Stampa - 800.000 visualizzazioni dei canali social 96.000 pagine visitate sui siti del MIA, 8000 green pass controllati per un evento sostenibile, certificato ISO 201121: nel 2021 il MIA ha contribuito alla riforestazione delle aree montane del nord-est italiano".

"Al MIA - conclude l'Ufficio Stampa - è stata lanciata quest'anno la carta di comportamento etico per il settore audiovisivo, per sostenere l'inclusività e la diversità e per prevenire la violenza di genere, il body shaming e la discriminazione nel comparto cineaudiovisivo".

<https://www.leggo.it/spettacoli/televisione/mercato degli audiovisivi la settima edizione un successo di maio la far nesina promotore crescita delle industrie-6261590.html>



## Mercato audiovisivo 2021, la settima edizione è un successo. Di Maio: «La Farnesina come promotore della crescita delle industrie»

*Il Mia è frutto di un operato collettivo in un momento di grande ripartenza dell'intera filiera cineaudiovisiva*

La **settima edizione del Mercato internazionale dell'Audiovisivo** si è conclusa ieri a Roma ed è stato **un successo. Boom di presenze**. 2mila accreditati di cui il 100% in presenza e solo 46 digital. Questi i numero dei partecipanti alla settima edizione del MIA.

**Leggi anche > [Festa del Cinema di Roma, occhi puntati su Benjamin Mascolo e Bella Thorne](#)**

Cinquantasei i Paesi partecipanti, di cui 450 produttori, 800 buyers di prodotto finito e di progetti, più 600 top player solo a Roma. Ed è stata proprio la Capitale ad ospitare l'edizione 2021 con 59 conferenze, 150 proiezioni di mercato, di cui 80 anteprime. 150 progetti e work in progress, di cui il 70% italiani, 40mila incontri B2B. Evento in cui si è **lanciata la carta del comportamento etico per il settore audiovisivo**, per sostenere l'inclusività e la diversità.

A chiudere il Mia è il **ministro degli Esteri Luigi di Maio**: «Alla **Farnesina** sarà creata una divisione dedicata alla **diplomazia pubblica e culturale**. Con le risorse messe a disposizione dai decreti legge Cura Italia e Rilancio abbiamo creato iniziative come la rassegna 'Fare cinema', giunta quest'anno alla quarta edizione, che vede impegnata la nostra rete all'estero per l'organizzazione di eventi, rassegne e altro, Corti d'autore, che ha generato Dolente bellezza con cui abbiamo celebrato il settimo centenario della morte di Dante Alighieri», una collaborazione quella tra Anica e Maeci sempre più attiva.

«L'intervento del Ministro degli Affari Esteri Di Maio, al MIA, segna una **svolta per l'industria del cinema e dell'audiovisivo**: la **Farnesina** che ha acquisito, al suo interno, la promozione economica del Paese e il sostegno

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

alle esportazioni e all'internazionalizzazione, attraverso l'ICE diventa il soggetto che si fa **promotore della crescita delle industrie italiane dell'audiovisivo**. Importantissime per il soft power del nostro Paese, per le esportazioni, per la crescita economica, per il lavoro», sottolinea **Francesco Rutelli** presidente di Anica.

E per **Lucia Milazzotto** direttore del Mia: «Il MIA è il **frutto di un operato collettivo**, di un progetto di sistema, in un momento di grande ripartenza dell'intera filiera cineaudiovisiva, della creatività e del posizionamento globale del Paese. La presenza e le parole del Ministro Di Maio annunciano una visione prospettica sempre più sinergica e trasversale per la **crescita economica del comparto**».

"2000 accreditati di cui 100% in presenza e solo 46 digital" sono questi i numeri dei partecipanti alla settima edizione del MIA, Mercato Internazionale dell'audiovisivo, che ha visto la partecipazione di "56 paesi, di cui 450 produttori, 800 buyers di prodotto finito e di progetti, più di 600 top player solo a Roma". Ed è stata proprio la Capitale ad ospitare l'edizione 2021 con "59 conferenze, 150 proiezioni di mercato, di cui 80 anteprime. 150 progetti e work in progress, di cui il 70% italiani, 40.000 incontri B2B".

"Oltre 300 uscite stampa in quattro giorni - racconta nella nota l'Ufficio Stampa - 800.000 visualizzazioni dei canali social 96.000 pagine visitate sui siti del MIA, 8000 green pass controllati per un evento sostenibile, certificato ISO 201121: nel 2021 il MIA ha contribuito alla riforestazione delle aree montane del nord-est italiano".

"Al MIA - conclude l'Ufficio Stampa - è stata lanciata quest'anno la carta di comportamento etico per il settore audiovisivo, per sostenere l'inclusività e la diversità e per prevenire la violenza di genere, il body shaming e la discriminazione nel comparto cineaudiovisivo".

<https://www.leggo.it/spettacoli/televisione/mercato degli audiovisivi la settima edizione un successo di maio la far nesina promotore crescita delle industrie-6261590.html>





## Di Maio al Mia: complimenti per i numeri eccellenti

**L'audiovisivo è un settore produttivo di grande rilevanza per il l'economia nazionale con quasi 8500 imprese, persone impiegate e 170mila persone impiegate**

“E' un onore chiudere questa settima edizione del Mia- un'edizione piuttosto straordinaria in un anno così cruciale e importante di ripartenza – con il ministro degli Esteri Luigi Di Maio che è il maggior sostenitore e fondatore insieme all'Ice di questo mercato”. Con queste parole il direttore del Mia, Lucia Milazzotto, ha accolto, nell'atmosfera distesa di una bella giornata di sole romana, il ministro degli Affari Esteri Luigi Di Maio, ospite d'onore e animatore del panel “ Made in Italy reboot”, scortato dal Presidente di Anica Francesco Rutelli e dal Presidente di Apa Giancarlo Leone.



**Daniele Mignardi Promopressagency**

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001



**Di Maio ha esordito facendo i complimenti per i numeri eccellenti** che può esibire quest'anno il Mercato (ne citiamo qualcuno: 2000 accreditati di cui 100% in presenza, 450 produttori, 800 buyers di prodotti finiti, di 600 top player, 400 mila incontri BTOB). “Sono numeri – ha detto il ministro – che rappresentano anche una grande opportunità di ripartenza per le nostre città e la possibilità che delegazioni si rechino di persona in Italia e partecipino a grandi eventi come questi. Grazie a nome di tutto il governo italiano del lavoro che avete fatto e state facendo per l'industria dell'audiovisivo ma anche per ridare vitalità e dinamismo ai nostri territori e alla nostra economia”.

**“Il Mia che riunisce quest'anno operatori da oltre 50 paesi** è una importante piattaforma di dialogo tra le realtà dell'audiovisivo nazionale e internazionale in una ottica commerciale e di riflessione strategica. La Farnesina – ha ribadito – sostiene questa iniziativa direttamente e tramite l'Agenzia per il commercio estero con l'obiettivo di rendere il nostro settore audiovisivo più competitivo a livello internazionale”.

Di Maio ha ben presente il valore di impresa e il valore culturale dell'audiovisivo. “L'audiovisivo è un settore produttivo di grande rilevanza per il'economia nazionale con quasi 8500 imprese, 50 mila persone impiegate e 170 mila considerando l'intero indotto e con una significativa presenza femminile del 39% e giovanile: gli addetti under 30 sono il 25%. Parte del nostro patrimonio culturale, il cinema e la televisione italiana raccontano l'Italia nel mondo, presentano le eccellenze la storia e le metamorfosi”.

“Il ministero degli Affari esteri con la sua rete di oltre 300 uffici all'estero tra Ambasciate, Consolati, Istituti italiani di cultura è impegnato nella promozione internazionale dei prodotti audiovisivi italiani. Lo facciamo con una ottica di promozione integrata, ossia ponendo al centro le interazioni tra cultura, impresa, scienza e innovazione attraverso il filo rosso della creatività, elemento distintivo dell'Italia e del suo sistema produttivo”.

**Il ministro ha anche accennato all'imminente riorganizzazione interna della Farnesina** che si ispira a valorizzare sempre meglio e sempre di più il soft-power italiano. “La novità principale sarà la creazione di una direzione generale dedicata alla Diplomazia pubblica e culturale. L'audiovisivo figura tra i settori di primo piano, nel quadro delle iniziative lanciate tra il 2020 e il 2021 con l'obiettivo di sostenere le imprese culturali e creative italiane e abbiamo avviato progetti di ampio respiro volti a contribuire a una nuova narrazione dell'Italia all'estero”. **Tra gli interventi più interessanti ricordati da Di Maio c'è 'Italiana'**, il portale creato per promuovere i contenuti culturali italiani presso il pubblico internazionale. “Il 70% dei contenuti originali che abbiamo commissionato nell'ambito di questo progetto – ha sottolineato – sono contenuti audiovisivi. Ricordo infine l'operazione che stiamo avviando con il Mic, l'Anica e le Film

**Daniele Mignardi Promopressagency**

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: **Daniele Mignardi Promopressagency** - Twitter: **@DanieleMignardi**

Partita IVA 12450721001

Commission per valorizzare all'estero le nostre regioni come luoghi dove girare film e prodotti audiovisivi”.

**Di Maio ha comunicato anche una serie di dati interessanti sull'export italiano** che, uniti alle stime sulla crescita del Pil per il 2021, testimoniano che è iniziata la strada della ripresa, “Le nostre esportazioni nei primi sette mesi del 2021 hanno registrato **un incremento del 22% per circa 300miliardi di euro, un valore che supera non solo i 244 miliardi** del medesimo periodo del 2020 ma anche i 286 miliardi dei primi sette mesi del 2019 , anno d'oro dell'export italiano”.

“In questa cornice il settore audiovisivo potrà essere una forza trainante della ripresa economica del nostro paese. Potete continuare a contare – ha concluso – sull'impegno della Farnesina nella valorizzazione all'estero di questa importante risorsa del Mady in Italy e dell'italia”.

<https://www.primaonline.it/2021/10/16/336417/di-maio-al-mia/>



## Leone: il governo crede nella crescita dell'audiovisivo

Mai vista una tale passerella di politici al Mia come quest'anno. Alla conferenza di apertura erano presenti il Ministro della Cultura Dario Franceschini, il Presidente della Regione Lazio Nicola Zingaretti e la sottosegretaria del Mise Anna Ascani che ha partecipato anche a molti panel sull'innovazione tecnologica. Infine, dulcis in fundo, è intervenuto a chiusura addirittura il ministro degli Affari Esteri Luigi Di Maio. Prima d'ora non si erano mai visti tanti esponenti di governo al Mercato.



Francesco Rteili, Lucia Milazzotto, Luigi Di Maio e Giancarlo Leone

**Che segnale è?** abbiamo girato la domanda a Giancarlo Leone, president di APA, intercettato all'uscita della multisala The space mentre saluta il ministro Di Maio. "Più che della politica c'è stata una presenza delle istituzioni politiche perché il ministero degli Affari esteri, il ministero dello Sviluppo economico, il ministero della Cultura sono tre soggetti fondamentali, insieme all'Ice e a altre istituzioni, per la nascita e il consolidamento di questo mercato. Non dimentichiamoci che le istituzioni sono quelle che hanno consentito non solo al mercato ma anche alle

**Daniele Mignardi Promopressagency**

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

Evento: MIA MARKET

Testata: Prima Online

Data: 16/10/2021

produzioni di crescere con scelte lungimiranti quali il tax credit piuttosto che altre misure messe in piedi proprio dal governo.

Quindi la presenza qui fisica di membri del governo è il segno che il Paese e lo Stato credono in questo mercato e credono soprattutto nella crescita dell'audiovisivo”.

<https://www.primaonline.it/2021/10/16/336419/leone-il-governo-crede-nella-crescita-dellaudiovisivo/>

## Joe Russo su perché ha scelto Cattleya per la Citadel italiana e quando si risolverà la guerra tra studios e agenti | EXCL



**Joe Russo** è a Roma ma non per la Festa del cinema: è a Roma come produttore ospite al **MIA, il mercato dell'audiovisivo** che si svolge parallelamente alla festa. Lì ha parlato, ha incontrato e ha annunciato la società prescelta per la declinazione italiana del nuovo progetto della società dei due fratelli, la AGBO.

- **ASCOLTA:** [La Festa del Cinema di Roma piange e il MIA ride | Insider](#)

**Citadel** è una serie articolata in varie serie, un thriller che avrà una produzione madre, cioè una serie internazionale girata in lingua inglese, in cui si trova il troncone principale della trama, e poi avrà altre serie ad essa collegate che si svolgono in diversi paesi e sono prodotte localmente, nella lingua locale con attori e creatività locali.

Per l'Italia sarà **Cattleya**, società parte del gruppo ITV che a livello internazionale si è messa in luce con **Gomorra – La serie** e **ZeroZeroZero**, a crearla, scriverla e produrla

### Perché Cattleya?

“Sono tra i migliori al mondo. **Gomorra** e **ZeroZeroZero** sono tra le mie serie preferite e poi il loro processo produttivo è molto simile a quello della nostra società, AGBO, è molto disciplinato, concentrato e gode di un controllo qualità efficientissimo”.

### Che relazione ci sarà tra Cattleya e la produzione madre? Quanta autonomia è concessa?

“Loro lavorano con noi direttamente ma sta a loro creare la serie, usando le regole del nostro mondo e i personaggi del nostro mondo, come uno spin off”.

### Solitamente le serie sono scritte da persone diverse e dirette da persone diverse in modo che non si senta l'eterogeneità dei contributi ma anzi che sembri tutto fatto da una persona sola, sarà così anche per le diverse serie di Citadel?

“No, anzi! Ogni serie sarà diversa sia a livello di genere, che di scrittura, che di approccio visivo. L'idea è che ognuna sia molto specifica del territorio in cui è stata prodotta. Le produzioni locali prenderanno tutte le

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001



decisioni e questa è la cosa più eccitante. Non è niente di quello che si è già visto. Tutti nuotiamo nella stessa piscina ma ognuno a modo proprio”

**Mi rendo conto che con voi è un'espressione un po' trita e abusata ma alla fine per Citadel avete replicato il concetto dell'universo cinematografico condiviso, in cui le serie possono non somigliarsi, come Thor: Ragnarok non somiglia a Captain America – Civil War, pur vivendo nello stesso universo?**

“Esattamente. E mi piace tantissimo l'idea che nel fare questo possiamo anche valorizzare il talento locale. Noi diamo davvero il controllo ai partner perché li abbiamo scelti proprio per quello che sanno fare e perché conoscono il loro mercato nazionale meglio di tutti. Vorrei che potessero esprimersi come se noi non ci fossimo”.

**E poi ovviamente lavorate al sequel di Tyler Rake per Netflix, cioè i competitor di Amazon. Una volta chi lavorava per la MGM mai avrebbe potuto lavorare anche con la Universal. È cambiato anche questo?**

“Non è più così, noi siamo indipendenti, che credo sia la cosa più importante di tutte adesso”.

**A differenza di molti altri registi di Hollywood tu e tuo fratello non siete degli strenui difensori della sala a tutti i costi giusto?**

“Ci piace il cambiamento, pensiamo che le storie siano prevedibili specie il modello da due ore. Cioè sai già che una commedia ti farà ridere per due ore e finirà bene.

Ma quando Netflix mette 10 episodi di una serie online tutti insieme stai parlando proprio di un altro mondo del racconto. Uccidere un personaggio a metà film è diverso da ucciderlo a metà serie, perché ci hai passato 5 ore insieme, ci tieni molto di più. Ed è solo una delle molte opportunità narrative che offre la distribuzione digitale. Te lo dico, io mi sono davvero stancato della distribuzione nelle sale e della sua formula sempre uguale”.



**Quindi non hai troppe remore riguardo la potenziale morte della sala?**

“Se la morte della sala porta a qualcosa come Squid Game, cioè al fatto che un artista coreano può creare la serie più guardata su quella piattaforma anche più di quelle americane, beh allora per me quel che

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

abbiamo guadagnato non è male. In questi casi bisogna sempre considerare i pro e i contro, marginalizzare i contro e abbracciare i pro”.

**A fare l'avvocato del diavolo posso dirti che Parasite è riuscito a fare lo stesso, a battere gli americani agli Oscar ed essere visto in tutto il mondo, con un modello tradizionale...**

“Ma non è la stessa scala! Se scendi in strada ti sarà difficile trovare qualcuno che ha visto **Parasite**, invece non sarà difficile trovare qualcuno che abbia visto **Squid Game**”.

**Nella *diatriba* partita con Scarlett Johansson sui compensi che vengono dallo sfruttamento digitale dei film immagino che tu stia dalla parte dei talent giusto?**

“Al 100%. È un cambiamento epocale quello che stiamo vivendo, anche se ciclico, quando uscirono i DVD fu la stessa cosa. Sono sempre occasioni per le grandi corporation di grattare un po' di profitti dagli artisti. Quella finestra di sfruttamento non era proprio prevista nel contratto di **Scarlett Johansson**, nessuno poteva prevedere la pandemia o pensare che quel film sarebbe stato distribuito in quella maniera. E quella maniera ha senz'altro danneggiato i guadagni dalle sale e quindi intaccato il compenso pattuito. Assicurarsi che il compenso per il lavoro che facciamo rimanga equo è fondamentale e sono quindi contento che quella questione si sia risolta. Certo sarebbe stato meglio se non fosse accaduto in pubblico. Però ha dato il via a discussioni più grandi”.

**Che non mi pare siano finite. Ora le agenzie che rappresentano gli artisti stanno combattendo per creare dei nuovi contratti standard che prevedano quel tipo di compenso dalle uscite digitali e in sala. Forse ora la battaglia è anche più grossa e feroce...**

“Dipende. Netflix ad esempio ha un modello di contratto equo e ben stabilito (anche se non tutti credono sia equo) e molti sono contenti di lavorarci. Certo però Netflix guadagna i suoi soldi diversamente da Disney, quindi quello che va bene per loro non può andare bene gli altri. Ogni compagnia deve capire come compensare i propri artisti in caso di distribuzione digitale. Sai, ci sono decenni di precedenti quanto a contratti e contrattazione se parliamo di distribuzione in sala mentre, a parte Netflix, nessun precedente per l'online. Ci saranno parecchie turbolenze ma secondo me in un paio d'anni si risolverà tutto”.

**Due anni!?! Pensavo meno!**

“È quello che ci vuole perché si scrivano e firmino un numero sufficiente di contratti per creare dei precedenti, delle case history che ci consentano di arrivare ad una forma standard stabilita che soddisfa tutti”.

<https://www.badtaste.it/cinema/interviste/joe-russo-su-perche-ha-scelto-cattleya-per-la-citadel-italiana-e-quando-si-risolvera-la-guerra-tra-studios-e-agenti-excl/>

## Fare sistema per il reboot del 'Made in Italy'



Chiude l'edizione 2021 del Mercato Internazionale dell'Audiovisivo, con una keynote del Ministro degli Affari Esteri e della cooperazione internazionale Luigi Di Maio, titolata 'Made in Italy reboot', a cui partecipano anche il presidente ANICA Francesco Rutelli e il presidente APA Giancarlo Leone.

"E' un onore chiudere il MIA con il Ministro degli Esteri Luigi Di Maio del Ministero degli Affari Esteri, fondatore, insieme all'ICE, del Mercato", dice il direttore del MIA Lucia Milazzotto nell'introdurre l'evento.

"Vorrei fare i complimenti al MIA per i numeri notevoli - dice il Ministro - che rappresentano anche una ripartenza per le nostre città. Ringrazio il MIA a nome di tutto il governo italiano per aver ridato vitalità ai nostri territori e alla nostra economia. La diffusione delle nuove tecnologie sta trasformando i meccanismi produttivi. Il Mia è un'importante piattaforma di dialogo tra le realtà dell'audiovisivo nazionale e internazionale. L'audiovisivo è un settore di grande rilevanza per l'economia nazionale, con significative presenze femminili e giovanili. Parte del nostro patrimonio culturale, il cinema, la tv e l'audiovisivo raccontano l'Italia nel mondo, dal cinema del dopoguerra alla commedia ai capolavori del cinema contemporaneo. Al centro vanno le relazioni tra cultura, scienza e innovazione, attraverso il filo rosso della creatività. La creatività italiana si combina con il saper fare delle nostre maestranze. Puntiamo a valorizzare sempre di più questo 'soft power'. Alla Farnesina sarà creata una divisione dedicata alla diplomazia pubblica e culturale. Con le risorse messe a disposizione dai decreti legge Cura Italia e Rilancio abbiamo creato iniziative come la rassegna **Fare cinema**, giunta quest'anno alla quarta edizione, che vede impegnata la nostra rete all'estero per l'organizzazione di eventi, rassegne e altro, Corti d'autore, che ha generato **Dolente bellezza** con cui abbiamo celebrato il settimo centenario della morte di Dante Alighieri. E **Italiana, lingua, cultura, creatività**, portale creato col Ministero degli Affari Esteri per promuovere all'estero la cultura italiana, insieme a un'operazione congiunta con Ministero della Cultura, ANICA e Film Commission, per la valorizzazione di questa grande risorsa del **Made in Italy**".

Dice **Francesco Rutelli**, presidente ANICA: "Questo è il momento istituzionalmente più nuovo e importante del MIA di quest'anno. Abbiamo aperto il MIA con il Ministro della Cultura Dario Franceschini, ma il fatto che il Commercio Estero attraverso l'ICE e la volontà politica della Farnesina acquistino volontà economica e commerciale internazionale, e questo assemblamento del 'soft power', come ha detto il Ministro, è un cambiamento cruciale. Il messaggio è di sistema, perché il MIA è un evento di sistema. Questo cambio di volontà è un fatto innovativo. Abbiamo discusso nei mesi scorsi del dramma dell'Afghanistan e tutti hanno osservato che è stata una failure dal punto di vista dell'"hard power", cioè del fatto militare, ma legata anche a una crisi del 'soft power'. Nel mondo complicato in cui stiamo entrando, che il Ministero degli Esteri diventi il protagonista di queste strategie è fondamentale per il nostro essere italiani ed europei".

**Giancarlo Leone**, presidente dell'APA: "Il mondo del cinema in questi anni è stato in evoluzione, al netto della pandemia, e in Italia il governo ha lavorato in modo importante per contribuire a questo successo. Il Ministro della Cultura ha dato un grande contributo, lavorando ad esempio sul tax credit, e questo è stato fondamentale per andare avanti nonostante la pandemia. Ma mancava una reale politica con strategia di sostegno da parte delle istituzioni verso una presenza sempre più forte e internazionale del nostro prodotto. Il fatto che ci siano direzioni generali nel nuovo assetto che si occupino della promozione integrata e della diplomazia pubblica e generale è una notizia straordinaria perché consente per la prima volta di poter fare veramente sistema tra l'istituzione e le realtà culturali, produttive e associative come ANICA e APA. Ci permette di fare squadra e fare un sistema che consenta sempre di più la pianificazione. Senza il Ministero degli Affari Esteri e senza l'ICE il MIA non esisterebbe. E' un aiuto fondamentale soprattutto se fatto con lungimiranza per investire e poi poter pretendere che l'investimento ritorni. Per questo oggi è un giorno importante per l'intera filiera".

<https://news.cinecitta.com/IT/it-it/news/53/87655/fare-sistema-per-il-reboot-del-made-in-italy.aspx>

## Premi MIA: 'Marina Cicogna' vince il Lazio Frames Award



Il MIA | MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO, diretto da Lucia Milazzotto, premia progetti indipendenti, per sostenere l'accesso al mercato e celebrare il talento e la capacità produttiva. In questa direzione si inserisce la collaborazione ormai triennale con WarnerMedia, che ha visto l'annuncio di nuove iniziative per il 2022 da parte di Marco Berardi CEO Boing SpA e VP Head of Advertising WarnerMedia Italia, Spagna e Portogallo.

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. Il Premio è stato vinto da **Marina Cicogna, The Producer** diretto da Andrea Bettinetti e prodotto da Riccardo Biadene per Kama Productions, con la seguente motivazione: "Giovane casa di produzione romana che esplora l'espressione artistica nelle varie forme. Con questa opera si vuole ripercorrere la carriera di una donna come Marina Cicogna che nella produzione e nella storia del cinema mondiale ha dato voce a grandi autori e registi attraverso un percorso personale e appassionato. Il racconto del cinema attraverso il documentario permette di fissare sullo schermo il racconto di una tradizione di eccellenza da ricordare e far conoscere ai nuovi giovani talenti". Marina Cicogna e Riccardo Biadene hanno ritirato il premio dal Presidente di Lazio Innova, Nicola Tasco.

Il PREMIO PARAMOUNT+ è stato assegnato al miglior progetto presentato al Drama Pitching Forum 2021 da una giuria di esperti nominata da ViacomCBS International Studios. Il riconoscimento viene vinto in ex aequo da: **Gold War** di Teodora Markova, Georgi Ivanov, Nevena Kertova e prodotto da AGITPROP, con la seguente motivazione: "Un potente e coinvolgente sport drama ambientato durante la Guerra Fredda che mescola in modo affascinante e originale la storia, la politica e la sfera più intima ed emotiva degli atleti. Un racconto avvincente e ricco di sfumature che giustappone la bellezza dello sport ad un regime privo di anima, che sottoponeva gli atleti a pressioni mentali e fisiche per mostrare la forza della macchina statale, il tutto per propaganda ideologica. Siamo rimasti anche colpiti dall'uso sapiente di toni diversi e dalla commistione di grazia, leggerezza e potenza". E da **Fireworks** di Susanna Nicchiarelli, prodotto da Fandango e Matrioska, "una serie che è un inno alla lotta per la libertà, un racconto di formazione ambientato in un periodo importante della storia italiana. La liberazione del Paese dal nazifascismo viene raccontata da punto di vista inedito, quello di un gruppo di ragazzini indomiti: immaginifico, pieno di speranza e poetico allo stesso tempo. Siamo rimasti estasiati anche dal pitch evocativo e appassionato".

Menzione speciale al progetto **Coverdale** di Paula Alvarez Vaccaro, Aaron Brookner e prodotto da Pinball London. Questa la motivazione: "Dark comedy divertente e fresca che esplora la distruzione di ogni tipo di fondamentalismo con sarcasmo e arguto cinismo. La serie ha tutto il potenziale necessario per creare un vasto universo con personaggi complessi e diverse possibilità di storylines. Il pitch è stato molto intrigante e divertente". Hanno ritirato il premio per i rispettivi progetti, Teodora Markova, writer/creator, Martichka Bozhilova, lead producer di AGITPROP, la regista Susanna Nicchiarelli, Laura Buffoni producer Fandango, Costanza Coldagelli producer Matrioska e Paula Alvarez Vaccaro, producer, creator, writer Pinball London. Questo importante riconoscimento è stato consegnato da Jaime Ondarza, Executive Vice President and General Manager South Hub, ViacomCBS EMEA e Douglas Craig - SVP International SVP, Programming & Acquisitions ViacomCBS Networks International.

Per il quarto anno consecutivo, National Geographic torna a sponsorizzare il prestigioso NAT GEO Award per il Miglior Pitch, confermando la vocazione della Divisione Unscripted del MIA nell'individuare progetti capaci di combinare grandi qualità artistiche e produttive e significative potenzialità commerciali. Il progetto vincitore di quest'anno è **Odyssey: Behind the Myth** di Massimo Brega e prodotto da Camilla Tartaglione per KEPACH PRODUCTION. Questa la motivazione: "Un progetto storiografico coinvolgente e profondamente in linea con i valori

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001



Evento: MIA MARKET

Testata: Cinecittà News

Data: 16/10/2021

di ricerca e di esplorazione del brand National Geographic. Crediamo che studiare con metodi d'indagine moderni e raccontare l'Odissea in modo divulgativo e allo stesso tempo autorevole, contribuisce a capire meglio il passato e di conseguenza il presente tenuto conto che si tratta - come sappiamo - di uno dei racconti più importanti della nostra storia e pilastro della nostra civiltà. Abbiamo premiato l'ambizione ed il coraggio di Massimo, Camilla e il loro team perché la storia di *Odyssey: Behind the Myth* ha grandi potenzialità per diventare un documentario di grande impatto, capace di raccontare ad un ampio pubblico-globale- la storia del meraviglioso viaggio di Ulisse, che in fondo è la storia dell'uomo". Paola Acquaviva, Programming sr. Manager Factual per National Geographic, ha consegnato il premio al regista Massimo Brega e alla produttrice Camilla Tartaglione (KEPACH PRODUCTION).

I titoli della categoria C EU SOON si sono contesi lo **SCREEN INTERNATIONAL BUYERS' CHOICE AWARD**. Il premio consiste in una speciale copertura stampa che la prestigiosa testata inglese dedicherà al film vincitore durante tutto il suo ciclo di vita, dalla produzione, all'uscita in sala e al futuro debutto nei circuiti festivalieri. Vince **Māsas (Sisters)** di Linda Olte, prodotto da Fenixfilm e Albolina. Hanno ritirato il premio la regista Linda Olte e il produttore Matiss Kaza. Il premio è stato consegnato dalla giornalista Melanie Goodfellow di 'Screen International'.

Il PREMIO CARLO BIXIO promosso da APA, RTI e RAI, realizzato con il patrocinio di SIAE e con il supporto della società bancaria Cordusio, insignito della Medaglia del Presidente della Repubblica, giunto alla sua decima edizione, è rivolto ai giovani under 30 ai quali anche quest'anno viene chiesto di presentare un progetto di serialità senza limiti di genere, che rispetti i valori di novità, originalità, creatività e internazionalizzazione di cui da sempre il Premio si fa promotore. Nel rispetto dell'alternanza - edizione dopo edizione - tra i due broadcaster promotori è RTI a mettere in palio i premi di quest'anno, assegnati per le due categorie di concept di serie e sceneggiatura.

Il Premio Carlo Bixio per la Migliore Sceneggiatura è stato vinto da **Knives** di Giacomo Caceffo e Marco Colombo. "Per la costruzione narrativa, la cura dei dialoghi, la caratterizzazione approfondita dei personaggi, l'attenzione ai dettagli, che rivelano il talento degli autori nel costruire un mondo, quello della cucina di alto livello, che sebbene molto frequentato nella narrazione appare invece qui vivificato e moderno, al punto da risultare inedito".

Il Premio Carlo Bixio per il Miglior Concept di serie è stato vinto da **Piante grasse** di Elisa Pulcini, Alessandro Logli e Francesca Nozzolillo, con la seguente motivazione: "Per l'impianto narrativo ricco e variegato e per i tanti spunti divertenti e umanissimi con cui si seguono le tragicomiche avventure della famiglia protagonista: i Mariani, squinternati occupanti di un ex albergo alla periferia di Roma, assai scorretti e borderline ma legati da inossidabili sentimenti di affetto e solidarietà; tenaci nel difendersi dalle aggressioni esterne ma ricchi di linfe vitali... come piante grasse".

Ai vincitori rispettivamente 10mila e 5mila euro a fronte di un contratto con RTI. La Società Cordusio, che per il secondo anno consecutivo sostiene l'iniziativa, premia con 1000 euro e la targa CORDUSIO per i Giovani il progetto **Conigli neri** di Domenico Davide Angiuli. Questa la motivazione: "log ambientalisti, eco-terrorismo, una comune clandestina persa tra boschi gelidi e paesaggi invernali. Questi sono gli elementi originali e trattati in modo sapiente, spina dorsale di questa storia che mescola i generi dell'action e del crime, attraverso personaggi ben costruiti, dialoghi secchi e brillanti, in un'ambientazione del tutto inedita e suggestiva come quella delle montagne austriache".

Sul palco per consegnare i Premi, il Presidente APA Giancarlo Leone, Gabriella Campenni Bixio, Presidente del Premio, Daniele Cesarano, Direttore Fiction RTI - Gruppo Mediaset ed Emanuele Malaspina della società Cordusio.

<https://news.cinecitta.com/IT/it-it/news/53/87667/premi-mia-marina-cicogna-vince-il-lazio-frames-award.aspx>



## GREEN / In arrivo il Protocollo per i documentari



Dovrebbe essere pubblicato entro la fine dell'anno il protocollo del **Green Film per i documentari**: un disciplinare ad hoc che tenga conto della particolarità di questo genere di produzioni, che già partono 'avvantaggiate' rispetto alle opere di finzione il cui impatto ambientale è molto maggiore: lo ha detto **Gianluca De Angelis**, produttore di **Doc.it**, all'interno del panel del **MIA di Roma** dedicato alla green production e alla sostenibilità (**The Ecological Transition of the Sector, Italy at the Center**):

"I documentari di creazione sono green per natura, cionondimeno c'è bisogno di adottare dei parametri comuni, lavorando sulla possibilità di attuare percorsi di formazione, sulla figura del green manager, e cercando di capire se si possono attivare delle convenzioni con gli enti certificatori perché i budget dei documentari sono più ridotti. Intanto abbiamo definito un primo draft e abbiamo deciso di iniziare con un caso pilota, **Eroina**, prodotto da Francesco Virga, che inizierà le riprese il prossimo mese, il green manager è già in contatto con il produttore."

E anche al di fuori dei set dei documentari "la definizione più compatta di uno standard e la necessità di smuovere, anche a suon di incentivi, una quantità più ampia di produttori che inizino a pianificare la sostenibilità delle proprie produzioni" è uno degli obiettivi futuri più stringenti secondo **Luca Ferrario**, intervenuto al panel in qualità di vicepresidente di **Italian Film Commission**, che da maggio ha adottato il Green Film, sviluppato da **Trentino Film Commission**, certificato da **ISPRA** come base per il marchio nazionale, e ad oggi attivato da Emilia Romagna e Veneto Film Commission.

"Il Trentino ha anticipato su alcuni temi, come la sostenibilità e la formazione, il PNRR, che - ricorda **Salvatore Curcuruto**, dirigente servizio certificazioni ambientali, **ISPRA**, -mette a disposizione 6 miliardi (su 250) per cultura e turismo. Adesso anche i porti turistici, ad esempio, vogliono mettere in piedi una propria certificazione per la sostenibilità, l'interesse è crescente."

Un ruolo di primo piano rispetto ai fondi del PNRR è quello di Cinecittà, che, come ricorda **Andrea Spagna**, Marketing, Brand&Business Development della società, "ha un budget allocato per la transizione ecologica: vogliamo affrontare in modo serio e rigoroso il tema della sostenibilità, e siamo in fase di studio. Abbiamo parlato con Luca Ferrario dell'eventualità di realizzare un disciplinare ad hoc per gli studios, e stiamo guardando ad altri studi, come quelli di Los Angeles, dove esistono figure di green manager che si occupano stabilmente di queste cose, e dove il PGA Green Guild, oltre ai produttori indipendenti include anche gli studi: questo potrebbe essere il modello. Negli USA, non esistendo gli incentivi alla produzione sostenibile, tutto è lasciato alla discrezionalità dei singoli, ma c'è un tema di brand equity molto forte, per cui 'non puoi permetterti' di non comportarti virtuosamente. La nostra ambizione per il 2026, quando si concluderà il piano di sviluppo, non è solo quella di diventare uno studio sostenibile, ma di contribuire attivamente alla diffusione di questa cultura."

<https://www.cinemaevideo.it/green-in-arrivo-il-protocollo-per-i-documentari>

## MEDIA / Criticità e opportunità dei partneriati del nuovo corso



Una dotazione decisamente più consistente ma fondi più complessi da ottenere, soprattutto da parte degli indipendenti: è questa la considerazione prevalente che è emersa all'incontro dedicato alle partnership come acceleratori del potenziale internazionale dei progetti sostenuti dal nuovo programma **MEDIA Europa Creativa**, svoltosi oggi, 16 ottobre, al **MIA di Roma**, e all'interno del quale **Giuseppe Massaro**, Project Officer del desk italiano di Europa Creativa Media (Roma-Cinecittà) ha illustrato le principali novità del nuovo programma MEDIA lanciato a fine giugno, dove la cooperazione europea viene ampliata lungo tutta la catena del valore. E in particolare i quattro bandi dedicati al Co-Sviluppo, alle piattaforme e agli operatori VOD, alla distribuzione (il nuovo Films on the Move) e ai Festival.

**Francesco Virga**, presidente di **Doc.it**, ha lanciato un appello affinché venga fatta una riflessione sull'eventualità di rivedere alcune misure, in nome dello "straordinario patrimonio sociale e culturale" che Media rappresenta: "in generale è necessario migliorare la comunicazione fra i regolatori e gli operatori. Media sta cercando di coniugare l'eccezione culturale con una dimensione business, e nel far questo il rischio è di escludere proprio la parte che dà il contributo maggiore in termini di innovazione, come il mondo della produzione indipendente. All'interno del comparto del documentario, ad esempio, che rappresenta l'eccezione culturale, avevamo chiesto di chiudere la finestra temporale che intercorre fra la presentazione della domanda e l'ingresso in produzione." Criticità espresse anche sul fronte della distribuzione, da **Lydia Genchi**, responsabile della distribuzione di **No.Mad Entertainment**, sul nuovo bando **Films on the Move**, e in particolare sul fatto che tutto il progetto distributivo sia adesso in mano all'agente di vendita, responsabile di allocare il budget all'interno del pool di 7 distributori: "questo è un cambio interessante, ma spesso per il capofila diventa difficoltoso coordinare 7 dossier, per cui accade che alcuni sales agents decidano di saltare la domanda. Ulteriori difficoltà sono il fatto di coordinare le date di uscita in paesi che rappresentano mercati diversi, e quelle legate alla solvibilità del venditore, in quanto molti venditori internazionali sono giovani e, seppur affidabili e capaci, non hanno grandi credenziali."

La principale novità di Films on the Move è l'ingresso, all'interno del pool dei 7 distributori, anche di operatori che distribuiscono su piattaforme digitali, pur rimanendo prevalente, per lo meno a livello di indicazioni, la distribuzione in sala. E di distribuzione digitale ha parlato **Silvia Cibien**, delegato generale di **Eurovod**, network che conta 42 membri da 20 paesi, di cui 31 piattaforme, 9 membri associati (piattaforme Tek o Service Providers) e 2 membri consultativi. Sono 11 i nuovi membri da ottobre 2020: "Sono quasi tutte piattaforme internazionali, molto diverse fra loro ma molto curate editorialmente, in cui il rapporto con l'audience si basa sulla costruzione della fiducia, un po' come

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

accade con una sala d'essai. E soprattutto, abbiamo capito che non siamo necessariamente l'ultimo anello della catena, basta vedere l'esempio di Filmin, che ha dato visibilità a film che hanno avuto un modesto successo nei festival e che poi sono invece arrivati in sala grazie al suo lavoro e al passaparola che ha generato."

**Carolina Stera**, Festival Event Manager del **Trieste Film Festival**, ha espresso la sua preoccupazione per il nuovo bando che nel nuovo corso sosterrà non più i singoli festival ma le reti di festival. "Con il Trieste Film Festival e il network **MIOB** di cui fa parte siamo stati finora beneficiari di entrambi i sostegni: finanziare i network è senz'altro un valore aggiunto, ma per festival che esistono già singolarmente, e che decidono in un secondo momento di far rete, non tanto per rispondere ad un bando, ma in seguito alla costruzione di una relazione di fiducia e di scambio continuo, come quello che ci ha portato a promuovere una green chart, a cui stiamo lavorando, sugli obiettivi di sostenibilità che ci siamo dati."

<https://www.cinemaevideo.it/media-criticita-e-opportunita-dei-partneriati-del-nuovo-corso>

## MIA / Tutti i premi



Si conclude oggi, 17 ottobre, la settima edizione del MIA, il mercato dell'audiovisivo di Roma, "un incredibile momento di ripartenza per l'industria, 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" come l'ha definito la sua direttrice **Lucia Milazzotto**, durante la cerimonia conclusiva di premiazione che "segna un intervento diretto da parte del MIA per lo sviluppo di progetti indipendenti, anche grazie a collaborazioni consolidate con diversi interlocutori istituzionali e industriali." Fra questi, Warner Media, il cui vice presidente & CEO di Boing (Cartoon Network), **Marco Berardi**, ha annunciato che "sulla scia del successo delle iniziative organizzate negli ultimi anni, torneremo anche per la prossima edizione con un premio per un giovane creativo che ci presenti un'idea innovativa in una lingua che possa viaggiare attraverso le piattaforme.

Il **Lazio Frames Award**, assegnato da **Regione Lazio** al titolo (scelto nelle sezioni del **MIA - What's Next Italy, GREENlit e Italians Doc It Better**) che più valorizza il territorio rappresentando al meglio le potenzialità produttive del Lazio, e mettendo in evidenza i talenti e le location del territorio, è stato vinto da **Marina Cicogna, The Producer** diretto da **Andrea Bettinetti** e prodotto da **Riccardo Biadene** per **Kama Productions**.

Premio ex aequo per il miglior progetto presentato al **Drama Pitching Forum 2021** da una giuria di esperti nominata da **ViacomCBS International Studios** : se lo spartiscono **Fireworks**, di **Susanna Nicchiarelli**, prodotto da **Fandango e Matrioska e Gold War** di **Teodora Markova, Georgi Ivanov, Nevena Kertova** e prodotto da **AGITPROP**. Una menzione speciale è andata invece a **Coverdale** di **Paula Alvarez Vaccaro, Aaron Brookner** e prodotto da **Pinball London**.

Per il quarto anno consecutivo, **National Geographic** torna a sponsorizzare il **NAT GEO Award** per il Miglior Pitch della Divisione Unscripted del MIA: il vincitore è **Odyssey: Behind The Myth** di **Massimo Brega** e prodotto da **Camilla Tartaglione** per **Kepach Production**.

**Másas (Sisters)** di **Linda Olte**, prodotto da **Fenixfilm e Albolina** con il supporto di **Idm Film Funding dell'Alto Adige** si è aggiudicato lo **Screen International Buyers' Choice Award**, riservato alla categoria **C EU SOON**, consistente in una speciale copertura stampa durante tutto il ciclo di vita del film da parte della testata inglese.

Evento: MIA MARKET

Testata: Cinema e Video International

Data: 17/10/2021

Infine, il MIA ha ospitato la decima edizione del **Premio Carlo Bixio**, promosso da **APA, RTI e RAI**, realizzato **con il patrocinio di SIAE** e con il supporto della società bancaria **Cordusio**, e insignito della **Medaglia del Presidente della Repubblica**. I premi di quest'anno, assegnati per le due categorie di sceneggiatura e concept di serie, del valore rispettivamente di diecimila e cinquemila euro a fronte di un contratto con RTI, sono andati a **Knives di Giacomo Caceffo e Marco Colombo**, e **Piante Grasse di Elisa Pulcini, Alessandro Logli e Francesca Nozzolillo**.

La Società **Cordusio**, che per il secondo anno consecutivo sostiene l'iniziativa, premia con mille euro e la targa **CORDUSIO per i Giovani** il progetto **Conigli Neri** di **Domenico Davide Angiuli**.

[https://www.cinemaevideo.it/mia-tutti-i-premi?utm\\_source=newsletter&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=concluso il mia segnale della ripartenza&utm\\_term=2021-10-26](https://www.cinemaevideo.it/mia-tutti-i-premi?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=concluso%20il%20mia%20segnale%20della%20ripartenza&utm_term=2021-10-26)



## L'animazione italiana al MIA e alla Festa del Cinema



Oltre l'animazione del mainstream made in Usa ("La Famiglia Addams 2", in uscita con Eagle Pictures il 28 ottobre) e quella giapponese di un maestro riconosciuto come Mamoru Hosoda (candidato agli Oscar 2019 con il lungo "Mirai"), per la prima volta a Roma con il suo ultimo lungometraggio "Belle", entrambi eventi della sezione parallela **Alice nella Città**, l'animazione italiana ha fatto bella mostra di sé al **Mia** e alla **Festa del Cinema**.

All'Auditorium Parco della Musica anche una mostra sul percorso artistico di Zerocalcare, il più celebre fra i fumettisti italiani e il più romano, che si è associato a uno studio milanese, **MoviMenti** ("Topo Gigio"), per "Strappare lungo i bordi", la sua prima serie animata, dal 17 novembre in esclusiva su Netflix in tutti i Paesi in cui il servizio è attivo. Presentata sia al Mercato Internazionale dell'Audiovisivo che alla Festa del Cinema con il tutto esaurito in sala, l'attesissima "Strappare lungo i bordi", è una serie originale tutta italiana di sei episodi da 17 minuti scritta e diretta da Zerocalcare, pseudonimo di Michele Rech, con i personaggi cult del suo universo come Secco, Sarah, l'Amico Cinghiale e l'iconico Armadillo, la cui voce è prestata da Valerio Mastandrea.

Nella giornata di venerdì 15, dedicata dal Mia in parte all'animazione, oltre alla serie "Strappare lungo i bordi" per il pubblico più adulto, a cura di **APA** e **Cartoon Italia**, è stata presentata una selezione dei prodotti italiani di animazione della stagione 2021 - 2022, per la maggior parte destinati al pubblico prescolare.

Tuttavia sono i contenuti animati per bambini più grandi quelli che i broadcaster cercano maggiormente o per una visione condivisa, come successo durante la pandemia. "Rai Ragazzi e BBC Children's: servizio pubblico e animazione per un pubblico di adolescenti" è stato infatti il titolo dell'incontro fra il direttore di **Rai Ragazzi Luca Milano** e **Sarah Muller**, Responsabile commissioning e acquisizioni per la fascia d'età 7-12 anni della **BBC**. "L'offerta per gli 8/14 anni è per noi sempre più importante", ha spiegato Milano, "è un'età difficile, complicata, attualmente vogliamo promuovere la fiducia in sé stessi, vogliamo dare ai ragazzi degli strumenti. Sono certo che in futuro la smart tv ci aiuterà ad aumentare l'esperienza di co-viewing. Dobbiamo raggiungere un'audience sempre più ampia, con una presenza maggiore su **RaiPlay** - ha continuato il direttore - che è un vero e proprio competitor delle piattaforme, i canali televisivi stanno perdendo sempre più pubblico". Per Milano occorre inoltre essere contemporanei, per questo si dovrebbe anche riprendere l'esperienza del **GT Ragazzi su RaiTre**, ovvero l'informazione per ragazzi che BBC continua a proporre. "Con la BBC condividiamo gli stessi obiettivi, punti di vista, abbiamo in comune anche l'approccio al pubblico, abbiamo anche contenuti analoghi come le serie animate "Bing" e "Pablo" e altre, la cosa più difficile è avviare coproduzioni, non solo per bambini, ma anche live action per il prime time, ma stiamo cercando di avviare progetti in questo senso", ha detto Milano. Anche per

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

Sarah Muller le cose in comune con Rai Ragazzi sono molte, fra le quali "una grossa concorrenza da parte delle piattaforme come **Netflix, YouTube**, che ci hanno rubato spettatori, che pensano che queste piattaforme siano il top, il non plus ultra. In realtà per un bambino è difficile trovare qualcosa su Netflix fra migliaia di contenuti, hanno più spettatori per ciò che gli spettatori già conoscono, ma noi abbiamo i nostri canali che sono delle vetrine, questo vantaggio i nostri competitor non ce l'hanno, lo dobbiamo sfruttare". Milano ha quindi proposto di avviare grandi progetti insieme per non lasciare il campo libero a Netflix, "anche noi possiamo essere cool". La BBC sta infatti cercando nuovi contenuti per i due canali: "anche noi vogliamo concentrarci sull'animazione, possiamo sicuramente interagire, confrontarci", ha detto Muller che sta attualmente analizzando circa mille delle duemila proposte arrivate sulla sua scrivania. Chissà quindi se in un prossimo futuro anche i progetti e le serie animate italiane potranno arrivare sugli schermi inglesi con maggiore facilità. Intanto alla Muller, ma non solo, i produttori hanno presentato il meglio dell'attuale produzione italiana, da "Pinocchio & Friends", il prossimo titolo della **Rainbow** che andrà in onda in prima visione assoluta su **Rai Yoyo** alla fine di novembre, e "Summer e Todd - L'allegria fattoria", l'ultima serie del gruppo di Iginio Straffi da poco in onda sempre sul canale pubblico leader per i bambini in età prescolare, a "Nefertina" di Maurizio Forestieri che dal primo novembre arriva su Rai Yoyo con tutti e 52 gli episodi della serie. Sempre dalla romana **Graphilm** arriverà presto anche "La custodia", uno special tv sul diritto di ogni bambino a sognare il proprio futuro, del quale al Mia sono state presentate le primissime immagini. Beq Entertainment ha invece mostrato lo special sull'autismo per Rai Yoyo "Lo specchio di Lorenzo", del quale Il Battello a Vapore ha appena pubblicato il libro con le illustrazioni del film di Sarah Khoury, scritto da Gabriele Clima. In anteprima anche le immagini della nuova serie "Mini Cuccioli" del **Gruppo Alcuni** con i celebri piccoli protagonisti che stavolta iniziano la scuola, dalla prossima settimana su Rai Yoyo. Il gruppo trevigiano ha inoltre presentato anche la seconda stagione di "Leo da Vinci" per Rai Gulp mentre "Gli Acchiappagiochi" è il nuovissimo titolo dello Studio Bozzetto che andrà su Rai Yoyo dove sbarcheranno anche i teneri personaggi colorati di "One Love", 26 episodi da 7 minuti in produzione fra **T-Rex Digimation, Rigotz Stories** e **Mondo TV Studios** e Italia con **Rai Ragazzi**. Da T-Rex Digimation e Rigotz Stories anche "Animal House", una serie per RaiPlay dedicata a un pubblico più grande nella quale Andrea Zingoni torna a proporre il linguaggio surreale che piace ai giovani spettatori dopo il successo di "Gino Il Pollo". Al Mia anche alcune immagini di "Yaya e Lennie - The Walking Liberty", "una favola green, un canto di ribellione, un inno alla libertà", nonché terzo lungometraggio di Alessandro Rak con **Mad Entertainment**, evento Nexo Digital dal 4 al 7 novembre, con un parterre di voci di prestigio, da Lina Sastri, la narratrice, a Massimiliano Gallo e Francesco Pannofino.

E infine, è proprio la voce, o meglio, sono proprio le vocalizzazioni che danno lustro ai "Puffins", una web serie animata disponibile su **Apple TV** e **Amazon** di **Iervolino & Lady Bacardi Entertainment** con **Johnny Depp** nel ruolo di Johnny Puff, uno dei cinque pulcinella di mare protagonisti, presentata dallo stesso attore alla Festa del Cinema. Come ha spiegato il produttore **Andrea Iervolino**, la serie da 380 episodi di 5 minuti, spin-off del lungometraggio d'animazione "Artic - Un'avventura glaciale", è stata realizzata da "160 artisti tutti italiani, fra i quali 108 storyboard artist basati per la maggior parte a Roma. Ci siamo concentrati sul formato corto, con una qualità del CGI cinematografica. Abbiamo deciso di fare il blockbuster del formato breve, su questo non abbiamo concorrenza", ha dichiarato Iervolino che oltre a questo titolo sta sviluppando altre otto IP. "Mi auguro di realizzare altri film con Andrea e Monika", ha concluso Depp, arrivato all'incontro con oltre due ore di ritardo. Ma a una star del suo calibro, si perdona. Lo ha fatto anche Pierfrancesco Favino che per l'incontro su "Promises", il suo ultimo film, si è spostato nella sala dove la stampa attendeva il pirata dei Caraibi, scusandosi "per la puntualità". Ma la stampa potrà mai perdonare la terribile piattaforma per le prenotazioni online Boxol?

[https://www.cinemaevideo.it/animazione-italiana-al-mia-e-alla-festa-del-cinema?utm\\_source=newsletter&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=concluso\\_il\\_mia\\_segnaledella\\_ripartenza&utm\\_term=2021-10-26](https://www.cinemaevideo.it/animazione-italiana-al-mia-e-alla-festa-del-cinema?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=concluso_il_mia_segnaledella_ripartenza&utm_term=2021-10-26)



## Audiovisivo, un mercato da 1,3 miliardi

La produzione audiovisiva in Italia vale nel complesso circa 1 miliardo e 300 milioni di euro. La produzione di serialità pesa per oltre 600 milioni ed è in continua crescita.

È il dato principale che emerge dal **3° Rapporto Apa** sulla produzione Audiovisiva, presentato al **Mia**.

### Il valore della produzione Fiction aumenta nel 2020 del 28%.

Gli operatori Svod valgono il 15% del totale, 4 punti in più rispetto al 2019.

### La fiction è il genere che attrae i maggiori investimenti:

+ 205 milioni tra il 2017 e il 2020 (+50%) e + 135 milioni tra il 2019 e il 2020 (+28%), risultati che si devono soprattutto allo sviluppo delle piattaforme streaming.

Il valore della produzione di animazione si attesta sui 75 milioni. Gli altri generi (documentari, intrattenimenti, talk show) valgono circa 350 milioni

**La Rai si conferma protagonista assoluta della fiction**, con più di tre quarti delle ore complessive trasmesse, mentre l'offerta di produzioni originali sulle piattaforme passa dal 9% all'11%.

**MIA**  
**Always ahead**  
Upgrade your business.

Mercato Internazionale  
Audiovisivo  
Film - Drama - Doc  
ROME

<https://www.monitor-radiotv.it/w/audiovisivo-un-mercato-da-13-miliardi/>

## **APA – LEONE: “In Italia cresce la produzione di serie tv. Al governo chiediamo di cancellare la tassa di concessione”**



### **Presentato al MIA il 3° Rapporto sulla produzione audiovisiva**

APA, l'Associazione Produttori Audiovisivi ha presentato il 3° Rapporto APA sulla Produzione Audiovisiva Nazionale: la produzione audiovisiva nazionale nel corso del 2020 ha superato il valore di 1,2 miliardi di euro e si stima un incremento del 14% dal 2020 al 2023.

Il documento è stato illustrato oggi a Roma, nell'ambito del MIA – Mercato Internazionale Audiovisivo, dal Presidente di APA, Giancarlo Leone, alla presenza di Maria Pia Ammirati, Direttore Fiction RAI, Eleonora Andreatta, Vice Presidente delle Serie Originali italiane Netflix, Daniele Cesarano, Direttore Fiction RTI SpA – Gruppo Mediaset.

Dal 3° Rapporto APA sulla produzione audiovisiva italiana emergono alcuni dati significativi che testimoniano in primis come nella filiera del mercato audiovisivo, fra i segmenti a monte della catena del valore, le attività relative alla produzione di contenuti costituiscono la componente centrale e più proficua sia sul piano dell'impatto economico sia su quello sociale e culturale.

A questo proposito è possibile individuare alcune importanti tendenze in atto, fra cui:

la produzione di opere originali è centrale e indispensabile per tutte le piattaforme di consumo audiovisivo, lineari e non lineari.

Il valore della produzione di Fiction destinata alla Tv e alle piattaforme non lineari cresce nel corso del 2020 del 28% grazie all'incremento della spesa degli operatori VoD e alla crescita della contribuzione dei produttori, sostenuta dall'incremento del Tax Credit.

La contribuzione degli operatori SVoD vale il 15% circa del totale costo di produzione. Il valore è in crescita di 4 punti percentuali rispetto al 2019.

Fra il 2021 e il 2023 la domanda degli operatori dello SVoD potrebbe crescere notevolmente portando gli investimenti in Fiction a raggiungere, già nel 2023, quelli effettuati dagli operatori della TV lineare.

**Daniele Mignardi Promopressagency**

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: **Daniele Mignardi Promopressagency** - Twitter: **@DanieleMignardi**

Partita IVA 12450721001

La Fiction, destinata alle piattaforme TV e VoD, è il genere audiovisivo che attrae maggiori investimenti e che ha registrato un tasso di crescita estremamente elevato anche durante la pandemia Covid-19: +205 milioni fra il 2017 e il 2020 (+ 50%) e + 135 milioni fra il 2019 e il 2020 (+28%). La crescita della produzione di fiction è dovuta essenzialmente al forte sviluppo del VoD e alla conseguente crescita degli investimenti degli operatori VoD in prodotti originali italiani.

Il valore della produzione originale di titoli di Animazione nel 2020 si attesta sui €77 milioni e quello di tutti gli altri generi (documentari, intrattenimento, Talk Show e programmi di approfondimento e culturali) è di circa €350 milioni. Mentre gli investimenti per i film destinati alla Sala cinematografica sono stimati in flessione a causa delle restrizioni Covid-19 che hanno duramente colpito il comparto.

Nella stagione 2020-2021, l'offerta di fiction corrisponde a 532 ore di prime visioni e RAI si conferma leader assoluta nella trasmissione della fiction italiana, offrendo più di tre quarti delle ore stagionali. L'offerta di prodotto seriale inedito sulle piattaforme (Rai Play, Now, Netflix, Amazon Prime Video, Disney+), pur restando largamente minoritaria, registra, nel passaggio inter-stagionale, una crescita sul volume orario complessivo, passando dal 9% (2019-2020) all' 11% (2020-2021).

L'offerta Unscripted 2021 "lineare" vede invece un balzo in avanti nel numero di titoli di produzione indipendente (+11%) rispetto alla stagione pre-pandemica, ma il volume delle ore premia la produzione interna ai broadcaster. La produzione indipendente prevale invece come modello produttivo di riferimento per il contenuto digital only.

Sia nell'offerta della Tv lineare che dei servizi streaming, cresce come "genere intensivo" il Docu-Unscripted. Tuttavia, i contributi economici destinati alle opere docu-unscripted tra il 2018 e il 2020 rappresentano solo il 4,4% del totale delle risorse erogate per la produzione di opere audiovisive.

«In questo contesto di forte trasformazione assume un ruolo sempre più importante – ha spiegato il Presidente APA Giancarlo Leone – l'offerta delle piattaforme on demand con investimenti rilevanti nel settore, che raggiungeranno 250 milioni di euro l'anno in sola serialità tv entro il 2023. Per questi motivi occorrono regole di ingaggio tra gli streamers ed i produttori indipendenti per una equa e corretta valorizzazione dei diritti ed una loro limitazione temporale. La legge consente alle associazioni maggiormente rappresentative di trovare accordi con i soggetti rilevanti del mercato: proponiamo un patto tra produttori e piattaforme che sia in grado di interpretare correttamente il cambiamento e la crescita nel rispetto dei diritti e degli investimenti di chi realizza le opere.

Altrimenti sarà il governo, con la regolamentazione prevista a carico di MIC e MISE, a doversene fare carico. Ci appelliamo inoltre al governo perché il recepimento della direttiva europea sui fornitori di servizi media è stato interpretato erroneamente in Italia con misure restrittive per la raccolta pubblicitaria del servizio pubblico. Stimiamo in circa 100 milioni l'anno il danno per RAI, che preoccupa i produttori di contenuti culturali, a partire dai produttori audiovisivi e cinematografici, per il possibile impatto negativo sugli investimenti annui nel settore. Per questo proponiamo la cancellazione della tassa sulla concessione governativa su canone che consentirebbe di neutralizzare gli effetti della riforma degli affollamenti pubblicitari sulla RAI.»

<https://www.viviroma.tv/attualita/notizie/apa-leone-in-italia-cresce-la-produzione-di-serie-tv-al-governo-chiediamo-di-cancellare-la-tassa-di-concessione/>



## Di Maio: “L’export italiano continua a correre”



"L'export italiano continua a correre! Anche ad agosto, per l'ottavo mese consecutivo, abbiamo registrato una crescita delle nostre esportazioni. Parliamo di un +17,8% rispetto ad agosto dello scorso anno. Il valore del nostro export nei primi otto mesi dell'anno sfiora i 332 miliardi di euro, superando non solo il valore dei primi otto mesi del 2020 (271 miliardi), ma anche i 316 miliardi dello stesso periodo del 2019, anno del record.

In questo stesso periodo il nostro export ha anche registrato performance migliori di Germania, Spagna e Francia.

Sono numeri che riempiono di orgoglio, il Patto per l'Export siglato al Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale sta portando risultati concreti: con un investimento di 5,4 miliardi di euro complessivi stiamo supportando le nostre aziende sui mercati internazionali come mai era stato fatto prima. È così che gli imprenditori italiani possono aumentare le vendite di Made in Italy nel mondo e far girare l'economia in Italia, creando nuova occupazione. Viva l'Italia, viva il Made in Italy" così su Facebook il ministro degli Esteri Luigi Di Maio

<https://www.politicanews.it/politica-social/di-maio-l-export-italiano-continua-a-correre-57164>

## **Export, Di Maio: “Crescita per ottavo mese consecutivo, siamo orgogliosi”**

*L'export italiano continua a correre! Anche ad agosto, per l'ottavo mese consecutivo, abbiamo registrato una crescita delle nostre esportazioni.*



**ROMA** – L'export italiano continua a correre! Anche ad agosto, per l'ottavo mese consecutivo, abbiamo registrato una crescita delle nostre esportazioni. Parliamo di un +17,8% rispetto ad agosto dello scorso anno. In questo stesso periodo il nostro export ha anche registrato performance migliori di Germania, Spagna e Francia. Sono numeri che riempiono di orgoglio, il Patto per l'Export siglato al Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale sta portando risultati concreti: con un investimento di 5,4 miliardi di euro complessivi stiamo supportando le nostre aziende sui mercati internazionali come mai era stato fatto prima. È così che gli imprenditori italiani possono aumentare le vendite di Made in Italy nel mondo e far girare l'economia in Italia, creando nuova occupazione. Viva l'Italia, viva il Made in Italy". Lo scrive su Facebook il ministro degli Esteri, Luigi Di Maio.

<https://cronachedi.it/export-di-maio-crescita-per-ottavo-mese-consecutivo-siamo-orgogliosi/>

## Mercato audiovisivo 2021, Di Maio: "Alla Farnesina nasce la Direzione generale della diplomazia culturale"



"La Farnesina, con la sua rete di oltre 300 uffici all'estero fra ambasciate, consolati e Istituti Italiani di cultura, è impegnata nella promozione internazionale dei prodotti audiovisivi italiani". Lo ha detto il ministro degli Esteri **Luigi Di Maio** intervenendo all'evento *Made in Italy Reboot* organizzato nell'ambito del Mercato internazionale dell'audiovisivo (Mia). "La nostra è un'ottica di 'promozione integrata', ossia che pone al centro le interazioni tra cultura, impresa, scienza e innovazione attraverso il filo rosso della creatività, elemento distintivo dell'Italia e del suo sistema produttivo", ha aggiunto Di Maio annunciando la creazione al ministero degli Esteri di "una Direzione generale dedicata alla diplomazia pubblica e culturale". "Cultura e bellezza – ha sottolineato il ministro – sono leve di crescita economica e fattori di attrazione per quanti guardano al potenziale produttivo e innovativo dell'Italia. Puntiamo a valorizzare sempre di più questo *soft power*, obiettivo a cui si ispira anche la prossima riorganizzazione interna della Farnesina".

### Audiovisivo, Di Maio: i numeri

"L'audiovisivo – ha proseguito Di Maio – un settore produttivo di grande rilevanza per l'economia nazionale, con quasi 8.500 imprese, 50 mila persone impiegate – 170 mila considerando l'intero indotto – e con una significativa presenza femminile – il 39% – e giovanile – gli addetti under 30 sono il 25 per cento. Parte del nostro patrimonio culturale, il cinema e la televisione italiani raccontano l'Italia nel mondo, presentandone le eccellenze, la storia e le metamorfosi".

### Rutelli: "Una svolta"

"L'intervento di Di Maio segna una svolta per l'industria del cinema e dell'audiovisivo: la Farnesina che ha acquisito, al suo interno, la promozione economica del Paese e il sostegno alle esportazioni e all'internazionalizzazione, attraverso l'Ice diventa il soggetto che si fa promotore della crescita delle industrie italiane dell'audiovisivo. Importantissime per il *soft power* del nostro Paese, per le esportazioni, per la crescita economica, per il lavoro. Le nostre industrie continueranno a contare sul ruolo strategico del ministero della Cultura, su un impegno crescente del ministero dello Sviluppo economico e sull'impegno delle Regioni. Allo stesso tempo avranno nel ministero degli Esteri una leva per la promozione e la crescita di queste industrie che rappresenta un'autentica novità istituzionale, politica, economica per le nostre industrie creative". Lo afferma **Francesco Rutelli**, presidente Anica, commentando le parole di Di Maio.

### Mia 2021, cos'è

"Duemila accreditati di cui 100% in presenza e solo 46 digital. Sono questi i numeri dei partecipanti alla settima edizione del Mia, Mercato internazionale dell'audiovisivo, che ha visto la partecipazione di 56 Paesi, di cui 450 produttori, 800 buyers di prodotto finito e di progetti, più di 600 top player solo a Roma. Ed è stata proprio la capitale ad ospitare l'edizione 2021 con 59 conferenze, 150 proiezioni di mercato, di cui 80 anteprime. 150 progetti e work in progress, di cui il 70% italiani, 40.000 incontri B2b. Oltre 300 uscite stampa in quattro giorni – la nota l'ufficio stampa – 800 mila visualizzazioni dei canali social 96.000 pagine visitate sui siti del Mia, 8000 green pass controllati per un evento sostenibile, certificato Iso 201121: nel 2021 il Mia ha contribuito alla riforestazione delle aree montane del nord-est italiano. Al Mia – conclude l'ufficio stampa – è stata lanciata quest'anno la carta di comportamento etico per il settore audiovisivo, per sostenere l'inclusività e la diversità e per prevenire la violenza di genere, il *body shaming* e la discriminazione nel comparto cineaudiovisivo".

<https://www.ecomy.it/news/mercato-audiovisivo-2021-di-maio-alla-farnesina-nasce-la-direzione-generale-della-diplomazia-culturale-150628.html>

# MIA Market 2021, Joe Russo: “Oggi c'è molta più libertà in televisione”

**MIA Market 2021, Joe Russo: “Oggi c'è molta più libertà in televisione”**

MIA Market 2021, Joe Russo: “Oggi c'è molta più libertà in televisione”

Ospite della settima edizione del mercato internazionale dell'audiovisivo, il regista di «Avengers: Infinity War» e «Avengers: Endgame» racconta gli inizi della sua carriera e i prossimi progetti

13:10La storia di Joe Russo, regista con suo fratello Anthony di “Avengers: Infinity War” e di “Avengers: Endgame”, inizia alla fine negli anni '80, a Cleveland, Ohio. «Sono cresciuto in una città operaia, lontanissima da Hollywood e senza alcun legame con l'industria cinematografica. Quando Steven Soderbergh ha vinto al Sundance Film Festival, ho seriamente pensato di potercela fare e di poter fare questo lavoro».

<https://headtopics.com/it/mia-market-2021-joe-russo-oggi-c-e-molta-piu-liberta-in-televisione-22157854>

## *Freaks Out di Gabriele Mainetti venduto a Francia e Giappone*



L'italiana RAI Com, che è il braccio di vendita dell'emittente statale italiana RAI, sta ottenendo vendite in territori chiave per "Freaks Out" di Gabriele Mainetti, dopo il lancio del film di genere in concorso a Venezia.

Il sontuoso fantasy storico di Mainetti ambientato nella Roma del 1943, dove quattro "freak" che lavorano in un circo sono lasciati a se stessi quando la Città Eterna viene bombardata dalle forze alleate, è stato venduto al Metropolitan Film per la Francia e a The Klockwork Co. per il Giappone.

In un'intervista a Variety, l'amministratore delegato di Rai Com Angelo Teodoli ha definito queste prime vendite di "Freaks", in proiezione al MIA Market di Roma, **"molto importanti per noi perché a causa del COVID stavamo ottenendo meno titoli"**, mentre ora le cose si stanno riprendendo.

## *La vendita dagli streamer*

Teodoli ha sottolineato che RAI Com, che vende film, fiction televisive e anche diritti globali per eventi artistici italiani come gli spettacoli della Scala, sta guadagnando sempre più dagli streamer.

Una delle principali fonti di entrate per RAI Com al momento sono i video transazionali on demand e altri tipi di vendita su otto piattaforme di streaming dove hanno in vendita circa 10.000 titoli di film e 970 fiction TV, ha osservato.

**"Questo è il grosso del business di RAI Com"**, ha detto Teodoli. **"È un mondo in continua evoluzione che stiamo seguendo molto da vicino"**, ha aggiunto, sottolineando che ci sono potenziali problemi di diritti con la piattaforma di streaming RAI Play di RAI.

<https://survivedtheshows.com/?p=65305>



DANIELE MIGNARDI  
PROMOPRESS AGENCY



**MIA | MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO**

**15 - 14 OTTOBRE**

**Media**

Audiovisivo, giro d'affari  
in aumento a 1,3 miliardi —p.18

## L'audiovisivo chiede maggiori risorse Giro d'affari in aumento a 1,3 miliardi

**Media**

Per il segmento della fiction  
crescita media annua del 14%  
a 900 milioni nel 2023

I produttori chiedono  
di superare il plafond di 400  
milioni con il tax credit  
**Andrea Blondi**

Un settore in crescita, in cui la fiction si dimostra trainante con un incremento medio annuo del 14% per il business e con una domanda che corre così veloce da non far stare al passo la dote per il tax credit. «Per questo – dice il presidente Apa (Associazione dei produttori audiovisivi) **Giancarlo Leone** – è necessario pensare a un meccanismo a consuntivazione che superi quello dell'attuale plafond a 400 milioni del tax credit, onde evitare di non riuscire ad accompagnare una richiesta crescente».

Momento d'oro per il settore audiovisivo italiano. I numeri del Rapporto annuale dell'Apa, illustrati da Leone nel corso del MIA – Mercato Internazionale Audiovisivo, a Roma dal 13 al 17 ottobre

– sono eloquenti. Il settore a inizio 2021 ha registrato un valore della produzione per tutti i generi audiovisivi – film per la sala, fiction, animazione, documentari, e altri generi di flusso oggetto di commesse da parte di broadcaster e operatori del video on demand – superiore a 1,3 miliardi. La fiction, destinata alle Tv e ai player del video on demand, da Netflix e Amazon Prime Video in giù, è il genere che genera maggiori investimenti, saliti a 615 milioni con una crescita del 28% fra 2019 e 2020.

Il 42% di questi investimenti viene dagli stessi produttori e altrettanto dai broadcaster, con un 15% dagli operatori del Vod (video on demand). Qui la domanda è crescente come dimostrano i 4 punti percentuali in più fra 2019 e 2020 e il fatto che, secondo le stime, nel 2021 la quota Vod sugli investimenti crescerà di altri 3 punti percentuali circa. Se anche questo non bastasse, c'è la slide che indica come nel 2023 gli investimenti del Vod e delle Tv si attesteranno sul medesimo livello: 230 milioni.

Certo il settore audiovisivo non è stato risparmiato dall'emergenza Covid che ha fermato set e produzioni. E se è vero che durante la pandemia il 50,8% delle imprese non ha mai sospeso l'attività e il 44,3% l'ha sospesa per poi ripar-

ture, è altrettanto vero che «un 5% di imprese non ce l'ha fatta». E, fra autonomi e dipendenti, si è scesi da 119mila a 111mila persone impiegate nel settore.

Resta ora il dato di fatto dell'aumento della richiesta di prodotto, *scripted* e *unscripted* (intrattenimento, con giro d'affari salito a 350 milioni). Con il video on demand a fare da motore. Per questo, conclude Leone, «serve un patto fra streamer e produttori per arrivare a regole d'ingaggio eque sulla valorizzazione dei diritti e una loro limitazione temporale». *Vexata quaestio*, con i produttori a chiedere di poter mantenere i diritti e gli streamer a chiederli per loro e sostanzialmente per sempre. L'altra emergenza per Leone è la Rai, in quanto maggior committente del settore. «Chiediamo al Governo l'abolizione della tassa di concessione governativa sul canone», con un maggior introito quindi riconosciuto a Viale Mazzini. Ma a preoccupare l'Apa è anche la riforma in corso del Tusmar (con il recepimento della direttiva Ue "Smav") che, fra le varie cose, rivede i limiti di affollamento pubblicitario. L'ad Rai, Carlo Fuortes, in Commissione di Vigilanza ha quantificato in 130 milioni a regime il calo di raccolta. «È necessario – chiude Leone – neutralizzare i gravi effetti della riforma in corso».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

AGF



**Media.** Domanda in forte crescita per i produttori audiovisivi



Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001



# La fiction cresce con gli ott

Netflix a quota 4 mln di abbonati. Mediaset torna a investire

DI CLAUDIO PLAZZOTTA

**N**etflix ha raggiunto i quattro milioni di abbonati in Italia. Lo svela **Eleonora Andreatta**, vice president contenuti originali Netflix Italia, dando il via a un nuovo corso di maggiore trasparenza del colosso statunitense che parte anche dai numeri del business locale. D'altronde da molti mesi ci sono gli uffici di Netflix a Roma, e dal 2022 nascerà anche formalmente la società Netflix Italia, dopo l'apertura di sedi territoriali in Francia, Germania, Olanda e Uk. «Un paio di anni fa gli abbonati di Netflix in Italia erano 2,5 milioni», racconta Andreatta nel corso della presentazione del terzo Rapporto Apa (Associazione produttori audiovisivi) sulla produzione audiovisiva nazionale, «ora sono saliti a quattro milioni. Una crescita consistente che il prodotto locale alimenta. Stiamo vivendo una nuova rivoluzione Netflix, e si è capito che una bella storia è una bella storia da ovunque venga, abolendo gli ostacoli linguistici grazie ai sottotitoli. Ci sono serie francesi (come *Lupin*, ndr) o coreane (come *Squid games*, ndr) che diventano fenomeni mondiali. E anche il prodotto italiano», prosegue Andreatta, «si può esportare in 190 paesi. La ricchezza dell'offerta di Netflix sta nella prossimità culturale, nel riconoscere sia le affinità universali, sia le diversità attorno a noi. Rompendo tanti tabù. In Italia stiamo lavorando, ad esempio, a un progetto sulla sessualità femminile rompendo, in modo inedito, il tabù della maternità. Poi racconteremo la forza e la debolezza dei 20enni, i più feriti dal lockdown. E poi tanti antieroi, qualche serialità storica tipo *Briganti* o un prodot-

to sulla prima donna avvocato nella Torino del 1800. Voglio segnalare pure adattamenti come *La vita bugiarda degli adulti*, con **Valeria Golino**, *Fedeltà*, o una cosa un po' diversa come la serie animata *Strappare lungo i bordi*, di **Zerocalcare**».

D'altronde le piattaforme over the top saranno proprio i più importanti fattori della crescita per il mondo della produzione di fiction in Italia. Come sottolinea **Giancarlo Leone**, presidente di Apa, infatti, «nel 2020 la fiction italiana valeva 615 milioni di euro, di cui 261 milioni di euro dai produttori italiani ed esteri, 259 milioni dai broadcaster lineari (soprattutto **Rai** con 180 milioni di euro, ndr) e 94 milioni dagli over the top. Nei prossimi anni ci sarà una crescita forte per la serialità: i 615 milioni del 2020 diventeranno 713 milioni di euro nel 2021, 800 milioni nel 2022 e 900 milioni di euro nel 2023». E in questo passaggio la cosa rilevante sarà che mentre gli investimenti dei tradizionali broadcaster lineari passeranno dai 259 milioni di euro del 2020 ai 240 milioni all'anno per il successivo triennio 2021-2023, i protagonisti della crescita saranno proprio le piattaforme pay degli over the top, gli operatori svod (subscription video on demand), i cui investimenti in serialità italiana saliranno dai 94 milioni del 2020 ai 128 milioni del 2021, i 170 milioni del 2022 e i 240 milioni del 2023, quando raggiungeranno lo stesso livello della tv lineare. Quanto a ore di fiction originale trasmessa, tuttavia, resta dominante la **Rai**, col 78% di ore nel 2020 (le 20 prime fiction più viste del 2020 sono tutte di **Rai Uno**), ben davanti a Mediaset e Sky, entrambe col 7%, a Net-

flix col 4%, a Prime Video col 3% e a Disney+ con l'1%.

«Mediaset ha ripreso a investire», dice **Daniele Cesarno**, direttore della fiction di Cologno Monzese, «dopo molti flop. Puntiamo a mainstream classici, per i quali il gruppo chiede prodotto per una sera a settimana, con circa 40-45 prime serate all'anno. Investimenti solo per prodotti destinati alla tv lineare. Oggi sosteniamo questo tipo di investimento, ma, tenuto conto che la tv lineare non aumenterà i propri ricavi in futuro, noi non potremo fare investimenti superiori nei prossimi anni».

**Maria Pia Ammirati**, direttore di **Rai** fiction, si proclama ottimista, nonostante lo stesso amministratore delegato della **Rai**, **Carlo Fuortes**, abbia paventato un pericolo di riduzione degli investimenti in serie e film italiani da parte del servizio pubblico: «La produzione italiana c'è, è moderna, io sono positiva, e pure il mercato è positivo».

Il presidente di Apa, Leone, però, prova già a trovare soluzioni alle eventuali problematiche **Rai**: «La **Rai** ha investito 180 milioni di euro nella fiction 2020, quest'anno ha ridotto l'investimento, auspico che nei prossimi anni possa tornare a investire. Per facilitare il compito del servizio pubblico, faccio una richiesta al governo: abolire la tassa di concessione governativa sul canone **Rai**, che vale circa 80 milioni di euro all'anno, in modo da neutralizzare gli effetti della riforma del Tusmar (Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, ndr) che determinerà limiti di affollamento pubblicitario e un calo dei ricavi per **Rai** che noi stimiamo in circa 100 milioni di euro all'anno».

© Riproduzione riservata

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001



## Lo streaming raddoppia gli investimenti in contenuti italiani Così l'audiovisivo ha visto crescere il mercato internazionale

DI ANDREA SECCHI

Le piattaforme on demand quest'anno investiranno 120 milioni di euro in contenuti originali italiani, cinema ma soprattutto serie, fra due anni saranno 250 milioni. Se si considera che i broadcaster tradizionali – Rai, Mediaset e Sky – investono 250 milioni, si comprende il peso che stanno raggiungendo gli operatori dello streaming nella produzione italiana. E si comprende anche quanto stia diventando strategico il **Mia, il Mercato internazionale dell'audiovisivo** cominciato ieri a Roma e in corso fino a domenica che in questa settima edizione avrà 1.700 partecipanti provenienti da 50 paesi, dei quali il 90% dal vivo, con 140 screening e anteprime.

«Sette anni fa il Mia era una scommessa alla quale non credevano in tanti, la professionalità di chi lo ha organizzato e la trasformazione del mercato naziona-

le e internazionale lo hanno fatto diventare un mercato determinante a livello europeo e mondiale», ha detto **Giancarlo Leone**, presidente dell'Apa, l'associazione produttori audiovisivi che insieme con l'Anica ha lanciato il Mia. «Perché è successo tutto questo: è cresciuto il valore della produzione nazionale a livello di penetrazione internazionale perché nel frattempo si è trasformato tutto il mondo dei media e soprattutto dei distributori. Sette anni fa gli streamers, le piattaforme on demand, erano agli esordi, oggi sono diventati protagonisti come i broadcaster. Il valore della produzione dell'audiovisivo quest'anno supera il miliardo di euro e sta raddoppiando la commessa da parte delle piattaforme on demand. Questo significa che il prodotto italiano sta diventando sempre più internazionale sia per la propria capacità sia perché la trasformazione del mercato lo consente e il Mia giocherà sempre più un ruolo fondamentale».

Il presidente dell'Anica, **Francesco Rutelli**, ha parlato di un anno «eccezionale»: da una parte il buio della pandemia, dall'altra la luce dei set che grazie alla grande collaborazione che c'è stata hanno continuato ad operare. Il buio nelle sale è durato troppo a lungo ma da oggi c'è il ritorno al 100% delle presenze in tutti i luoghi dello spettacolo. Mia si apre con questo messaggio positivo».

Per il ministro della cultura, **Dario Franceschini**, ai diversi operatori non resta che cercare di capire come fare sinergia «e non vivere tutto come concorrenza. Il rapporto tra l'esigenza fondamentale di mantenere vive le sale cinematografiche non deve per forza scontrarsi con la crescita delle piattaforme, bisogna crescere insieme, allargare il pubblico. Facendo sistema come nel settore del libro dove, in controtendenza rispetto all'Europa, abbiamo avuto crescita di vendite e di lettori».

— © Riproduzione riservata — ■





## Mercato

Mia, le grandi sfide nell'audiovisivo per il sistema Italia

di **Federica Manzitti**  
a pagina 13



**Mercato** Cinque giorni di appuntamenti, presentazioni, anteprime al Moderno, Quattro Fontane e a Palazzo Barberini

# Mia, le sfide dell'Italia nell'audiovisivo



**S**ono arrivati da cinquantadue paesi i milleseicento partecipanti del Mia (Mercato Internazionale Audiovisivo) entrato nel vivo della settima edizione. Fino a domenica prossima nelle sedi di Palazzo Barberini, Cinema Moderno e Cinema Quattro Fontane gli operatori di settore avranno occasione di confrontarsi, conoscersi, stringere collaborazioni e assistere a decine di anteprime. Tra loro anche diverse celebrità come Marco Bellocchio, Alessandro Borghi, Ferzan Özpetek e Stefano Accorsi per l'Italia, i registi Joe Russo e R. J. Cutler e i produttori Stuart Ford e Alon Aranya tra gli stranieri.

La «cinque giorni» è ricca di appuntamenti, panel dedicati a nuove produzioni e mercati regionali, aspetti produttivi e distributivi, oltre alla presentazione di trecentocinquanta tra film, documentari, serie, e, nelle due

**1700**

i partecipanti provenienti da 52 paesi per la settima edizione del Mia

**80**

anteprime sono in programma quest'anno al Mia

nuove vetrine, genere factual e animazione, comprese ottanta anteprime mondiali. «Il mercato dell'audiovisivo sta crescendo enormemente nel mondo — ha detto il ministro della Cultura Dario Franceschini intervenendo alla presentazione — l'Italia può esercitare e sta esercitando un ruolo di guida. Le nuove misure sul tax credit, le risorse del Pnrr e un grande investimento su Cinecittà hanno moltiplicato l'attrattività italiana».

Nato con l'obiettivo di anticipare le tendenze e i modelli di business e sostenere una prospettiva internazionale, il Mia è frutto della joint venture tra Anica, presieduta da Francesco Rutelli, e Apa—Associazione Produttori Audiovisivi di Giancarlo Leone, e dal 2015 è affidato alla direzione di Lucia Milazzotto. «La nostra intuizione è aver saputo anticipare i modelli — ha dichiarato — essere il primo mercato ad accogliere tutta la filiera, ri-



conoscendo la fluidità come una grandissima opportunità». Tra le attività torna in questa edizione *What's next Italy*, il programma dedicato ai film italiani nuovissimi presentati da registi, produttori e distributori ai buyer in-

## Volti

Qui sopra, Cristiana Capotondi e Luca Argentero sul set della serie tv «Le fate ignoranti». In basso, Alessandro Borghi (a sinistra) e Luigi Lo Cascio in una scena del film «Delta». In alto, da sinistra, Stefano Accorsi e Marco Bellocchio

Kino Produzioni), regia di Michele Vannucci, con Alessandro Borghi e Luigi Lo Cascio; il debutto alla regia di Matteo Fresi, *Il muto di Gallura* (Fandango), western ambientato in Sardegna, o la commedia di sapore medievale *Il Pataffio*, (Vivo film e Rai Cinema) con Alessandro Gassman, Valerio Mastandrea e Giorgio Tirabassi.

Ampia l'offerta di serialità a partire dall'anticipazione di *Esterno notte*, la serie Rai di Marco Bellocchio, per seguire con *Bangla*, la serie ispirata al film del 2019 diretto da Phaim Bhuiyan, la versione per Disney+ de *Le fate ignoranti* di Ferzan Özpetek o *Il Santone* - #Lepiùbellefratidioscio, serie comedy con Neri Marcorè e Carlotta Natoli. L'attività in presenza è potenziata dalla piattaforma online Mia Digital che permette agli operatori di seguire eventi, proiezioni e talk anche da remoto.

**Federica Manzitti**  
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001



## Info

● Mia (Mercato Internazionale Audiovisivo), settimana edizione della fiera di settore, fino a domenica 17 ottobre tra Palazzo Barberini, Cinema Moderno e Cinema Quattro Fontane, con un programma diviso in tre sezioni: «Scripted», curata da Gaia Tridente, «Unscripted», curata da Marco Spagnoli, «Strategic Development», a cura di Francesca Palleschi.  
Info:  
[www.miamarket.it](http://www.miamarket.it)



**Barberini**

## “Bangla” e “Fate” il Mia racconta le serie in arrivo



Il film “Le Fate Ignoranti” cui si ispira la nuova serie di Ozpetek

### L'EVENTO

Si è aperto ieri, e resterà attivo fino a questa domenica, il Mia - Mercato Internazionale Audiovisivo ospitato all'interno di Palazzo Barberini e nei Cinema Moderno e Quattro Fontane.

### I PROGETTI

Meta di produttori, distributori e autori italiani e esteri, nei quattro giorni del mercato saranno mostrati progetti in corso d'opera, in cerca di coproduzione o in vendita: oltre 350 nuovi contenuti in sviluppo e in produzione per un totale di 1.700 partecipanti da 50 paesi, con più di 140 proiezioni cinematografiche in programma nei cinema del Mia di cui 80 anteprime di mercato e mondiali.

Tra i titoli italiani più attesi sul piccolo schermo, l'anticipazione della serie Rai di Marco Bellocchio *Esterno Notte*, la serie *Bangla* ispirata al film di Phaim Bhuiyan

e ancora la versione italiana della serie Netflix *Call My Agent* (sceneggiatura di Lisa Nur Sultan, per Sky), la serie ispirata a *Le Fate Ignoranti* di Ferzan Ozpetek per Disney+, la serie di Rai Fiction *Vostro Onore*, adattamento dell'omonimo show israeliano su un giudice interpretato da Stefano Accorsi, e *Il Santone - Le più belle frasi di Osho*, con Neri Marcorè.

«In Italia si sono prodotte nel 2021 serie per un valore di 700 milioni di euro, che l'anno prossimo diventeranno 800», dice Giancarlo Leone, Presidente dell'Associazione Produttori Audiovisivi e relatore oggi al Mia. «E il 20% circa dei progetti che saranno realizzati in Italia usciranno dal Mia, un mercato importante in un contesto di crescita delle produzioni seriali tv».

► Palazzo Barberini, via delle Quattro Fontane. Fino al 17 ottobre.

**Ilaria Ravarino**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

## **Audiovisivo capitale**

**Zingaretti inaugura gli stati generali del cinema e della tv a Roma. Investimenti e ripresa**

Roma. Tra i tanti argomenti della campagna elettorale della Capitale non poteva di certo mancare il Pnrr. Le risorse specifiche del grande piano europeo destinate a Roma valgono 800 milioni. Cinquecento serviranno per l'organizzazione del Giubileo del 2025. Mentre ben 300 milioni sono destinati al cinema: al centro sperimentale di cinematografia e, soprattutto, all'adeguamento tecnologico degli studi di Cinecittà e all'ampliamento degli spazi dedicati in un'area di Cassa depositi e prestiti. Roma Capitale della cristianità, dunque. Ma anche del cinema. Più precisamente dell'audiovisivo. Insieme al farmaceutico tra i settori industriali più fiorenti del Lazio. Con quasi 4mila imprese e 27mila addetti - quasi tutto concentrato a Roma - il Lazio produce oltre il 50 per cento del valore aggiunto nazionale generato dal settore. Non è un caso che Regione Lazio, Unindustria e gli atenei romani abbiano scelto la filiera tra quelle da inserire all'interno del Roma Technopole, il progetto di un politecnico interdisciplinare per la Capitale dove studio, ricerca e lavoro siano strettamente connessi tra loro.

"Il Lazio è leader del mercato audiovisivo. In questi anni come Regione abbiamo investito oltre 150 milioni di euro di contributi alle sale, alle coproduzioni internazionali con un bando ad hoc di fondi europei, con Lazio Cinema International e il fondo nazionale del cinema", ripeteva anche ieri il presidente della Regione Lazio Nicola Zingaretti durante la conferenza stampa della Mia, il mercato internazionale dell'audiovisivo, iniziato ieri a palazzo Barberini e che durerà fino a sabato 17. Un'eccellenza dunque. Che però per rimanere tale ha bisogno di scelte strategiche lungimiranti e investimenti. Non solo pubblici. E proprio a questo serve Mia, uno spazio di incontro fisico tra le varie realtà del settore. Per tre giorni dentro palazzo Barberini s'incontreranno produttori, distributori, sales agent, commissioning editor (i compratori) delle televisioni, rappresentanti delle film commission: i produttori cercheranno di vendere, gli altri di trovare il prodotto giusto da acquistare. "Il Mia - diceva ieri Zingaretti - è un altro segnale che stiamo vincendo la battaglia contro il Covid grazie ai vaccini. Nel mondo che sta tornando a vivere l'industria cinematografica italiana troverà una sua funzione. Sono molto ottimista, bisogna investirci e bisogna crederci. La rinascita del Mia è la rinascita dell'Italia". Con lui c'era anche il ministro della Cultura Dario Franceschini che ha rivendicato la ripartenza anche per il mondo del cinema con il ritorno dell'apertura delle sale fino alla massima capienza. "Abbiamo dimostrato che si può fare in sicurezza, sono molto soddisfatto", ha dichiarato.

L'aggettivo fondamentale dell'evento comunque è "internazionale". Ad ascoltare attori, registi e sceneggiatori che insieme ai produttori s'impegnano nei cosiddetti pitch, performance di circa dieci minuti in cui viene presentato un progetto su un palco, non ci sono solo il commissioning editor della Rai e di altri grandi gruppi italiani, ma anche della francese Arte tv, di Amazon, di Netflix e gli altri colossi della filiera. Proprio Netflix aprirà entro la fine del 2021 la sua sede a Roma. Sorgerà nel villino Rattazzi di via Boncompagni, stretto tra via Veneto e l'ambasciata degli Usa. Ci lavoreranno circa cinquanta persone. Intanto l'azienda leader dello streaming online ha già investito dal 2017 oltre 300 milioni di euro in produzioni italiane. Una buona notizia. Franceschini ieri era convinto: "Il mercato audiovisivo sta crescendo e l'Italia avrà un ruolo di guida. Investire nel cinema non è solo un investimento culturale ma un'opportunità economica che trainerà l'economia italiana".

**Gianluca De Rosa**

segue da pagina XIII

**Audiovisivo: parte la settima edizione di Mia.** La manifestazione è iniziata ieri e durerà sino al 17 ottobre in tre location romane d'eccezione, Palazzo Barberini e i cinema Moderno e Quattro fontane. Accorsi, Phaim Bhuiyan, Marco Bellocchio, Fabrizio Bentivoglio, Alessandro Borghi, Alessandro Gassmann, Luigi Lo Cascio, Neri Marcorè, Valerio Mastrandrea, Ferzan Ozpetek, Alessandro Rak, Giorgio Tirabassi, Zerocalcare: sono solo alcuni dei protagonisti dell'edizione 2021 una cinque giorni ricca di appuntamenti in cui il



Mia presenterà oltre 350 nuovi contenuti in sviluppo e in produzione. A questi dati si aggiunge un fitto calendario di screening e proiezioni cinematografiche: più di 140, di cui 80 sono anteprime di mercato e anteprime mondiali, registrando un aumento del +30% nel numero di proiezioni cinematografiche. «Il mercato audiovisivo sta crescendo e l'Italia avrà un ruolo di guida - ha detto il ministro Franceschini - Investire nel cinema non è solo un investimento culturale ma un'opportunità economi-

ca che trainerà l'economia italiana».

**Un Pulcinella di Tiepolo ritrovato in un castello inglese.** L'opera di Giovanni Battista Tiepolo (1696-1770), che raffigura numerose maschere di Pulcinella, è stata riscoperta nella soffitta di Weston Hall, un maniero del Regno Unito. La famiglia Sitwell, proprietaria della storica residenza, ha deciso di mettere l'asta il lavoro, che partirà da una base di 200mila sterline, insieme a una grande quantità di cimeli ed arredi. Il disegno fu acquistato dall'aristocratico Osbert Sitwell nella grande vendita di Henry Oppenheimer



da Christiès nel 1936. E da allora nessuno più nella famiglia sapeva dove fosse finito, fino a quando è stato ritrovato in soffitta. Durante la catalogazione degli oggetti in vista dell'asta, un ex studente di storia dell'arte ha riconosciuto immediatamente l'importanza del pezzo. Anche se non datato, il disegno si distingue ulteriormente per il suo delicato senso della linea e per l'uso dell'inchiostro, segni distintivi dello stile maturo di Tiepolo. Pulcinella è la più famosa fra le maschere napoletane.

**ANSA**

**>ANSA-FOCUS/Apa, produzione audiovisiva nazionale supera 1,2 mld Leone, servono regole d'ingaggio con gli streamers (di Francesca Pierleoni)**

ROMA, 14 OTT - Nell'audiovisivo nazionale il successo e gli investimenti sulla serialità non si sono fermate anche con la pandemia. La tv lineare continua ad avere un ruolo di primo piano, ma la crescita delle piattaforme "vertiginosa". Sono fra gli elementi che emergono dal terzo rapporto nazionale dell'Apa presentato a Roma nell'ambito del Mia (Mercato Internazionale audiovisivo). La produzione audiovisiva nazionale nel corso del 2020 ha superato il valore di 1,2 miliardi e si stima un incremento del 14% dal 2021 al 2023, ha spiegato il presidente dell'Associazione Produttori Audiovisivi Giancarlo Leone illustrando i dati. Il valore della produzione di fiction destinata alla tv e alle piattaforme non lineari cresce nel 2020 del 28%. La contribuzione degli operatori svod (i servizi on demand) vale quasi il 15% del totale costo di produzione. Un valore in crescita di quattro punti dal 2019. La fiction nell'audiovisivo il genere che genera più investimenti (circa 615 milioni), un tasso di crescita confermato anche durante la pandemia: + 205 milioni fra il 2017 e il 2020 e +135 milioni tra il 2019 e il 2020. Nella stagione 2020-2021 l'offerta di fiction italiana corrisponde a 532 ore di prime visioni. Rai conferma leader con il 78% di prodotti originali; Sky e Mediaset sono al 7%, Netflix al 4%, Amazon al 3%, Disney all'1%. Durante la pandemia, il 50,8% delle imprese non ha mai sospeso l'attività; il 44,3% ha sospeso l'attività che poi è ripartita. "Un 5% di imprese non è uscita dalla sofferenza - spiega Leone - ma il 95% ce l'ha fatta". Tra i dati negativi la diminuzione in pandemia dei lavoratori del settore da 119 mila a 111 mila. A livello europeo invece resta deludente lo spazio di produzione per opere di autrici: con un 18% di registe di film e 14% di registe di fiction e un 17% di sceneggiatrici di film, che salgono al 21% per la fiction. Occorrono "regole di ingaggio tra gli streamers ed i produttori indipendenti per una equa e corretta valorizzazione dei diritti ed una loro limitazione temporale. La legge consente alle associazioni maggiormente rappresentative di trovare accordi con i soggetti rilevanti del mercato: proponiamo un patto tra produttori e piattaforme che sia in grado di interpretare correttamente il cambiamento e la crescita nel rispetto dei diritti e degli investimenti di chi realizza le opere" ha aggiunto Leone. Altrimenti "sarà il governo, con la regolamentazione prevista a carico di Mic e Mise, a doversene fare carico" ha sottolineato. Inoltre "ci appelliamo al governo perché il recepimento della direttiva europea sui fornitori di servizi media è stato interpretato erroneamente in Italia con misure restrittive per la raccolta pubblicitaria del servizio pubblico. Stimiamo in circa 100 milioni l'anno il danno per Rai, con un possibile impatto negativo sugli investimenti annui per la produzione. Per questo proponiamo la cancellazione della tassa sulla concessione governativa sul canone che consentirebbe di neutralizzare gli effetti della riforma degli affollamenti pubblicitari sulla Rai". Per Maria Pia Ammirati (direttrice Rai Fiction) "in un mercato "cosa vitale dobbiamo guardare la crescita degli Ott con un po' di preoccupazione, ma soprattutto con intelligenza, dobbiamo intercettare il futuro - ha aggiunto - La crescita dello svod e l'on demand è vertiginosa", e "dobbiamo crescere anche noi, non possiamo restare indietro sulle risorse economiche". In questo quadro di segni più per le piattaforme, "a Netflix puntiamo a realizzare una produzione locale che eviti tutti gli stereotipi - ha sottolineato Tinny Andreatta, vice presidente delle serie originali italiane per la piattaforma - vogliamo aprire a temi più urgenti raccontandoli da prospettive inedite, ci interessa anche affrontare il tema degli antieroi e non lo faremo copiando". Infine secondo Daniele Cesarano, Direttore Fiction RTI SpA - Gruppo Mediaset, "non c'è una formula vincente per la serialità, parlano i prodotti - ha detto, commentando con l'ANSA anche i recenti successi delle fiction Mediaset -. Ci sono 60 milioni di italiani che hanno gusti diversi, c'è spazio per prodotti più provocatori come Squid Game e per quelli mainstream di Mediaset e Rai. La diversità la cosa più importante". (ANSA). Y64-MAJ14-OTT-21 19:02 NNNN



**ANSA**

**Tv: Leone (Apa), servono regole di ingaggio con le piattaforme "Va cancellata tassa su concessione governativa canone Rai"**

ROMA, 14 OTT - Occorrono "regole di ingaggio tra gli streamers ed i produttori indipendenti per una equa e corretta valorizzazione dei diritti ed una loro limitazione temporale. La legge consente alle associazioni maggiormente rappresentative di trovare accordi con i soggetti rilevanti del mercato: proponiamo un patto tra produttori e piattaforme che sia in grado di interpretare correttamente il cambiamento e la crescita nel rispetto dei diritti e degli investimenti di chi realizza le opere". Lo ha detto Giancarlo Leone, presidente dell'Associazione Produttori Audiovisivi, alla presentazione del terzo rapporto nazionale dell'Apa nell'ambito del Mia (Mercato Internazionale audiovisivo). Altrimenti "sarà il governo, con la regolamentazione prevista a carico di Mic e Mise, a doverne fare carico" ha aggiunto Leone. Inoltre "ci appelliamo al governo perché il recepimento della direttiva europea sui fornitori di servizi media è stato interpretato erroneamente in Italia con misure restrittive per la raccolta pubblicitaria del servizio pubblico. Stimiamo incirca 100 milioni l'anno il danno per Rai, che preoccupa i produttori di contenuti culturali, a partire dai produttori audiovisivi e cinematografici, per il possibile impatto negativo sugli investimenti annui nel settore. Per questo proponiamo la cancellazione della tassa sulla concessione governativa sul canone che consentirebbe di neutralizzare gli effetti della riforma degli affollamenti pubblicitari sulla Rai". (ANSA). Y64-MAJ14-OTT-21 14:35 NNNN

**ANSA**

**Apa, produzione audiovisiva nazionale supera 1,2 miliardi. Produzione fiction per tv e piattaforme cresce del 28% in 2020**

ROMA, 14 OTT - La produzione audiovisiva nazionale nel corso del 2020 ha superato il valore del 1,2 miliardi e si stima un incremento del 14% dal 2021 al 2023. E' fra i dati, illustrati oggi dal presidente dell'Associazione Produttori Audiovisivi Giancarlo Leone alla presentazione del terzo rapporto nazionale dell'Apa nell'ambito del Mia (Mercato Internazionale audiovisivo). Il valore della produzione di fiction destinata alla tv e alle piattaforme non lineari cresce nel 2020 del 28%. La contribuzione degli operatori svod vale quasi il 15% del totale costo di produzione. Un valore in crescita di quattro punti dal 2019. (ANSA). Y64-LB14-OTT-21 13:28 NNNN

## Joe Russo, il futuro sono le piattaforme

Regista al Mia, sale dovranno evolversi per sopravvivere



(ANSA) - ROMA, 14 OTT - Non c'è dubbio "che le piattaforme siano il futuro perché le giovani generazioni sono cresciute in questo modo, per loro non conta andare in sala o no, e la pandemia ha rafforzato il legame emotivo con l'atto di restare a casa per fruire dei contenuti. Un vantaggio che molti hanno scoperto anche dal punto di vista economico, sono molte più le persone che passano per mettersi un anno di Netflix rispetto a quelle che hanno le risorse per andare regolarmente al cinema".

Parola del regista e produttore Joe Russo, abituato con il fratello Anthony agli hit globali con capisaldi Marvel come la saga di Captain America e gli ultimi capitoli degli Avengers. Il cineasta, protagonista al Mercato Internazionale dell'Audiovisivo di uno dei panel d'apertura, è convinto che la pandemia abbia accelerato un processo che era già in atto. "Le sale dovranno evolversi per sopravvivere aumentando sempre di più la collaborazione con le piattaforme - spiega ai giornalisti -. Credo che il cinema resterà soprattutto come luogo per godersi i film evento, quelli che non ti puoi perdere sul grande schermo", mentre per i titoli indipendenti "lo spazio in sala sarà sempre minore". Non c'è così il rischio di un impoverimento dell'offerta pensata per il cinema? "Può essere, ma le piattaforme hanno portato un'iniezione di risorse che hanno consentito di moltiplicare le voci degli autori dei singoli Paesi, facendole arrivare in tutto il resto del mondo e hanno permesso di compiere scelte più radicali nelle forme di narrazione, come dimostra anche il successo di Squid Game.

Questa possibile 'morte' del cinema è allo stesso tempo un danno e un'opportunità". (ANSA).

[https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/cinema/2021/10/14/joe-russo-il-futuro-sono-le-piattaforme\\_e39ff485-2f0f-425e-92e9-4699b7a9f7cc.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/cinema/2021/10/14/joe-russo-il-futuro-sono-le-piattaforme_e39ff485-2f0f-425e-92e9-4699b7a9f7cc.html)

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001



## Il regista di Avengers, Joe Russo: «Il cinema sta morendo, il futuro sono le serie tv e la realtà aumentata»

Abruzzesi e siciliane sono le origini di **Joe Russo**, regista che può vantare almeno quattro **blockbuster** del mondo Marvel nel suo curriculum da regista, tra cui **Avengers: Endgame**, il film co-diretto (come tutte le altre opere del resto) insieme al fratello Anthony, che per alcuni mesi è stato il primo incasso al mondo con una cifra stellare, poco poco sotto i 2,8 miliardi dollari, per poi essere superato per qualche spicciolo da **Avatar di James Cameron**.

Joe Russo, ospite della **7ª edizione del MIA, Mercato Internazionale Audiovisivo, in programma a Roma fino al 17 ottobre**, è tra i registi e produttori più importanti di Hollywood, attivo sia nel cinema ma che nella serialità televisiva. Sono passati tra le sue mani, due capitoli di Captain America, Avengers, Cherry uscito su Apple TV nel 2021 ed attualmente in produzione alla regia di **The Grey Man** che uscirà nel 2022.

**I suoi esordi al cinema, che risalgono al 2002 con Welcome to Colinwood, sono iniziati con un omaggio al capostipite della commedia all'italiana, I Soliti Ignoti, perché?**

«Il cinema italiano ed il neorealismo hanno influenzato me e mio fratello, così come Antonioni, Fellini, insieme alle commedie di quell'epoca che erano molto potenti, I soliti ignoti per noi era divertente e triste allo stesso tempo, e noi abbiamo amato queste due emozioni insieme. Ci è sembrato un film perfetto da ambientare a Cleveland dove siamo cresciuti, una città con una struttura socio-economica simile, con tanta povertà».

**Cherry, uno dei suoi ultimi film, è un'opera sperimentale dal punto di vista visivo, è drammatico, ma contiene anche molti generi al suo interno. Farete altri film di questo tipo?**

«Ci è piaciuto molto, ma ha un lato dark che non lo rende adatto a tutti, ma volevamo sperimentare, perché io ho quattro figli dai 15 ai 25 anni che sono influenzati dai social media, consumano i contenuti in modo diverso da noi adulti. Quindi abbiamo pensato che la storia dovesse raggiungere questa generazione, che ha molte difficoltà, volevamo comunicare con loro, per questo la storia è suddivisa in diversi stili anche a livello visuale. In un certo modo ci ha aiutato a pensare come loro».

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

**Le serie tv stanno cambiando il modo di fare cinema?**

«La tecnologia sta cambiando molto il modo di realizzare i film, spesso non si deve viaggiare così tanto come prima, sicuramente lo streaming digitale è il futuro, la pandemia ha solo spinto il cambiamento, i giovani per due anni hanno visto serie tv, per cui c'è una connessione emotiva con loro. Dobbiamo ricordare che andare al cinema è un privilegio, costa andare al cinema e invece con lo streaming in molti possono accedere a più storie, a più contenuti, per questo non credo che si tornerà indietro. Il cinema non sarà del tutto schiacciato, ma deve evolvere, ed i grossi film hanno il compito di farci uscire di casa».

**Anche i compensi delle artiste devono evolvere?**

«Sono tempi complicati, il contenuto è il re e l'era delle star del cinema è ormai passato. Le generazioni x e y quando vanno al ristorante sono più interessate al cibo che a Robert De Niro, per loro il cambiamento è già iniziato e questo avviene anche nei contratti economici con gli attori e le attrici, come dimostra anche il caso di Scarlett Johansson con la Disney».

**Lei ha diretto Avengers: Endgame, il film con un incasso enorme, ma parlando di cinema non crede che se verranno prodotti solo film di questo tipo, del genere Marvel, allora i contenuti si impoveriranno e ci sarà sempre meno gente disposta ad andare al cinema?**

«E' corretto, ma siamo in un periodo di transizione. Se nei secoli scorsi la pittura era l'arte dominante, nel Novecento è stato il cinema, ma adesso ci sono nuovi modi di raccontare le storie che neanche possiamo immaginare. Le nuove generazioni non condividono le stesse nostre emozioni in merito a certe storie; preferisco essere onesto riguardo al futuro, i soldi ci sono e sono disponibili per raccontare storie, anche più personali, ma con più soldi del passato e meno supervisione dei contenuti. Squid Game su Netflix, è uno show molto costoso, ma ha un modo di raccontare le storie radicale, quindi significa che c'è più spazio per le voci regionali al di fuori di Hollywood, questo è l'aspetto più importante di quello che sta accadendo. **Se la morte del cinema porta a più voci locali, allora che sia benvenuta».**

**Lei si sta occupando anche di serie tv, nel suo futuro ci sarà ancora spazio per il cinema e la Marvel?**

«Penso che mi occuperò di entrambi, perché i film si reinventeranno, magari saranno disponibili solo per pochi giorni poi andranno sulle piattaforme, come il caso di Black Widow. Marvel racconta storie di tipologie diverse e raccoglie un pubblico eterogeneo, pensiamo a quante storie è riuscito a raccontare il western. Hanno un codice più facile da capire dal pubblico. A me piace comunicare su larga scala e dunque se ci sarà una giusta storia perché no, ora stiamo pensando ad altro».

**Ed il sodalizio con suo fratello resterà tale a livello professionale?**

«Si lavoreremo insieme finché si potrà lavorare. Crediamo nella teoria del Mastermind, che dice che due menti rappresentano la crescita esponenziale del potere di una sola mente, siamo più forti insieme».

Evento: MIA MARKET

Testata: Leggo

Data: 14/10/2021

**Come immagina il futuro del cinema?**

«Raccontare storie mi attira di più quando è immersivo, il pubblico ama queste emozioni, il forte coinvolgimento come avviene con i film Marvel. Penso che la realtà virtuale e quella aumentata sono il futuro, cose che sono sconvolgenti e difficili da capire ora, che non sapremo dove ci porterà domani. Pensiamo agli occhiali da indossare e non abbiamo neanche grattato la superficie di ciò che accadrà».

[https://www.leggo.it/spettacoli/cinema/joe\\_russo\\_cinema\\_morendo-6257198.html](https://www.leggo.it/spettacoli/cinema/joe_russo_cinema_morendo-6257198.html)



# Industria audiovisiva in progressione grazie alla distribuzione digitale. Il report ICE: «Favorito il made in Italy»

*La Legge Franceschini del 2016 ha riorganizzato in modo sistematico l'intervento pubblico a favore dell'industria audiovisiva italiana*

«L'**industria audiovisiva mondiale** sta attraversando una fase di rapida **evoluzione** per la **diffusione** delle tecnologie digitali, che stanno **trasformando** i paradigmi produttivi e gli assetti dei mercati». È quanto emerso dal Centro Ricerche Economiche e Sociali Rossi-Doria dell'Università Roma Tre per conto di **ICE** – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane.

**Leggi anche - [Ecobonus per le auto elettriche: il sì del governo al rifinanziamento](#)**

«La componente della distribuzione digitale, che partiva da 12 miliardi di dollari nel 2013, è salita a un tasso medio annuo del 25 per cento fino al 2019, per poi diventare nettamente preponderante con la pandemia, raggiungendo i 62 miliardi di dollari. In questo scenario, l'**industria audiovisiva italiana** ha manifestato negli ultimi anni segni di grande **vivacità**, facendo leva sul patrimonio culturale in cui è radicata per cercare di rinnovare le forme della propria presenza sui **mercati internazionali**».

«Nell'ultimo decennio - si legge - l'industria audiovisiva italiana ha attratto l'interesse delle **multinazionali straniere**: la loro incidenza in termini di occupati è salita dal 4,2 all'11,5 per cento. Inoltre, le produzioni creative dell'audiovisivo italiano svolgono un **ruolo prezioso** di valorizzazione e diffusione dell'immagine culturale del paese nel mondo, favorendo anche altre produzioni tipiche del **made in Italy**».

Di certo, i **servizi di video on demand (VOD)** hanno contribuito a **rivoluzionare** il mercato audiovisivo nel mondo: «Il mercato mondiale dello streaming, caratterizzato da un'elevata redditività, si sta tuttavia già avviando verso una progressiva saturazione e gli operatori presenti, per incrementare le loro quote di mercato, stanno effettuando notevoli investimenti nella creazione di un numero crescente di nuovi contenuti esclusivi e originali. Questa tendenza è visibile anche nel mercato italiano, dove il valore degli investimenti in produzioni audiovisive degli operatori VOD è stato nel 2019 di circa 70 milioni di euro».

Importante, per sostenere l'industria audiovisiva italiana, è stata la **Legge Franceschini del 2016** che, come spiega il report, «ha **riorganizzato** in modo sistematico l'intervento pubblico a favore dell'industria audiovisiva italiana, prevedendo interventi in tutte le fasi della filiera, dalla scrittura delle

opere, al loro sviluppo e pre-produzione, fino alla produzione vera e propria, alla distribuzione nazionale e internazionale, all'esercizio delle sale **cinematografiche**, alla diffusione nei mercati post-sala. Nel complesso le risorse messe a disposizione del settore hanno ampiamente oltrepassato negli ultimi due anni la soglia minima dei 400 milioni di euro fissata dalla Legge, raggiungendo livelli nettamente **superiori** a quelli degli anni precedenti».

[https://www.leggo.it/spettacoli/televisione/industria\\_audiovisiva\\_progressione\\_grazie\\_distribuzione\\_digitale\\_report\\_ice\\_favorito\\_made\\_italy-6257409.html](https://www.leggo.it/spettacoli/televisione/industria_audiovisiva_progressione_grazie_distribuzione_digitale_report_ice_favorito_made_italy-6257409.html)



## Leone (Apa): cresce la produzione; governo abolisce la tassa sul canone

### Punti chiave

- Rapporto sulla Produzione Audiovisiva Nazionale
- Patto con Ott e regole di ingaggio
- Appello per abolire la tassa governativa sul canone
- Il valore della produzione italiana
- Dalla fiction i maggiori investimenti

Stamattina a Roma, nell'ambito del Mia (Mercato internazionale dell'Audiovisivo), in una sala del cinema Moderno The Space, il presidente di Apa Giancarlo Leone ha illustrato il 3° Rapporto Apa sulla Produzione Audiovisiva Nazionale, una ricerca molto accurata che tasta il polso all'industria di cinema, fiction, intrattenimento, documentario e animazione, con dati e slide a sottolineare le tendenze in corso. Uno strumento utile per gli addetti ai lavori e una base di discussione per il Regolatore.

Nel corso dell'evento che ha visto dibattere con Leone Maria Pia Ammirati, il direttore di Rai Fiction, Tinni Andreatta, capo delle Produzioni originali di Netflix e Daniele Cesarano, direttore della Fiction di Mediaset, il presidente ha fatto due importanti appelli.

Come prima cosa si è rivolto ai potenti Ott, cioè Netflix Amazon e Disney, per perorare un accordo sulle regole d'ingaggio nei negoziati con i produttori. "E' il momento di sederci di nuovo intorno a un tavolo per stringere quel patto che non siamo mai riusciti a scrivere su regole d'ingaggio che siano eque per quanto riguarda la valorizzazione dei diritti e la loro limitazione temporale", ha detto Leone.

Sul tema c'era un tavolo aperto col governo (Mic e Mise), i broadcaster, gli streamer e i produttori televisioni che si è interrotto per la novità della proposta di nuove e più cogenti quote di investimento a carico degli Ott, che non hanno gradito.

**Daniele Mignardi Promopressagency**

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: **Daniele Mignardi Promopressagency** - Twitter: **@DanieleMignardi**

Partita IVA 12450721001

“Più che le quote di investimento – ha sottolineato Leone – riteniamo più importanti le regole d’ingaggio e siamo certi che sia interesse comune, delle piattaforme come dei produttori trovare un accordo maggiormente compatibile con le esigenze degli uni e degli altri”. “Vediamoci presto – ha invitato Leone – e proviamo a trovare un’intesa su alcuni punti di convergenza soprattutto se questa convergenza ci può portare a investire più e meglio e con maggiore soddisfazione reciproca. Non è questa la sede per entrare nei dettagli, ma siamo pronti a rivederci intorno al tavolo con gli streamers al netto di quel che accadrà sulle quote di investimento che comunque non sono una cosa da poco conto”.



### **Il secondo appello Leone lo ha rivolto al governo**

a favore della servizio pubblico. La Rai quale maggiore investitore di cinema e fiction, è ancora oggi il motore della cultura e della filiera della produzione. lo fa con grande convinzione, ma potrebbe entrare in crisi perché le sue entrate continuano a decrescere.

L’attuale revisione del Tusmar in base alla Direttiva europea ha rivisto gli affollamenti delle emittenti commerciali che sono diventati più flessibili e premianti. Sul fronte degli affollamenti è stata invece penalizzata la Rai che, se il nuovo provvedimento in discussione alla Camera e al Senato non venisse cambiato, si troverà secondo le previsioni di Apa con 100 milioni in meno, con gravi ripercussioni sul mondo della cultura.

Ecco allora la proposta di Apa al governo . “Come l’anno scorso proponemmo – e il governo ci seguì e gliene siamo grati – di riconsegnare alla Rai una parte del canone trattenuto dallo Stato come extra-gettito – ha detto Leone – **ora chiediamo di abolire la tassa governativa sul canone che vale oltre 80 milioni e restituirli alla Rai**”.

### **Ma che cosa ci svela il 3° Rapporto Apa sulla produzione Audiovisiva?**

Siamo in un momento di grande trasformazione in cui le piattaforme on demand assumono un ruolo sempre più preminente con investimenti crescenti nella produzione nazionale che si stima raggiungeranno i 250 milioni nel 2023.

**Daniele Mignardi Promopressagency**

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: **Daniele Mignardi Promopressagency** - Twitter: **@DanieleMignardi**

Partita IVA 12450721001

## **I dati e il trend più rilevanti della produzione 2020**

Tutta la produzione di audiovisivo in Italia vale circa 1 miliardo e 300 milioni di euro e di questa quota la produzione di serialità pesa per oltre 600 milioni, con consistenti aumenti di anno in anno anche per l'ingresso nel mercato dei nuovi soggetti streaming, mentre la produzione di film in sala è in discesa, fatto scontato per le chiusure dovute al Covid.

Ecco alcuni dati che certificano il ruolo centrale delle produzioni di serialità originali per tutte le piattaforme di consumo audiovisivo, lineari e non lineari.

## **Il valore della produzione Fiction aumenta nel 2020**

nonostante la pandemia, del 28% grazie anche alla crescita delle contribuzioni dei produttori sostenute dal tax credit e soprattutto degli operatori Svod che valgono il 15% del totale, 4 punti in più rispetto al 2019. Si presume che i volumi degli operatori Ott potrebbero crescere tra il 2021 e il 2023 fino a raggiungere quelli effettuati dagli operatori delle tv lineari.

## **La fiction è il genere che attrae i maggiori investimenti:**

+ 205 milioni tra il 2017 e il 2020 (+50%) e + 135milioni tra il 2019 e il 2020 (+28%) dovuti essenzialmente allo sviluppo dello streamers.

Il valore delle produzioni di titoli di animazione originali si attesta sui 75 milioni e quello di tutti gli altri generi (documentari intrattenimenti talk show etc) è di circa 350 milioni.

**Sulle 532 ore** di offerta di fiction nella stagione 2020.-2021 la Rai si conferma leader assoluto con più di tre quarti delle ore complessive trasmette mentre l'offerta di inedito sulle piattaforme passa dal 9% all'11%.

Tra lineari e non lineari cresce anche il volume di docu unscripted che rappresenta ancora solo il 4,4% delle risorse erogate. Ma si prevede che possa crescere notevolmente.

<https://www.primaonline.it/2021/10/14/336238/leone-apa-cresce-la-produzione-governo-abolisca-la-tassa-sul-canone/>



## MIA, il futuro dei festival nel post-pandemia

Alla 7ª edizione del Mercato Internazionale Audiovisivo attualmente in corso a Roma, si è tenuto il convegno "Spazio Festival: quali nuovi territori?" per riflettere sulle potenzialità e nuove sfide delle manifestazioni cinematografiche italiane



**Quale futuro attende i Festival italiani sul territorio?** La risposta a questa domanda è stata cercata durante l'incontro svoltosi nella giornata del 14 ottobre 2021, presso lo Space Cinema Moderno di Roma, nell'ambito della serie di eventi che il MIA ha organizzato in occasione della Festa del Cinema di Roma.

Presenti sul palco dell'evento, moderato da **Bruno Zambardino** (Coordinamento istituzionale Italy for Movies. Cinecittà/DGCA MiC), **Chiara Valenti Omero** (AFIC – Associazione Festival Italiani Cinema), **Gianfranco Rinaldi** (Commissione Cinema), **Cristina Priarone** (Italian Film Commission) e **Antonella Manca** (Assessorato alla Cultura FVG).

**Chiara Valenti Omero** (AFIC – Associazione Festival Italiani Cinema) ha richiamato subito l'attenzione sul cogliere gli elementi positivi e di interesse da cui ripartire dopo questi 18 mesi critici, in cui il Covid ha messo in grande difficoltà il cinema e naturalmente i Festival sul territorio. «È in atto un grande fermento, c'è voglia di ricominciare. Un cambiamento è inevitabile a dispetto del fatto che i Festival sono forse la realtà che si è protetta meglio durante la pandemia. Occorre **riuscire ad attrarre un pubblico che è cambiato in questi mesi**, così come **nuovi finanziamenti privati**. La chiave è un nuovo metodo che garantisca ai Festival sul territorio, dei **ritorni non solo d'immagine ma anche finanziari**».

Le fa eco **Gianfranco Rinaldi** (Commissione Cinema), che ha sottolineato: «I Festival non hanno solo un ruolo di moltiplicatore di possibilità e visibilità per gli addetti ai lavori, ma costituiscono anche un **importantissimo fattore sociale e culturale**. Permettono alle **realità locali di valorizzare il patrimonio artistico**, infrastrutture, di risvegliare il meglio delle potenzialità presenti nelle varie comunità locali».

**Antonella Manca** (Assessorato alla Cultura FVG) ha sottolineato il ritorno considerevole a livello erariale che i Festival producono sul territorio: «si tratta di una certezza che abbiamo misurato in modo diretto. Occorre cercare di finanziare a livello locale tutti i progetti di qualità, sia da parte di chi rappresenta realtà già sperimentate, sia di chi si affaccia per la prima volta». Successivamente, ha posto l'accento sulla necessità di **allargare quanto più possibile la raggiera dei mecenati e finanziatori dei Festival**, anche a realtà fino ad oggi inedite.

**Cristina Priarone** (Italian Film Commission) ha voluto poi ricordare la nascita di tavoli operativi tra Regioni e realtà culturali locali, con la volontà di migliorare l'accessibilità dei beni culturali per le imprese e per ciò che riguarda i canoni. Ma l'urgenza è creare un unico tavolo comune nazionale con cui discutere di ciò che sarà dei Festival nel futuro: «È necessario creare un'**armonizzazione per ciò che riguarda i fondi regionali**, vi sono ancora troppe incompatibilità da Regione a Regione. In alcuni casi l'ultima parola l'hanno le Film Commission, in altri casi invece i rappresentanti delle Regioni. Occorre uniformità».

**Bruno Zambardino** (Coordinamento istituzionale Italy for Movies. Cinecittà/DGCA MiC), in chiusura, ha richiamato l'attenzione sulla necessità di un dialogo con gli Assessorati Regionali: «È importante che vi sia un confronto tecnico, pur nel rispetto dell'autonomia delle parti. L'omogeneizzazione è importante, ma il coordinamento tra le varie singolarità, è una priorità da non sottovalutare».

<https://www.e-duesse.it/cinema/mia-il-futuro-dei-festival-nel-post-pandemia/>

## Apa: dove va la produzione nazionale

Presentato nella cornice del Mia il 3° Rapporto APA sulla Produzione Audiovisiva Nazionale



Nel 2020 la produzione audiovisiva nazionale ha superato gli 1,2 miliardi di euro e dal 2020 al 2023 il valore dovrebbe crescere del 14%. Il dato proviene dal **3° Rapporto APA sulla Produzione Audiovisiva Nazionale**, presentato oggi da Apa – l'Associazione Produttori Audiovisivi, nella cornice del **MIA – Mercato Internazionale Audiovisivo**. Con Leone, Maria Pia Ammirati, Direttore Fiction RAI, Eleonora Andreatta, Vicepresidente delle Serie Originali italiane Netflix, Daniele Cesarano, Direttore Fiction RTI SpA – Gruppo Mediaset.

### LE EVIDENZE

Queste le principali tendenze evidenziate dal rapporto:



- la **produzione di opere originali** è centrale e indispensabile per tutte le piattaforme di consumo audiovisivo, lineari e non lineari.
- Il **valore della produzione di Fiction** destinata alla Tv e alle piattaforme non lineari cresce nel corso del 2020 del **28%** grazie all'incremento della spesa degli operatori VoD e alla crescita della contribuzione dei produttori, sostenuta dall'incremento del Tax Credit.
- La contribuzione degli operatori SVoD **vale il 15% circa** del totale costo di produzione. Il valore è in **crescita di 4 punti percentuali** rispetto al 2019.
- Fra il 2021 e il 2023 la **domanda degli operatori dello SVoD** potrebbe crescere notevolmente portando gli investimenti in Fiction a raggiungere, già nel 2023, quelli effettuati dagli operatori della TV lineare.

### DOMINA LA FICTION

È la **fiction** (destinata a tv e vod) il genere audiovisivo che attrae maggiori investimenti: **+205 milioni** fra il 2017 e il 2020 (**+ 50%**) e **+ 135 milioni** fra il 2019 e il 2020 (**+28%**). "La crescita della produzione di fiction è dovuta essenzialmente al forte sviluppo del VoD e alla conseguente crescita degli investimenti degli operatori VoD in prodotti originali italiani". Nella stagione 2020-2021, l'offerta di fiction corrisponde a **532 ore** di prime visioni, con **RAI** ancora leader assoluta nella trasmissione di titoli italiani. Cresce il volume orario complessivo del prodotto seriale inedito sulle piattaforme (Rai Play, Now, Netflix, Amazon Prime Video, Disney+): **dal 9% (2019-2020) all' 11% (2020-2021)**.

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

“Balzo in avanti” per l’offerta **Unscripted 2021: +11%** rispetto alla stagione pre-pandemica nella produzione indipendente, ma la produzione interna ai broadcaster è prima per volume di ore. “La produzione indipendente prevale invece come modello produttivo di riferimento per il contenuto digital only”. Cresce, come “genere intensivo” sia in tv che nell’on demand il **Docu-Unscripted**, anche se i contributi economici destinati a tali opere 2018 e il 2020 rappresentano solo il **4,4% del totale delle risorse erogate** per la produzione di opere audiovisive.

#### APA: UN PATTO CON LE PIATTAFORME

“L’offerta delle piattaforme on demand con investimenti rilevanti nel settore, che raggiungeranno **250 milioni di euro l’anno in sola serialità tv entro il 2023**. Per questi motivi occorrono **regole di ingaggio** tra gli streamers ed i produttori indipendenti per una equa e corretta valorizzazione dei diritti ed una loro limitazione temporale”, ha dichiarato il **Presidente APA Giancarlo Leone**.

Apa ha infatti proposto “**un patto tra produttori e piattaforme** che sia in grado di interpretare correttamente il cambiamento e la crescita nel rispetto dei diritti e degli investimenti di chi realizza le opere. Altrimenti sarà il governo, con la regolamentazione prevista a carico di MIC e MISE, a doverne fare carico”.

#### NO ALLA RIDUZIONE DEGLI SPOT PER LA RAI

Apa ha inoltre proposto la cancellazione della tassa sulla concessione governativa su canone: ciò permetterebbe di **neutralizzare gli effetti della riforma degli affollamenti pubblicitari sulla RAI**, prevista nel recepimento della direttiva europea sui fornitori di servizi media (un errore di interpretazione della direttiva, secondo Apa) e che comporterebbe un danno pari a 100 milioni per la Rai e di conseguenza per tutto il settore.



<https://www.e-duesse.it/televisione/apa-dove-va-la-produzione-nazionale/>

## La Realtà Che "Non" Esiste, il contest per giovani storytellers è arrivato alla quarta edizione

Domani, 15 ottobre, al MIA - Mercato Internazionale Audiovisivo- di Roma verrà presentata la nuova edizione del concorso di One More Pictures e Rai Cinema dedicato allo storytelling digitale



Un'immagine tratta da 'La regina di cuori' il corto vincitore del contest del 2021, presentato come evento speciale alla 78. Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia

Ideato da **Manuela Cacciamani** e realizzato da **One More Pictures** con **Rai Cinema**, *La Realtà Che "Non" Esiste* sta facendo luce su una nuova generazione di talentuosi sceneggiatori e registi che orbitano nella galassia dell'audiovisivo e dello storytelling digitale, con l'obiettivo di scrivere storie per media integrati.

Le precedenti edizioni hanno visto vincere autori alle primissime esperienze (Il contest è rivolto a tutti gli autori under 35), con progetti scelti da una giuria prestigiosa e affiancati da star del mondo del cinema e della musica. I contenuti dedicati ai progetti frutto delle prime tre edizioni hanno ottenuto un totale, sui canali social della Rai, dei Media Partner e dei talent, di oltre **15 milioni di persone raggiunte**, oltre 600 mila interazioni e più di 13 milioni di visualizzazioni.

Sotto supervisione editoriale e creativa di One More Pictures e Rai Cinema, il vincitore vedrà il proprio progetto non solo sviluppato in forma di **cortometraggio lineare**, ma anche declinato su altri media e forme di storytelling: **virtual reality**, **videomapping**, **social story**.

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

Il progetto vincitore debutterà con il supporto dei canali **Rai Cinema** e sarà presentato, come nelle precedenti edizioni, in contesti audiovisivi di grande prestigio.

*La Realtà Che "Non" Esiste*, oltre a lanciare nuovi autori particolarmente innovativi si prefigge l'importante obiettivo di sensibilizzare i ragazzi, le istituzioni e il pubblico su temi di rilevanza sociale legati al **complesso rapporto tra i giovani e le nuove tecnologie digitali**.

Alla presentazione della quarta edizione al MIA domani, interverranno **Carlo Rodomonti**, responsabile Marketing strategico e Digital di Rai Cinema, **Fulvio Firrito** Responsabile cortometraggi per il sociale di Rai Cinema e **Manuela Cacciamani**, Founder di One More Pictures. Inoltre, testimoni delle passate edizioni, saranno presenti **Jenny De Nucci**, protagonista del corto Happy Birthday (scaturito dalla prima edizione del contest) e **Luca Chikovani**, protagonista di Revenge Room (seconda edizione del contest). Parteciperà, in modalità online, anche **Eleonora Gaggero**, protagonista di Revenge Room insieme a Luca Chikovani. Durante la Conferenza Stampa verrà comunicato il regolamento e annunciato il Presidente di Giuria.

[https://www.wired.it/play/cinema/2021/10/14/la-realta-che-non-esiste-il-contest-per-giovani-storytellers-e-arrivato-alla-quarta-edizione/?refresh\\_ce=](https://www.wired.it/play/cinema/2021/10/14/la-realta-che-non-esiste-il-contest-per-giovani-storytellers-e-arrivato-alla-quarta-edizione/?refresh_ce=)



# Italy For Movies cambia pelle



Presentato oggi al MIA, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo (13- 17 ottobre), il restyling di Italy for Movies ([www.italyformovies.it](http://www.italyformovies.it)) il portale di MiC-DGCA (Direzione Generale Cinema e Audiovisivo del Ministero della Cultura), realizzato da Cinecittà in collaborazione con l'associazione Italian Film Commissions, dedicato alle location italiane e agli incentivi nazionali alla produzione audiovisiva.

Ad illustrare le novità del progetto, la presidente di Cinecittà Chiara Sbarigia, Maria Giuseppina Troccoli dirigente DGCA, Bruno Zambardino responsabile del coordinamento istituzionale Italy for Movies, Carmen Diotallevi responsabile operativa e vice direttore di Italy for Movies, e Cristina Priarone presidente dell'Italian Film Commissions.

Rinnovato completamente per rendere il patrimonio culturale italiano più vicino al mondo del cinema, delle serie tv e dei videogame, Italy for Movies è un sito web, disponibile in italiano e in inglese, dove trovare tutte le possibilità e le facilities per girare nel nostro paese, restare aggiornati sulle ultime notizie del settore, e al contempo scoprire il set ideale in cui ambientare qualunque storia.

Dal 2019 il progetto si è dotato anche di una app, anch'essa in italiano ed inglese, dall'interfaccia semplice e intuitiva e dal doppio accesso: rivolto a cine-turisti e operatori cinematografici, che permette di geolocalizzarsi su mappa e vivere un'esperienza personalizzata, alla scoperta dei più bei film girati nei paraggi, e delle migliori location senza dimenticare le possibilità di finanziamento disponibili nell'area.

Ora il nuovo Italy for Movies rende **gli utenti protagonisti della navigazione**: registrandosi al sito, è possibile accedere alla propria area riservata dove salvare, per archivio o navigazione successiva, i contenuti preferiti. Riviste e rinnovate le modalità di utilizzo del sito da parte degli addetti ai lavori, registri e produttori in cerca di set e finanziamenti che potranno beneficiare di funzionalità di ricerca più semplici e intuitive nelle sezioni "Bandi" e "Location".

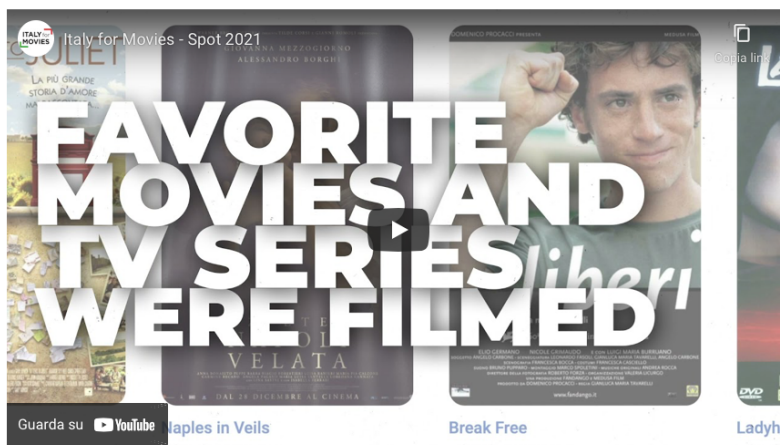
La navigazione tra le località in catalogo, articolata sulle specifiche esigenze degli operatori, può avvenire tramite una doppia tipologia di ricerca: libera, con inserimento di un luogo o di una parola chiave, o avanzata, attraverso la selezione di una serie di filtri e categorie dinamiche. I risultati possono essere visualizzati sia su mappa che in lista, e in ogni momento, in base alle specifiche esigenze, è possibile passare da una modalità di visualizzazione all'altra. Ciascuna scheda location contiene informazioni tecniche, localizzazione su mappa, contatti della Film Commission di riferimento e collegamento a tutti i bandi disponibili per girare in quel territorio, ribadendo così una delle caratteristiche fondanti di Italy for Movies, permettere agli utenti, in un unico sito, di orientarsi facilmente nel sistema di finanziamento italiano alla produzione.

Importanti novità riguardano anche la parte dedicata a cinefili e appassionati di cine-turismo con la sezione "Itinerari", dove creare un percorso personalizzato muovendosi tra le location di film, serie e videogame, proprio grazie alla sezione "Film, Serie TV & Game", con cui scoprire e visitare i luoghi in cui le opere sono state girate. E per chi non abbia una meta prestabilita è possibile affidarsi ai suggerimenti di viaggio di Italy for Movies, raccolti in **20 itinerari cine-gastronomici**, uno per regione, dove il rapporto tra cinema italiano e cucina è esplorato attraverso curiosità, storia delle cucine regionali, e sorprendenti video-ricette realizzate con i materiali dell'Archivio Storico Luce.

Per avere un assaggio è possibile sbirciare i percorsi dedicati a Emilia-Romagna - "Prima della rivoluzione gli anolini" <https://bit.ly/3arVFak> Marche - "Osessione! Involtni, capitone e brodetto anconetano" <https://bit.ly/3v5F7Yz> e Puglia - "C'era una volta la Puglia dei Basilischi" <https://bit.ly/3BGi8G0>

Italy for Movies è la mappa digitale sempre più completa per scoprire l'Italia da film.

**Daniele Mignardi Promopressagency**  
Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.  
on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)  
Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi  
Partita IVA 12450721001



<https://news.cinecitta.com/IT/it-it/news/53/87619/italy-for-movies-cambia-pelle.aspx>

# Audiovisivo in crescita: +28%



Nell'audiovisivo nazionale il successo e gli investimenti sulla serialità non si sono fermati neanche con la pandemia. La tv lineare continua ad avere un ruolo di primo piano, ma la crescita delle piattaforme è "vertiginosa". Sono fra gli elementi che emergono dal **terzo rapporto nazionale dell'Apa** presentato a Roma nell'ambito del MIA, alla presenza di **Maria Pia Ammirati**, Direttore Fiction Rai, **Eleonora Andreatta**, vice presidente delle Serie Originali italiane Netflix, **Daniele Cesarano**, Direttore Fiction RTI SpA - Gruppo Mediaset.

La produzione audiovisiva nazionale nel corso del 2020 ha superato il valore di 1,2 miliardi e si stima un incremento del **14%** dal 2021 al 2023, ha spiegato il presidente dell'Associazione Produttori Audiovisivi **Giancarlo Leone** illustrando i dati.

Il valore della produzione di fiction destinata alla tv e alle piattaforme non lineari cresce nel 2020 del **28%**. La contribuzione degli operatori SVOD (i servizi on demand) vale quasi il 15% del totale costo di produzione. Un valore in crescita di quattro punti dal 2019. La **fiction** nell'audiovisivo è il genere che genera più investimenti (circa 615 milioni), un tasso di crescita confermato anche durante la pandemia: +205 milioni fra il 2017 e il 2020 e +135 milioni tra il 2019 e il 2020.

Nella stagione 2020-2021 l'offerta di fiction italiana corrisponde a 532 ore di prime visioni. La Rai si conferma leader con il 78% di prodotti originali; Sky e Mediaset sono al 7%, Netflix al 4%, Amazon al 3%, Disney all'1%. Durante la pandemia, il 50,8% delle imprese non ha mai sospeso l'attività; il 44,3% ha sospeso l'attività che poi è ripartita.

"Un 5% di imprese non è uscita dalla sofferenza - spiega Leone - ma il 95% ce l'ha fatta". Tra i dati negativi la diminuzione in pandemia dei lavoratori del settore da 119 mila a 111 mila. A livello europeo invece resta deludente lo spazio di produzione per opere di autrici: con un 18% di registe di film e 14% di registe di fiction e un 17% di sceneggiatrici di film, che salgono al 21% per la fiction.

Il valore della produzione originale di titoli di **Animazione** nel 2020 si attesta sui **€77 milioni** e quello di tutti gli altri generi (documentari, intrattenimento, Talk Show e programmi di approfondimento e culturali) è di circa **€350 milioni**. Mentre gli investimenti per i **film destinati alla sala cinematografica** sono stimati in flessione a causa delle restrizioni Covid-19 che hanno duramente colpito il comparto.

Occorrono **"regole di ingaggio tra gli streamers ed i produttori indipendenti** per una equa e corretta valorizzazione dei diritti ed una loro limitazione temporale. La legge consente alle associazioni maggiormente rappresentative di trovare accordi con i soggetti rilevanti del mercato: proponiamo un patto tra produttori e piattaforme che sia in grado di interpretare correttamente il cambiamento e la crescita nel rispetto dei diritti e degli investimenti di chi realizza le opere", ha aggiunto Leone.

Altrimenti "sarà il governo, con la regolamentazione prevista a carico di MIC e MISE, a doversene fare carico", ha sottolineato. Inoltre "ci appelliamo al governo perché il recepimento della **direttiva europea** sui fornitori di servizi media è stato interpretato erroneamente in Italia con misure restrittive per la raccolta pubblicitaria del servizio pubblico. Stimiamo in circa 100 milioni l'anno il danno per Rai, con un possibile impatto negativo sugli investimenti annui per la produzione. Per questo proponiamo la **cancellazione della tassa sulla concessione governativa sul canone** che consentirebbe di neutralizzare gli effetti della riforma degli affollamenti pubblicitari sulla Rai".

Per Maria Pia Ammirati: "in un mercato così vitale dobbiamo guardare la crescita degli OTT con un po' di preoccupazione, ma soprattutto con intelligenza, dobbiamo 'intercettare' il futuro. La crescita dello SVOD e l'on demand è vertiginosa, dobbiamo crescere anche noi, non possiamo restare indietro sulle risorse economiche".

Evento: MIA MARKET

Testata: Cinecittà News

Data: 14/10/2021

"A Netflix puntiamo a realizzare una produzione locale che eviti tutti gli stereotipi - ha sottolineato Tinny Andreatta - vogliamo aprire a temi più urgenti raccontandoli da prospettive inedite, ci interessa anche affrontare il tema degli antieroi e non lo faremo copiando". Infine secondo Daniele Cesarano, "non c'è una formula vincente per la serialità, parlano i prodotti. Ci sono 60 milioni di italiani che hanno gusti diversi, c'è spazio per prodotti più provocatori come *Squid Game* e per quelli mainstream di Mediaset e Rai. La diversità è la cosa più importante".

<https://news.cinecitta.com/IT/it-it/news/55/87625/audiovisivo-in-crescita-28.aspx>

## TIK TOK / Le nuove frontiere di business per l'audiovisivo



La film commission australiana **Screen&Film Victoria** ha lanciato un bando per sostenere produzioni su **TikTok**, grazie al quale è stata prodotta **Scattered**, una serie di 38 puntate da 60 secondi : questa è una delle tante novità che accompagnano l'evoluzione della piattaforma di intrattenimento che, affermatasi inizialmente come leader per la generazione Z (13-17 anni) oggi conta 1 miliardo di utenti attivi ogni mese, una audience che si spinge fino ai 45 anni e di cui il 67% è maggiore di 25 anni.

Piattaforma di intrattenimento, non social network, non influencer ma creatori di contenuti, ci tiene a specificare **Giuseppe Suma**, Head of Entertainment, Media, gaming, Sport&Telco, Global Business Solutions di TikTok Italia, che al **MIA di Roma** ha fornito una panoramica sulle opportunità che TikTok rappresenta per i players dell'intrattenimento.

In Italia gli utenti spendono su TikTok circa 89 minuti al giorno ed è seconda piattaforma video fruita dopo la televisione Audience interessata a tv (94%), interessata al cinema e acquistato biglietto negli ultimi tre mesi (73) E la presentazione ha ospitato anche l'intervento di Martina Socrate, giovane creator ormai affermata in Italia, che ha realizzato campagne su TikTok per il film *Come un gatto in tangenziale*, la serie Amazon Prime *The Wilds*, la serie Sky *5 Ragazzi per me*

L'attenzione del mercato sui contenuti cosiddetti Bespoke, ovvero nativi e generati appositamente per TikTok è altissima: basti pensare al fenomeno Nathan Evans, il postino scozzese che, pubblicando una sua canzone sulla piattaforma è stato 'contrattato' da Warner Music Oltre il 90% dei players o brand dell'industria dell'intrattenimento audiovisivo sono approdati su TikTok, da **Discovery + a Prime Video, X Factor, Netflix, Masterchef..** e lo usano sia per promuovere i propri prodotti con declinazioni create per la piattaforma (da *Squid Game* a *Kobra Kai* su Netflix, a *Cinderella Movie* su Prime Video, *Space Jam* di Warner Bros), sia per produzioni originali:

"Primevideo ha interpretato al meglio ciò che è TikTok e ha colto l'opportunità di creare uno storytelling esclusivo dedicato a piattaforma stessa." Spiega Suma, citando **Cités** serie francese di 12 puntate di 60 secondi, scritta e diretta dal rapper e scrittore Abd al Malik, o **Just so you Know** docuserie TikTok che Prime ha lanciato in giugno in occasione del Pride, e basata sulla serie Amazon originale *Modern Family* attraverso contest su Tik Tok

Non solo intrattenimento: anche Gucci ha prodotto su TikTok la serie narrativa **Overture**, per lanciare la sua nuova collezione. E anche tutto il mondo dei documentari e reality 'unscripted' sta prendendo piede sulla piattaforma: in agosto 2020 il marchio di bellezza e.l.f Cosmetics ha lanciato il suo primo reality show su TikTok, **Eyes.Lips.Famous**.

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001



Evento: MIA MARKET

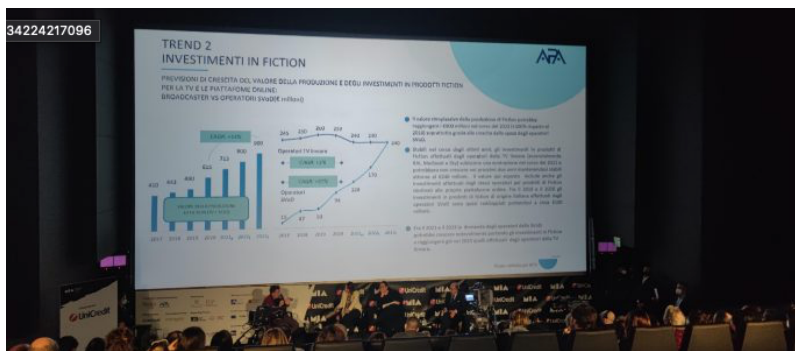
Testata: Cinema e Video International

Data: 15/10/2021

Sono tante e stimolanti, le frontiere che l'industria dell'audiovisivo ha davanti a sé, intanto, rivela Suma a Cinema&Video International, "saremo alle **Giornate Professionali di Sorrento**, dove illustreremo le ultime novità e iniziative legate al cinema."

<https://www.cinemaevideo.it/tik-tok-le-nuove-frontiere-di-business-per-laudiovisivo>

## RAPPORTO APA / Due proposte al governo e agli OTT



Sigare un patto con le OTT dove definire regole di ingaggio tra gli streamers ed i produttori indipendenti per una equa e corretta valorizzazione dei diritti ed una loro limitazione temporale. E chiedere al governo di abolire la tassa di concessione governativa sul canone e per lasciare invariato l'importo complessivo corrisposto dall'utente e neutralizzare i gravi effetti negativi della riforma in corsi del Tusmar che diminuirà sensibilmente i ricavi pubblicitari (di circa 100 milioni di euro) della Rai con un rischio reale per gli investimenti sul cinema e audiovisivo. Queste le due proposte annunciate da **Giancarlo Leone**, presidente di **APA**, a conclusione della presentazione del **3° Rapporto sulla Produzione Nazionale**, avvenuta oggi, 14 ottobre al **MIA di Roma**, alla presenza di **Maria Pia Ammirati, Direttore Fiction RAI, Eleonora Andreatta, Vice Presidente delle Serie Originali italiane Netflix, Daniele Cesarano, Direttore Fiction RTI SpA – Gruppo Mediaset.**

I ricavi sul mercato dell'industria audiovisiva italiana, che quest'anno supereranno i 10 miliardi di euro, saliranno a 12 nel 2023: di questi il 20% è rappresentato dalle piattaforme di video on demand, una cifra che è destinata a crescere. IL valore complessivo della produzione audiovisiva nazionale si attesta invece intorno a 1 miliardo e 300 mila euro, con i 615 milioni della serialità nel 2020 che fanno la parte del leone. Ed è significativo che il 42% di questa cifra arrivi dall'apporto dei produttori italiani ed esteri, e il 15% (quasi 100 mln di euro) dagli operatori SVOD, un mondo che fino a qualche tempo fa non esisteva, e che invece avrà un ruolo determinante nella crescita del valore di produzione della serialità che nel 2023 toccherà i 900 milioni di euro. Gli investimenti delle piattaforme on demand raggiungeranno 250 milioni di euro l'anno in sola serialità tv entro il 2023. "Per questi motivi occorrono regole di ingaggio tra gli streamers ed i produttori indipendenti. La legge consente alle associazioni maggiormente rappresentative di trovare accordi con i soggetti rilevanti del mercato: proponiamo un patto tra produttori e piattaforme che sia in grado di interpretare correttamente il cambiamento e la crescita nel rispetto dei diritti e degli investimenti di chi realizza le opere." Dichiarò Leone.

"Quello dei produttori italiani è un mercato straordinario, fatto di tanti piccoli imprenditori coraggiosi che sono al centro dell'attenzione europea" – osserva **Maria Pia Ammirati**, che ha parlato anche dell'opportunità di rivoluzionare e far crescere Rai Play, sia dal punto di vista tecnologico che da quello dei contenuti.

**Eleonora Andreatta** ha messo l'accento sulla rivoluzione copernicana effettuata da Netflix "nel momento in cui ha deciso di spostare i centri di produzione nei vari paesi europei sulla base del presupposto che una storia bella può essere prodotta ovunque, cosa che, fra l'altro, in Italia abolisce anche l'ostacolo linguistico che è uno degli impedimenti all'internazionalizzazione del nostro settore. Per noi è importante lavorare sulla prossimità culturale, la nostra forza è avere serie turche,

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

indiane, italiane che ci raccontino i vari paesi. Riconosciamo l'universalità di alcune storie lontanissime fra loro, e vogliamo rappresentare la diversità, andando magari a rompere anche qualche tabù finora non affrontato".

Vanno in questo senso progetti come *Tutto chiede salvezza*, sulla forza e la debolezza dei ventenni, come anche "altri progetti che abbiamo in sviluppo che parlano in modo inedito di sessualità femminile; ci interessa, inoltre, il tema morale degli antieroi."

Fra i racconti period, con cui "Netflix ha la libertà di raccontare temi scomodi e lavorare sul passato rompendone i cliché", Andreatta ha citato *Briganti* e un'altra opera, ancora senza titolo, sulla prima donna avvocato nella Torino del 1800.

Per quanto riguarda gli adattamenti, *La vita bugiarda degli adulti* e "quello di *Fedeltà*", in uscita il prossimo anno. Inoltre, sono molto fiera di *Strappare lungo i bordi*, l'adult animation di Zerocalcare qui al Festival di Roma, fra l'altro in un formato non consueto, puntate da 12 minuti, che è un'altra libertà che possiamo sperimentare"

Andreatta, infine, ha tenuto a sottolineare anche l'impegno di Netflix Italia nella partecipazione di registe e sceneggiatrici, commentando il dato del rapporto APA, che evidenziava come la percentuale di lungometraggi di produzione europea realizzata da registe donne sia del 18% e fornendo a sua volta dei numeri: "In questi anni abbiamo realizzato 16 serie in cui hanno lavorato 27 sceneggiatrici, il 39% del totale e 13 registe, 37% del totale"

<https://www.cinemaevideo.it/rapporto-apa-due-proposte-al-governo-e-agli-ott>

## Mia 2021: non convince la ricerca Ice sull'export dell'audiovisivo. Stimolante il Rapporto Apa sull'industria nazionale



Il mercato audiovisivo italiano vale poco meno di 10 miliardi di euro, 615 milioni gli investimenti nella fiction "made in Italy".

La seconda giornata della 7ª edizione del **Mercato Internazionale Audiovisivo** (Mia) ha proposto due ricerche, entrambe molto attese da parte della *comunità professionale* (così come dai giornalisti specializzati e dagli appassionati di cinema e tv e video): un tentativo **Ice Agenzia** di studio del posizionamento dell'Italia sul mercato audiovisivo mondiale, e la terza edizione del "**Rapporto sulla Produzione Audiovisiva Nazionale**" promosso e curato dall'**Apa**, l'associazione dei produttori audiovisivi.

Non convince il primo (Ice). Con molti elementi stimolanti, il secondo (Apa).

Una premessa: in un Paese normale, normale sarebbe che iniziative di questo tipo vengano promosse e realizzate direttamente dalle **istituzioni preposte**, nel caso in specie anzitutto il Ministero della Cultura (Mic), e poi il Ministero dello Sviluppo Economico (Mise), e, ancora, il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (Maeci). Ma notoriamente l'Italia non è un Paese "normale", e quindi si assiste talvolta a florilegi di iniziative di studio, estemporanee ed occasionali.

Procediamo con ordine.

Presentazione con tanto di benedizione istituzionale, per quanto riguarda lo "**Study on The Audiovisual Industry Results in The International Markets**", commissionato da Ice e realizzato dal Centro Ricerche Economiche e Sociali "Manlio Rossi-Doria" dell'**Università Roma Tre**, con intervento in presenza della Sottosegretaria **Lucia Borgonzoni** del Mic e del Sottosegretario **Manlio Di Stefano** del Maeci (quest'ultimo con un video preregistrato).

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

Il breve dibattito che ha anticipato la presentazione ha evidenziato sia la perdurante volontà del Governo di sostenere il marketing internazionale dell'industria culturale e creativa nazionale, ma, al contempo, la perdurante "parcellizzazione" di competenze (per esempio, tra Mic e Maeci), e la **totale assenza di un dataset** che possa consentire l'impostazione di politiche che siano ben fondate, strategiche ed organiche,

Si è avuto riprova "governa", ancora una volta, nasometricamente.

In rappresentanza del Direttore Generale **Nicola Borrelli**, è intervenuta la dirigente n° 2 della Direzione Generale Cinema e Audiovisivo, **Maria Giuseppina Troccoli**, che, prima della presentazione, ha manifestato la propria attesa per i risultati dello studio **Ice**, confidando che esso potesse dimostrare l'efficacia delle politiche ministeriali, messe in atto dal 2017, con l'entrata in vigore della "Legge Franceschini". Crediamo che Troccoli sarà rimasta delusa, forse anche più di tutti i presenti.

Unico elemento positivo di questo studio: **Ice** ha ritenuto di proporlo anche in versione su carta, in un fascicoletto ben stampato, sebbene con grafica certamente non granché evoluta.

La ricerca, commissionata da Ice all'**Università Roma Tre** e specificamente al Centro Studi "**Manlio Dossi Doria**" (presieduto da **Guido Fabiani** e diretto da **Anna Giunta**), è stata presentata da **Pasquale Lelio Iapadre**, Professore associato di Economia Politica presso il Dipartimento di Ingegneria Industriale e dell'Informazione e di Economia dell'Università degli Studi dell'Aquila, accademico che può vantare una discreta quantità di studi sull'Italia nell'economia internazionale, ed una qualche esplorazione del settore audiovisivo.

Lo studio è basato su una serie di **fonti**, alcune affidabili (l'associazione dei produttori americani, la **Motion Picture Association**, Mpa) altre meno (l'**Osservatorio Audiovisivo Europeo**, Oae), ed altre ancora meno (le fonti **Wto**, **Ocse**, **Eurostat** ed **Istat**, in materia di cultura, non sono valide, perché utilizzano indicatori di base troppo schematici, come i codici Ateco): ne deriva che il "cocktail" che ha prodotto Iapadre è un ibrido di dubbia utilità, inevitabilmente confuso e sostanzialmente inconcludente. Scientificamente fragile.

Può essere utilizzato come base per ulteriori studi? Certamente, ma si tratta veramente di una sorta di... brogliaccio.

### **La ricerca sull'export audiovisivo italiano è sostanzialmente congelata da molti anni: "no data"**

Ed operazioni simili, in passato, ne sono state realizzate: basti pensare al tentativo d'avanguardia promosso dall'Anica ormai oltre dieci anni fa, con lo studio "**L'export di cinema italiano**", curato da

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001



**Francesca Medolago Albani** (già Direttrice dell'Ufficio Studi e Strategia dell'*Anica* e da giugno 2021 Segretario Generale dell'associazione, nonché alla guida della *Anica Academy*) che proponeva la prima stima mai realizzata in Italia sulla dimensione economica di queste esportazioni. Quella ricerca stimava 26 milioni di euro i ricavi nel triennio 2006-2008.

Purtroppo questo tipo di ricerche non ha mai appassionato il Ministero della Cultura, ed il filone di studio è stato colpevolmente abbandonato.

Chi redige queste noterelle ha ideato, una decina di anni fa, un progetto innovativo, elaborato dall'*Istituto italiano per l'Industria Culturale* (IsICult), nell'economia di una convenzione (che doveva essere) triennale con la *Regione Lazio* (attraverso la poi disciolta Fondazione "Roberto Rossellini" per l'Audiovisivo) e l'*Università Luiss "Guido Carli"* (attraverso la Luiss Business School): il progetto di **Osservatorio Internazionale sull'Audiovisivo e la Multimedialità** (Oiam-Iamo) è stato presentato nel marzo del 2010. Traccia documentativa dell'iniziativa dell'**Osservatorio** può essere reperita nell'Archivio Storico Digitale dell'IsICult. L'Osservatorio Internazionale si avvaleva di un **Comitato Scientifico** di gran livello, ed è anche stato pubblicato anche il n° 1 (in verità un "numero zero") de "*L'Osservatorio*", la testata giornalistica della struttura di ricerca (è stata distribuita in allegato al mensile "*Prima Comunicazione*"). Tutto il progetto è andato a finire nelle sabbie mobili (la convenzione triennale non ha avuto attuazione, se non in una breve fase iniziale), a causa delle conseguenze dell'anticipata conclusione dell'esperienza della Giunta della Regione Lazio guidata da **Piero Marrazzo**, allorché, dopo le sue dimissioni e nuove elezioni, subentrò alla guida della Regione **Renata Polverini**. Come spesso accade in Italia, il governo che viene "dopo" tende a cestinare, quasi aprioristicamente, quel che ha fatto il governo di "prima"... Una triste vicenda della politica culturale italiana, sintomatica di una delle tante patologie del nostro Paese.

A distanza di oltre 10 anni, lo stato dell'arte delle ricerche sull'esportazione dei prodotti audiovisivi italiani è forse migliorato?

No, si brancola nel buio, con stime basate su fonti prevalentemente inaffidabili.

E, quindi, pur con tutte le migliori intenzioni, in queste oscurità è finito anche lo studio curato dal professor Iapadre.

L'unico studio in materia degno di nota realizzato negli ultimi anni è quello curato da **Massimo Scaglione** (della "scuola" di **Aldo Grasso** alla Cattolica di Milano), ovvero "*Cinema made in Italy. La circolazione internazionale dell'audiovisivo italiano*", pubblicato un anno fa per i tipi di **Carocci** (clicca qui per la presentazione dell'8 settembre 2020).

**Daniele Mignardi Promopressagency**

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: **Daniele Mignardi Promopressagency** - Twitter: **@DanieleMignardi**

Partita IVA 12450721001

Scriviamo un anno fa, in materia, su queste colonne: *“Purtroppo anche l’Accademia Italiana non affronta di petto la questione: è fresco di stampa un utile saggio curato da Massimo Scaglioni (ordinario alla Cattolica di Milano, ove insegna “Economia e Marketing dei Media”), intitolato “Cinema made in Italy. La circolazione internazionale dell’audiovisivo italiano” (Carocci, 266 pagine, 28 euro), dedicato a queste tematiche in chiave soprattutto economica, ma stranamente senza dedicare attenzione alle dinamiche di fatturato dell’esportazione di immaginario italiano. La ragione è verosimilmente la stessa: deficit, anzi assenza di dataset”* (vedi *“Key4biz”* del 16 ottobre 2020, [“Rapporto Apa su Produzione Audiovisiva in Italia: ‘trend positivo’ ma approccio acritico e deficit strategico”](#)).

### **Dataset deficitari e numerologie fantasiose**

Il problema è quello di sempre: *assenza di dataset* minimamente affidabili.

E per costruire un dataset decente ed affidabile, è indispensabile un *approccio di ricerca transdisciplinare ed eterodosso*, e soprattutto *budget adeguati*.

Non è possibile “fare ricerca” seria... con due spiccioli, perché altrimenti il risultato sarà sempre quello delle *“nozze coi fichi secchi”*, oppure la produzione di numerologie fantasiose.

Cosa ha “aggiunto” lo studio Ice di nuovo (...), rispetto a quel che (non) sappiamo dell’export audiovisivo italiano? Nulla, o quasi.

Arduo trovare, nell’“abstract” dello studio, un qualche dato realmente interessante: certo, impressiona (e deprime) leggere che *“la quota di mercato dell’Italia sulla quota di esportazioni di servizi audiovisivi è molto piccola”*, ma francamente noi prenderemmo con prudenza anche quel penoso *0,2 %* (ovvero 2 per mille) stimato da lapadre....

Il deficit delle fonti si evidenzia nel paragrafo iniziale del capitolo dedicato al “contesto internazionale”: sostenendo che *“il settore audiovisivo rappresenta circa lo 0,6 per cento del Pil dei paesi europei degli Stati Uniti”*, ma citando una fonte del... 2014!

A pagina 16 dello studio, viene dichiarato con onestà: *“i dati disponibili sugli scambi internazionali di servizi audiovisivi presentano diverse lacune, che non consentono di ricostruire con facilità un quadro preciso delle tendenze complessive e del ruolo dei singoli paesi”*. E quindi, perché arrampicarsi sugli specchi di *numerologie improbabili?!*

A pagina 21 dello studio, emergerebbe che l’*Italia* potrebbe vantare un *export* di servizi audiovisivi, nel 2019, di 125 milioni di dollari Usa, a fronte di *importazioni* per 220 milioni. La fonte è *Wto*, ma che il dato sia evidentemente fallace emerge osservando che l’export del

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

*Belgio* sarebbe a quota 582 milioni (!) e quello dell'*Ungheria* a quota 664 milioni (!!): delle due, l'una: o c'è qualcosa che non va nelle elaborazioni, oppure il livello delle esportazioni audiovisive italiane è veramente... drammatico. Anzi penoso. Propendiamo per la prima ipotesi.

Errori di questo tipo, li abbiamo già segnalati (e denunciati) nelle "valutazioni di impatto" della legge Franceschini, affidate dal Ministero della Cultura all'Università Cattolica del Sacro Cuore ed alla società di consulenza Ptclas spa (vedi "*Key4biz*" del 10 marzo 2021, "[Pubblicata la 'valutazione d'impatto' della legge cinema e audiovisivo per il 2019](#)"): nell'ultima relazione, si legge che l'export di prodotti audiovisivi italiani sarebbe di 78 milioni di euro, a fronte della Polonia con... 562 milioni (!). E ciò basti.

Numeri in libertà, basati su... codici Ateco!

Il Presidente dell'Ice, **Carlo Ferro**, nella "*Prefazione*" alla ricerca curata da Iapadre (che non è ancora stata resa disponibile su web), scrive: "*manca uno studio sistematico sul posizionamento delle nostre imprese del settore nei mercati internazionali. A questo Ice-Agenzia ha voluto supplire*". Ahinoi, egregio Presidente: supplenza fallimentare.

L'auspicato "*studio sistematico*" è ancora nel regno delle belle intenzioni...

### ***3° Rapporto Apa: industria audiovisiva italiana vivace e dalle grandi potenzialità, ma lo Stato deve incrementare il tax credit e non ridurre le risorse della Rai***

Tutt'altro discorso, tutt'altra aria, tutt'altra qualità... in occasione della presentazione del 3° "*Rapporto Apa*": quest'anno, a differenza del passato, l'associazione dei produttori audiovisivi presieduta da **Giancarlo Leone** (per decenni top manager della Rai) è riuscita a mettere "assieme" dati ed analisi di fonti differenti, fornendo un "*dataset*" *incompleto ma comunque interessante*, su fonti eterogenee ma a partire da alcune elaborazioni sviluppate da una delle società leader in Italia, nella consulenza sull'economia dei media, qual è **eMedia**, fondata e diretta da **Emilio Pucci** (le altre fonti sono state l'*Osservatorio sulla Fiction Italia* – Ofi di Milly Buonanno, **Certa**, e finanche – ahinoi – **Symbola**, fonte quest'ultima anch'essa basata sugli incerti... codici Ateco).

In 41 slide (in questo caso, con una bella infografica, leggibile e piacevole da sfogliare), Leone ha presentato una sorta di "summa" dei dati che è possibile acquisire sul mercato audiovisivo italiano: si potrebbe certamente fare *di meglio* dal punto di vista metodologico, ma complessivamente si tratta di un buon risultato, e di una esplorazione utile.

Come dire?! Una buona base di partenza, sulla quale si potrebbero costruire analisi di scenario e di mercato – anzi "*studi sistematici*" (per parafrasare il Presidente dell'Ice...) – che sarebbero utili sia alla

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

“mano pubblica” che all’“industria privata”. C’è veramente ancora molto da fare.

***Alcuni dei dati essenziali emersi dal “Rapporto Apa”... 615 milioni gli investimenti nella fiction “made in Italy”***

Il mercato audiovisivo italiano ha registrato nel 2020 un **totale di ricavi di poco inferiore a 10 miliardi di euro**, ovvero 9.785 milioni di euro.

La **televisione rimane il “medium centrale”** nel sistema audiovisivo italiano (ricavi per 7,6 miliardi di euro), ma prosegue e si accentua (anche come conseguenza della pandemia Covid-19), la rapida crescita dell’ambiente “**video online**” (tra “vod” e “online video advertising”), che nel 2020 vale quasi 2 miliardi di euro. La sala cinematografica è a quota 182 milioni e l’“home video” fisico a quota 103 milioni di euro.

Il **valore complessivo della produzione audiovisiva per tutti i generi audiovisivi** (film per la sala, fiction, animazione, documentari, e altri generi di flusso oggetto di “commissioning” da parte degli operatori tv e degli operatori “svod” ovvero “subscription video on demand”) si attesta intorno a **1,3 miliardi di euro** nel 2020. La **fiction** nell’audiovisivo è il genere che genera più investimenti, circa **615 milioni** di euro, con un tasso di crescita confermato anche durante la pandemia: +205 milioni di euro fra il 2017 e il 2020 e +135 milioni tra il 2019 e il 2020.

Il valore della produzione di fiction destinata alla tv e alle piattaforme “non lineari” cresce nel 2020 del 28 %. La contribuzione degli operatori “svod” vale quasi il 15% del totale costo di produzione (un valore in crescita di quattro punti dal 2019).

Particolarmente interessante il dato a pagina 10 delle slide della presentazione Apa: su 615 milioni di euro di valore della produzione di fiction (tv e vod), queste le “**fonti di contribuzione**” nel 2020: 261 milioni di euro (il 42 %) verrebbero da “**apporti produttivi italiani ed esteri**”, sostanzialmente la stessa cifra dagli “**operatori della tv lineare**” ovvero 259 % (il 42 %), e 94 milioni dagli “**operatori svod**” (il 15 %).

Ci sembra sfugga ancora il dato relativo all’effettivo reale **investimento di rischio da parte dei produttori**, ma la questione deve essere oggetto di approfondimento: comunque, con onestà, **Apa** scrive che la “**crescita della contribuzione dei produttori, è sostenuta dall’incremento del Tax Credit**”.

Nella stagione 2020- 2021, l’offerta di fiction italiana corrisponde a 532 ore di “prime visioni”: **Rai** si conferma leader con il 78 % di prodotti originali; **Sky** e **Mediaset** sono al 7 %, **Netflix** al 4 %, **Amazon** al 3%, **Disney** all’1%.

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

Lo studio curato da Apa merita molta attenzione: torneremo presto ad analizzarlo su queste colonne.

Interessanti anche le tesi “ideologiche” evidenziate da **Giancarlo Leone**, che interpreta al meglio il ruolo della “lobby” che rappresenta: a fronte di una domanda internazionale crescente (ma, su questo, temiamo che anche Apa abbia gambe fragili: quali le fonti affidabili, in argomento?! Leone ha parlato addirittura di “crescita esponenziale”), è necessario che lo Stato incrementi i suoi interventi di sostegno...

Va quindi aumentato il budget assegnato al “**tax credit**” (di cui, dal report Apa, beneficiano più i produttori televisivo-audiovisivi che quelli specificamente cinematografici) e non si debbono ridurre le **risorse economiche del servizio televisivo pubblico** (la Rai resta di fatto il principale finanziatore dell’industria audiovisiva italiana).

Ha sostenuto Leone: “*ci appelliamo al governo perché il recepimento della direttiva europea sui fornitori di servizi media è stato interpretato erroneamente in Italia, con misure restrittive per la raccolta pubblicitaria del servizio pubblico. Stimiamo in circa 100 milioni l’anno il danno per Rai, che preoccupa i produttori di contenuti culturali, a partire dai produttori audiovisivi e cinematografici, per il possibile impatto negativo sugli investimenti annui nel settore. Per questo, proponiamo la cancellazione della tassa sulla concessione governativa sul canone che consentirebbe di neutralizzare gli effetti della riforma degli affollamenti pubblicitari sulla Rai*”.

Secondo Leone, questa tassa (in verità di lontane radici storiche), se eliminata, consentirebbe di “riportare” nelle casse di Viale Mazzini 80 milioni di euro, ovvero una somma “grosso modo” corrispondente a quei 100 milioni di euro che Rai andrebbe a perdere se venissero modificate le quote percentuali dei suoi affollamenti pubblicitari.

Torneremo presto su queste delicate tematiche, che pure abbiamo già affrontato anche su queste colonne (vedi “*Key4biz*” del 17 settembre 2021, “[Netflix, non si sa quanto fattura in Italia ma teme l’incremento degli obblighi di investimento](#)”).

E, ancora, chiede Apa: occorrono “*regole di ingaggio tra gli streamers ed i produttori indipendenti per una equa e corretta valorizzazione dei diritti ed una loro limitazione temporale. La legge consente alle associazioni maggiormente rappresentative di trovare accordi con i soggetti rilevanti del mercato: proponiamo un patto tra produttori e piattaforme che sia in grado di interpretare correttamente il cambiamento e la crescita nel rispetto dei diritti e degli investimenti di chi realizza le opere*”. Altrimenti “*sarà il governo, con la regolamentazione prevista a carico di Mic e Mise, a doversene fare carico*” ...

**Daniele Mignardi Promopressagency**

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001



Evento: MIA MARKET

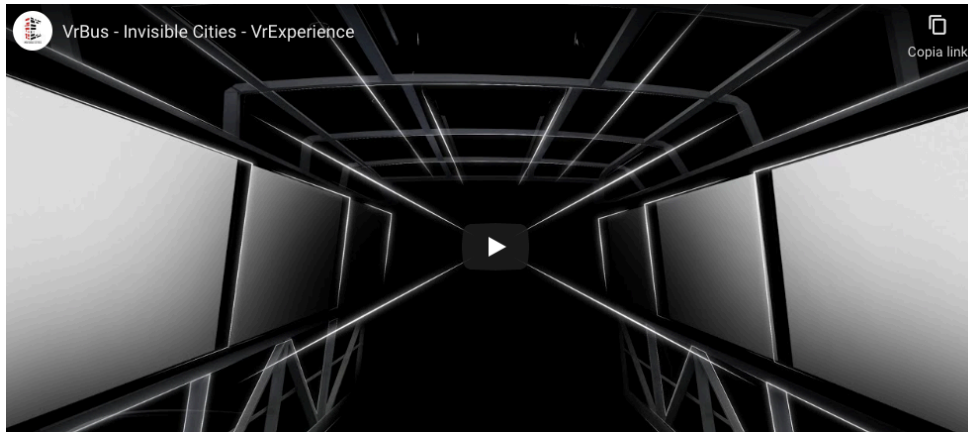
Testata: Key 4 Biz

Data: 14/10/2021

Dopo la elegante presentazione dello studio Apa da parte di Leone (che si dimostra anche eccellente conduttore, verrebbe da commentare), c'è stato un dibattito tra tre dei maggiori "player" del sistema: **Maria Pia Ammirati** (Direttrice della Fiction Rai), **Tinny Andreatta** (a capo della struttura che produce contenuti di Netflix Italia), e **Daniele Cesarano** (Direttore della Fiction Rti – Gruppo Mediaset). Dibattito interessante (anche rispetto al ruolo dei "produttori indipendenti"...), che ha fatto emergere il ruolo di "innovatore" – anche nei contenuti – di cui si vanta **Netflix**, sul quale sarà bene tornare perché merita. Presto, su queste colonne.

<https://www.key4biz.it/mia-2021-non-convince-la-ricerca-ice-sullexport-dellaudiovisivo-stimolante-il-rapporto-apa-sullindustria-nazionale/377908/>

## Linkem e Arsenale 23 lanciano VR BUS 5G, il primo use case di Invisible Cities che fa rivivere la Roma Antica



*Il primo progetto della startup porta i cittadini e i visitatori alla scoperta delle meraviglie nascoste della Roma Imperiale grazie a, ricostruzioni 3D, realtà aumentata e brevetti proprietari.*

Un viaggio virtuale tra le antiche Domus, i fori imperiali, il Colosseo e il Circo Massimo. Un progetto diventato realtà grazie a **VR BUS 5G** la prima applicazione di **Invisible Cities Srl**, la start up costituita da **Arsenale 23 e Linkem** con l'obiettivo di progettare soluzioni di realtà aumentata, virtuale e immersiva. Il primo progetto di questa Start Up porta i cittadini e i visitatori alla scoperta delle meraviglie nascoste della Roma Imperiale grazie a, ricostruzioni 3D, realtà aumentata e brevetti tecnologici proprietari.

**Daniele Righi**, Chief Innovation & Business Development Officer di Linkem, ha annunciato oggi pomeriggio il progetto durante *“Sviluppo e integrazione dell'avanguardia 5G”*, il panel sulle potenzialità delle nuove tecnologie 5G tenutosi nell'ambito della **7° edizione del Mia Market** che si tiene in questi giorni a Roma.

*“Con la creazione di Invisible Cities e del primo use case rivolto al mondo del turismo e dei beni culturali Linkem conferma la propria visione per lo sviluppo di servizi innovativi abilitati dalla tecnologia 5G. Il modello di open innovation che abbiamo creato dal 2019 ci ha consentito di partecipare con proposizioni di valore alle sperimentazioni del MISE sulle applicazioni del 5G e di andare molto*

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

*oltre con la creazione di investimenti mirati in start up e PMI e innovative. L'obiettivo è quello di rendere disponibile un numero sempre maggiore di servizi sviluppati con competenze digitali e creatività di giovani talenti italiani anche a supporto della riqualificazione dei servizi pubblici in ottica Smart City. Il VR BUS 5G è un innovativo strumento di marketing turistico e culturale.” ha dichiarato Righi.*

## **VR BUS 5G**

*“Il VR BUS 5G è la prima applicazione di Invisible Cities messa a terra. Il nostro obiettivo è di rivoluzionare il modo di vivere e apprendere la storia delle nostre città: per la prima volta abitanti, turisti, scolaresche e visitatori avranno l'occasione di vivere “la storia in prima persona”.*

## **Nuovo strumento educativo**

*Si tratta di un nuovo strumento educativo, innovativo ed emozionante.” ha spiegato **Giorgio Capaci**, CEO di Invisible Cities dopo la visione di un breve video, disponibile anche sul sito <https://www.invisiblecities.it/>. “Sono convinto che grazie alla nostra esperienza nella creazione di applicazioni di virtual reality e al nostro brevetto esclusivo siamo oggi in grado di offrire un'esperienza nuova e totalmente immersiva, permettendo a chiunque di viaggiare nel tempo. Invisible Cities ha l'ambizione di poter diventare **il mediatore digitale** capace di costruire un dialogo proficuo tra la Direzione Scientifica, il mondo tecnologico e divulgativo e dell'intrattenimento” ha dichiarato **Capaci**.*

## **Viaggio nel tempo**

Durante l'evento è intervenuta con un video messaggio la Sovrintendente Capitolina ai beni culturali **Maria Vittoria Marini Clarelli**, che ha sottolineando come il viaggio nel tempo realizzato con questo progetto, in quanto completamente immersivo e non mediato da dispositivi wearable, incrementerà la qualità dell'esperienza del visitatore e annunciando anche la prossima mostra temporanea che renderà fruibile nel centro storico questa applicazione del VRBUS per i cittadini e i turisti.

Al termine dell'evento tutti gli intervenuti hanno potuto salire a bordo del VR Bus, in prima sperimentazione a Roma fino ad ottobre, è completamente elettrico e dispone di monitor 4k trasparenti sovrapposti ai tradizionali finestrini che consentono di passare dallo scenario reale alla realtà virtuale, permetteranno ai turisti di ammirare le bellezze di oggi per confrontarle con quelle del passato. Un sofisticato ecosistema di connettività a banda larga 5G estenderà il funzionamento del brevetto originale, ideato e depositato da Invisible Cities, consentendo la perfetta geo-localizzazione del sistema in ogni istante e la sincronizzazione delle immagini ricostruite in 3D con i luoghi attraversati, nonché il delivery di contenuti premium in luoghi particolari.

Grazie ad un **brevetto unico al mondo** sarà possibile sincronizzare la velocità e la posizione del bus, permettendo la registrazione e la riproduzione di ogni movimento, curva, buca o dosso durante il tragitto. Una genialità italiana, che ricostruisce ogni meraviglia della Roma Imperiale esattamente nello stesso luogo, dove oggi resta un reperto, ma da dove brillava di bellezza 2000 anni fa. **Con lo Spatial Digital sound**, sarà possibile avere un'esperienza audio totalmente immersiva nel sound dell'epoca che guiderà i turisti attraverso le ricostruzioni virtuali.

## **Riprodotti anche i profumi**

Un viaggio indietro nel tempo, a 360 gradi, che coinvolgerà tutti i sensi: grazie al sistema integrato di emissione di fragranze sviluppato da **Integra Fragrances** – azienda che progetta identità olfattive per i migliori marchi al mondo innescando la leva di branding più distintiva ed emozionale – i passeggeri del VR bus potranno vivere l'esperienza delle dei profumi più in uso dagli Antichi Romani, che erano soliti bruciare essenze in sacrificio agli dei, per pregarli e renderli propizi e amavano profumarsi tre volte al giorno, come simbolo di buon auspicio.

## **Sostenibilità**

In questa scommessa all'insegna dell'innovazione e della tecnologia, **Invisible Cities Srl** non vuole perdere di vista la sostenibilità: non a caso, il VR BUS è totalmente elettrico nel rispetto e la cura dell'ambiente. Piccolo nelle dimensioni e silenzioso, possiede una velocità media pari a quella di un monopattino che lo rende un'icona del futuro a spasso nella città. Con 16 posti disponibili (di cui due destinati agli accompagnatori) e una durata di viaggio di circa 20 minuti, il VR bus rappresenta una delle espressioni più all'avanguardia del marketing del futuro che utilizza le potenzialità del mondo digitale – in particolare la realtà aumentata – e l'edutainment, per offrire un'esperienza all'insegna delle 4E: **Engagement, Experience, Exclusivity and Emotion.**

Oltre a **Righi**, dopo l'introduzione di **Francesco Soro**, Direttore Generale per i Servizi di comunicazione Elettronica, di Radiodiffusione e postali del Ministero dello Sviluppo Economico, **Francesco Rutelli**, Presidente ANICA, **Giancarlo Leone**, Presidente APA, e **Lucia Milazzotto**, Direttore MIA, all'evento sono intervenuti: **Manuela Cacciamani**, Executive Director Direct2Brain, **Stefano Ciullo**, Director Public Policy Netflix Italia, **Nicola Maccanico**, Amministratore Delegato Cinecittà, **Luca Rea**, Responsabile AREA TLC, Reti e Spettro Fondazione Ugo Bordoni. Successivamente hanno presentato i propri business case aziendali **Dott. Enrico Bellini**, Government Affairs and Public Policy Manager Google, Ing. **Giovanni Picciano**, Responsabile Access Innovation in Tim, il Maestro **Andrea Molino**, il **Dott. Alessandro Perrino**, Business Development Manager di Fastweb, e **Giorgio Capaci**, Amministratore Delegato di Invisible Cities. Il panel "*Sviluppo e integrazione dell'avanguardia 5G*" è stato moderato da Donatella Proto, Dirigente della Divisione II – Comunicazioni elettroniche ad uso pubblico e privato. Sicurezza delle reti e tutela delle comunicazioni del MISE.

<https://www.key4biz.it/linkem-e-arsenale-23-lanciano-vr-bus-5g-il-primo-use-case-di-invisible-cities-che-fa-rivivere-la-roma-antica/377855/>





Dopo aver [terminato le riprese di The Grey Man](#), il nuovo film con Chris Evans e Ryan Gosling diretto insieme al fratello Anthony, **Joe Russo** è intervenuto al MIA Market nel corso della Festa del Cinema di Roma, raccontando le sue impressioni sul futuro del cinema. A suo dire, presto non ci sarà più spazio in sala per le produzioni indipendenti.

*"Non vedo una **rinascita dei film indipendenti nei cinema**, semplicemente non la vedo" ha raccontato Joe Russo. "Si fanno più soldi a distribuirli in digitale. È la cosa più semplice per Netflix dare il via libera e nessuno disturba davvero la tua creatività. I film si evolveranno, non sono sicuro di come saranno le **sale cinematografiche**, ma credo che saranno più esclusive."*

Nonostante gli [errori nella trama di Avengers: Endgame](#) il cinecomic resta un caposaldo nel suo genere, e il successo nel **Marvel Cinematic Universe** ha permesso ai fratelli Russo di fondare una loro casa di produzione, AGBO. Lavorano così a contatto con piattaforme streaming come Netflix (Tyler Rake), Amazon (Citadel) e Apple TV+ (Cherry), oltre che con produttori mainstream (Paramount, Disney) o indie. Secondo **Joe Russo**, infatti, *"avere un accordo esclusivo danneggia la tua influenza, ti costringe a fare scelte che non vuoi fare."*

Il regista e produttore ha inoltre rivelato che le opere da lui più apprezzate in questi ultimi anni **non provengono da Hollywood**. *"A livello personale sono più interessato alla diversità della narrazione: il mondo è un posto migliore quando si sentono più voci diverse."*

<https://cinema.everyeye.it/notizie/joe-russo-riflette-futuro-cinema-non-rivedremo-film-indipendenti-sale-546622.html>

## FESTA DEL CINEMA DI ROMA 16 - Presente la Roma Lazio Film Commission



**Roma Lazio Film Commission** sarà presente al MIA - Mercato Internazionale dell'Audiovisivo e alla Festa del Cinema di Roma 2021, per promuovere le risorse del territorio del Lazio, incontrare gli operatori, nazionali e internazionali, per lo sviluppo della coproduzione e per

promuovere gli strumenti regionali a supporto del settore, Lazio Cinema International e Fondo Regionale per l'Audiovisivo, presso i seguenti spazi:

Spazio Regione Lazio – Roma Lazio Film Commission, Auditorium Arte, Auditorium Parco della Musica  
Spazio Regione Lazio al MIA Market a Palazzo Barberini  
Stand IFC – Italian Film Commissions a Palazzo Barberini

### **MIA - Mercato Internazionale Audiovisivo**

Roma Lazio Film Commission rinnova la sua presenza al MIA - Mercato Internazionale Audiovisivo (13-17 ottobre) con iniziative rivolte agli operatori del settore audiovisivo, nell'ambito dello spazio Regione Lazio a Palazzo Barberini.

Roma Lazio Film Commission, alla Presidenza del Coordinamento Nazionale delle film commission italiane IFC Italian Film Commissions, sarà presente anche presso lo STAND IFC a Palazzo Barberini. per incontrare gli operatori e per promuovere le location del territorio e le risorse per l'audiovisivo.

Il 15 ottobre Roma Lazio FC con le Film Commission italiane ospiteranno gli operatori accreditati al MIA a "Cappuccino with the Italians" dalle 9.30 alle 11.00, incontro di networking con i produttori per lo sviluppo della coproduzione e la promozione degli strumenti di sostegno regionali.

Fra le iniziative in collaborazione con l'Ufficio Cinema della Regione Lazio e il MIA, Roma Lazio Film Commission partecipa a "Soggetto Civita – Nuove storie e nuove idee per Civita nell'audiovisivo" il 17 ottobre 2021, in cui i partecipanti del MIA della sezione New Generation e dell'iniziativa di pitching "Dalla parola allo schermo" incontreranno Sergio Manfio del Gruppo Alcinu in una Masterclass su animazione e creatività, e visiteranno il territorio raccogliere ispirazioni e suggestioni per partecipare al contest di storie innovative su Civita, nell'ambito delle iniziative per il sostegno alla candidatura di Civita a Paesaggio culturale del Patrimonio Culturale e Naturale dell'Unesco.

Il 16 ottobre alle ore 18.00 nella cerimonia di consegna dei premi MIA, sarà consegnato il premio Lazio Frames della Regione Lazio sarà assegnato a un'opera presente nelle sezioni del MIA - What's next Italy, Greenlit e Italians doc it better - il cui contenuto, impatto produttivo, i 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 20 ottobre a Palazzo Migliori, la Casa dei poveri di Papa Francesco in Vaticano, ci sarà una proiezione dedicata agli ospiti della struttura. In questa occasione Roma Lazio Film Commission e la Regione Lazio hanno deciso di donare un impianto di videoproiezione per consentire agli ospiti di continuare nel futuro ad assistere ad altre proiezioni.

### **FESTA DEL CINEMA**

La partecipazione di Roma Lazio Film Commission alla 16ª edizione della Festa del Cinema di Roma, si svolgerà dal 15 al 24 ottobre 2021, nello spazio Regione Lazio - Roma Lazio Film Commission presso l'AuditoriumArte dell'Auditorium Parco della Musica, consolidato luogo di riferimento per presentare le iniziative dell'anno sul territorio del Lazio – produzioni, premi, rassegne, festival, corsi di formazione e altre iniziative trovano nello spazio il momento idoneo per incontrare pubblico, stampa e addetti del settore.

Fra le molte iniziative organizzate e ospitate da Film Commission, il cui programma completo è scaricabile dal sito [www.romalaziofilmcommission.it](http://www.romalaziofilmcommission.it), si segnalano le iniziative di Roma Lazio Film Commission per la formazione e per la promozione del territorio:

Gli incontri per la formazione: CineCampus Masterclass – Lezioni di Cinema e CineCampus Atelier – La tecnica del cinema

**Daniele Mignardi Promopressagency**

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

Le lezioni di cinema CineCampus sono diventate un appuntamento riconosciuto e molto seguito. Un'opportunità formativa molto apprezzata, sin dalla prima edizione del 2007, rivolta a studenti e giovani professionisti del settore cinematografico e audiovisivo che incontrano maestri del cinema in incontri ravvicinati e di approfondimento. Le masterclass saranno moderate da Steve della Casa e l'edizione di quest'anno vedrà il seguente calendario di ospiti:

Giovedì 14 | 15.30-16.30

CINECAMPUS MASTERCLASS: FRANCESCO MONTANARI (Il Cacciatore, Romanzo Criminale – La serie, I Medici, Squadra Antimafia, etc.)

Venerdì 15 | 16.00-17.30

CINECAMPUS MASTERCLASS: CHRISTIAN DE SICA (Comedians, Amici come prima, Il figlio più piccolo, Compagni di scuola, etc.)

Venerdì 15 | 18.00-19.00

CINECAMPUS ATELIER: DARIA D'ANTONIO, DOP (È stata la mano di Dio, Being My Mom, Romanzo Criminale, La pelle dell'orso, Il corpo della sposa, Romeo e Giulietta, Neve, etc.)

Venerdì 15 | 19.15-20.15

CINECAMPUS MASTERCLASS: LILLO PETROLO, (Il mostro della cripta, Tutti per Uma, D.N.A. - Decisamente non adatti, Attenti al gorilla, Forever Young, Natale col Boss, Colpi di fortuna, etc.)

Sabato 16 | 18.00-19.00

CINECAMPUS MASTERCLASS: NINO FRASSICA, (School of Mafia, Di tutti i colori, Uno di famiglia, Non è un paese per giovani, Don Matteo, etc.)

Lunedì 18 | 16.00-17.30

CINECAMPUS MASTERCLASS: MICHELA ANDREOZZI, GIORGIA FARINA, PAOLA RANDI

Michela Andreozzi, (Brave ragazze, Genitori vs Influencer, Nove lune e mezza, Beata ignoranza, etc.) Giorgia Farina, (Guida romantica a posti perduti, Amiche da morire, Ho ucciso Napoleone, etc.) Parola Randi, (Zero, Luna Nera, Tito e gli Alieni, Into paradiso, etc.)

Mercoledì 20 | 18.00-19.00

CINECAMPUS ATELIER: CARLO POGGIOLI, EVA COEN

Carlo Poggioli, costumista e Presidente di ASC - Associazione Scenografi, Costumisti e Arredatori (The New Pope, Loro 1 e 2, Divergent, Ninja Assassins, Doom, Ritorno a Cold Mountain, Casanova, etc.) e Eva Coen, costumista (Il Regno, Non sono un assassino, La prima pietra, etc.).

Mercoledì 20 | 19.15-20.15

CINECAMPUS MASTERCLASS: VANESSA SCALERA, (Imma Tataranni Sostituto Procuratore, Diabolik, L'Arminuta, Il ladro di giorni, Nome di donna, Mia madre, Bella addormentata, Vincere, etc.)

Per la promozione delle risorse regionali, Giovedì 21 ottobre dalle 11.30 alle 12.30 si svolgerà la presentazione "LE OPPORTUNITÀ OFFERTE DALLA REGIONE LAZIO AL SETTORE DELL'AUDIOVISIVO E DEL CINEMA" con l'intervento di Miriam Cipriani (Direttrice regionale Cultura e Lazio creativo), Cristina Crisari (Dirigente regionale area Cinema e audiovisivo), Arturo Ricci (Sviluppo interventi finanziari Lazio Innova), Luciano Sovena (Presidente RLFC). Modera Giovanna Pugliese (Responsabile Ufficio Cinema – ABC Lazio).

Nell'ambito della promozione delle opere che hanno scelto il Lazio per ambientare le loro storie il 19 ottobre si terrà la presentazione GIRARE NEL LAZIO. Intervengono: per "L'Arminuta" Maurizio Tedesco (produttore) e per "Take away" Alfredo Federico (produttori). Coordina Luciano Sovena (Presidente RLFC)

Nel campo della promozione del territorio laziale e delle sue location, si svolgerà la presentazione "I Patriarchi della natura: location e risorsa", il 21 ottobre alle 16.00, con la partecipazione di Sergio Guidi, Presidente dell'Associazione

**Daniele Mignardi Promopressagency**

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: **Daniele Mignardi Promopressagency** - Twitter: **@DanieleMignardi**

Partita IVA 12450721001

Evento: MIA MARKET

Testata: Cinema Italiano

Data: 14/10/2021

Patriarchi della Natura, Erri De Luca scrittore e regista, Nicola Guaglianone sceneggiatore, Emila Frigato scenografa, Francesco Frigeriscenografo, Cinzia Lo Fazio scenografa. Cristina Priarone, Direttore Generale Roma Lazio Film Commission. Modera Enrico Magrelli

L'incontro è dedicato ai grandi "patriarchi arborei", alberi secolari, veri monumenti della natura, promossi come possibili location per il cinema e l'audiovisivo e come suggestivo patrimonio d'ispirazione per ambientazioni e storie.

In linea con l'attenzione all'ambiente è il Premio "Green Movie Award" per l'attenzione ecologica nel cinema, promosso da Pentapolis Onlus, che anche quest'anno si terrà presso lo Spazio Regione Lazio il 22 ottobre ore 10 alla presenza dei registi Claudio Cupelli, Matteo Rovere e Elisa Flaminia Inno.

Numerosi i film presenti alla Festa del Cinema e nella sezione indipendente di Alice nella città che hanno ricevuto supporto attraverso gli strumenti regionali e assistenza di Film Commission:

L'Arminuta di Giuseppe Bonito con Sofia Fiore, Carlotta De Leonardis, Vanessa Scalera, Fabrizio Ferracane

Promises di Amanda Sthers Sami con Pierfrancesco Favino, Kelly Reilly, Jean Reno, Ginnie Watson

Marina Cicogna - La vita e tutto il resto di Andrea Bettinetti

Takeaway di Renzo Carbonera con Libero De Rienzo, Carlotta Antonelli, Primo Reggiani, Paolo Calabresi, Anna Ferruzzo

Crazy for Football - La serie di Wolfango De Biasi con Sergio Castellitto, Max Tortora, Antonia Truppo, Cecilia Dazzi, Massimo Ghini

Come prima di Tommy Weber con Francesco Di Leva, Antonio Folletto, Swann Arlaud, Miriam Candurro

Il Legionario di Hleb Papou con Germano Gentile, Maurizio Bousso, Ilir Jacellari, Giancarlo Porcacchia

Notti in bianco e baci a colazione di Francesco Mandelli con Ilaria Spada, Alessio Vassallo, Giordano De Plano, Tess Masazza

Mancino Naturale di Salvatore Allocca con Claudia Gerini, Alessio Parinelli, Massimo Ranieri, Francesco Colella, Katia Ricciarelli

<https://www.cinemaitaliano.info/news/65165/festa-del-cinema-di-roma-16--presente-la.html>

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001



## Accade Oggi – Audiovisivo, aumenta il giro d'affari – a cura di Telpress



Momento d'oro per il settore audiovisivo italiano. I numeri del Rapporto annuale dell'Apa, illustrati da Leone nel corso del Mia- Mercato Internazionale Audiovisivo, a Roma dal 13 al 17 ottobre, sono eloquenti. Un settore in crescita in cui la fiction si dimostra trainante con un incremento medio annuo del 14% per il business e con una domanda che corre così veloce da non far stare al passo la dote per il tax credit. Il settore a inizio 2021, ha registrato un valore della produzione per tutti generi audiovisivi-film per la sala, fiction, animazione, documentari, e altri generi di flusso oggetto di commesse da parte di broadcaster e operatori del video on demand – superiore a 1,3 miliardi. La fiction, destinata alle Tv e a i player del video on demand, da Netflix Amazon Prime Video in giù è il genere che genera maggiori investimenti, saliti a 615 milioni con una crescita del 28% tra 2019 e 2020. (Sole p.18). E "la Fiction cresce", anche su Italia Oggi (p.20), Netflix ha raggiunto i quattro milioni di abbonati in Italia.

<https://www.adginforma.it/accade-oggi-audiovisivo-aumenta-il-giro-daffari-a-cura-di-telpress/>



## Fincons Group e il MIA- Mercato Internazionale Audiovisivo sconfiggono le incertezze con la piattaforma ibrida MIA DIGITAL

*Per il secondo anno consecutivo Fincons Group e il MIA presentano l'annuale appuntamento a servizio dell'industria audiovisiva tramite un'innovativa piattaforma digitale che integra l'esperienza on-site dell'evento con la partecipazione online*

**Milano, 14 Ottobre 2021** – Fincons Group, società di IT business consulting e system integration internazionale con oltre 2000 dipendenti distribuiti su sedi in Italia, Svizzera, US, UK, Francia e Germania, ha sviluppato un'innovativa piattaforma per il palinsesto ibrido di eventi digitali e in presenza dell'annuale evento **MIA (Mercato Internazionale Audiovisivo)**, previsto a Roma dal 13 al 17 Ottobre 2021.

L'evento MIA, nato dalla consolidata joint venture e dall'impegno congiunto tra ANICA e APA, ha l'obiettivo di favorire nuove opportunità di finanziamento e di circolazione del prodotto audiovisivo. A questo scopo l'evento propone screenings dei contenuti, conferenze e opportunità di networking.

La piattaforma, sviluppata ad hoc da Fincons Group su Amazon AWS, permette non solo di proteggere i contenuti originali degli screening, eliminando il rischio di condivisione illecita grazie alla soluzione di Digital Rights Management (DRM), ma garantisce anche l'integrazione con la regia locale per la trasmissione su canale live DRM protected degli eventi svolti in presenza nei consueti spazi di Palazzo Barberini a Roma.

Il sistema di calendarizzazione interattivo permette agli utenti di creare una propria agenda di eventi e videoconferenze d'interesse, consultando l'intero palinsesto, ed anche di organizzare incontri di networking visualizzando la disponibilità effettiva dei partecipanti e scegliendo se svolgere l'incontro in digitale, via chat, oppure in presenza. Il sistema webinar integrato supporta anche la gestione di tavole rotonde e talks. Infine, la piattaforma offre uno spazio virtuale nel quale allestire booth digitali, permettendo così agli exhibitor di pubblicizzare contenuti e iniziative.

"Siamo molto lieti di poter contare, per il secondo anno di fila, sulla collaborazione di un gruppo solido come Fincons, la cui competenza e professionalità ha consentito lo sviluppo e implementazione della piattaforma MIA Digital, strumento importante per i nostri partecipanti per potenziare l'esperienza di mercato", dichiara Lucia Milazzotto, Direttore di MIA Market.

"La piattaforma MIA DIGITAL di fatto coniuga l'esperienza fisica svolta in sicurezza, con quella digitale, realizzando uno dei nostri obiettivi principali: agevolare il percorso dei nostri clienti verso la trasformazione digitale. Da sempre Fincons coniuga l'attenzione per il cliente e la condivisione degli obiettivi in spirito di vera partnership con una visione proiettata al futuro, fondata sull'investimento nell'integrazione di tecnologie emergenti e sull'innovazione", spiega Michele Moretti, CEO di Fincons Group.

"L'impegno di Fincons Group nel settore Media e Broadcast è ormai riconosciuto a livello internazionale, dove le nostre soluzioni e il nostro approccio fortemente basato sull'innovazione sono stati più volte premiati da questa industry. Siamo fieri di annoverare il MIA tra le tante prestigiose realtà che abbiamo potuto supportare in un settore per noi di riferimento e riteniamo che questa piattaforma risponda ad un'esigenza di questo mercato sentita a livello globale", conferma Francesco Moretti, Group Deputy CEO e CEO International.

-ENDS-

### **About Fincons Group**

FINCONS GROUP è una società di IT business consulting e system integration che in oltre 38 anni di storia si è affermata con successo sul mercato internazionale grazie alla propria esperienza e profonda conoscenza dei processi core business di diversi mercati: Media, Energy & Utilities, Financial Services, Transportation, Manufacturing, International Institutions e Public Administration. L'offering del Gruppo comprende, oltre ai servizi di IT business consulting e system integration, anche core business solution development, proprietary solutions, application management e IT Service in smart-shore attraverso il proprio Delivery Center con sede a Bari. Sotto la guida del CEO Michele Moretti e del Deputy CEO Francesco Moretti, che hanno fatto dell'internazionalizzazione un valore chiave, il Gruppo è cresciuto esponenzialmente, arrivando a presidiare prima il territorio italiano e svizzero e, negli ultimi anni, inaugurando nuove sedi in Inghilterra, Stati Uniti, Germania e Francia.

<https://www.realwire.com/releases/Fincons-Group-e-il-MIA-sconfiggono-le-incertezze-con-la-piattaforma-ibrida>

**Daniele Mignardi Promopressagency**

**Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.**

**on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)**

**Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi**

**Partita IVA 12450721001**

## Carla Fracci film Rai 1: quando esce “Carla” con Alessandra Mastronardi



La Rai omaggia Carla Fracci, la più grande ballerina italiana, scomparsa purtroppo il 27 maggio 2021. Sarà presentato al MIA Market Festival, il film tv “Carla” prodotto da Anele e tratto liberamente dal libro “Passo dopo passo, la mia storia”. **Le riprese si sono svolte la scorsa primavera tra Roma, Orvieto e Milano**, dove è stato allestito il set anche al Teatro Alla Scala. Ed è proprio lì che Carla Fracci **ha incontrato l’attrice Alessandra Mastronardi** assistendo di persona ai ciak dell’opera diretta da Emanuele Imbucci. Questa estate è stato diffuso in tv il promo. Finalmente abbiamo la data di uscita del film di Carla Fracci. Ecco quando esce “Carla” su Rai Uno.

Il film tv “Carla”, girato a primavera per circa 6-8 settimane, avrà come protagonista Alessandra Mastronardi nei panni della Fracci insieme a Stefano Rossi Giordani e Valentina Romani (**guarda tutto il cast**). Il film Rai di Carla Fracci andrà in onda mercoledì 22 dicembre in prima serata su Rai 1. Uscirà in anteprima a novembre in alcune sale cinematografiche.

<https://www.spettacoloitaliano.it/2021/10/16/carla-fracci-film-quando-esce/>

## **‘La Realtà Che ‘Non’ Esiste’ presentato al Mia**

Roma – ‘La Realtà Che ‘Non’ Esiste’, il contest nazionale per giovani storyteller realizzato da One More Pictures con Rai Cinema, è giunto alla quarta edizione. Ideato da Manuela Cacciamani, sarà presentato durante il Mia (Mercato Internazionale Audiovisivo, 13-17 ottobre) a Roma, e farà luce su una nuova generazione di sceneggiatori e registi che orbitano nella galassia dell’audiovisivo. Sotto la supervisione editoriale e creativa di One More Pictures e della Rai, il vincitore vedrà il proprio progetto non solo sviluppato in forma di cortometraggio lineare, ma anche declinato su altri media e forme di storytelling: virtual reality, videomapping, social story. Inoltre, con il supporto dei canali Rai Cinema, sarà presentato in contesti audiovisivi di grande prestigio. Alla presentazione interverranno Carlo Rodomonti, responsabile marketing strategico e digital di Rai Cinema; Fulvio Firrito, responsabile cortometraggi per il sociale di Rai Cinema, e Manuela Cacciamani, founder di One More Pictures.

<https://www.technospia.it/2021/10/14/la-realta-che-non-esiste-presentato-al-mia/>

**DANIELE MIGNARDI**  
PROMOPRESS AGENCY



**MIA | MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO**

**13 OTTOBRE**

**ANSA**

**> FOCUS/ Torna il Mercato dell'audiovisivo ed è più social. Franceschini, "cinema sarà settore trainante nostra economia" (di Daniela Giammusso)**

ROMA, 13 OTT - Oltre 350 nuovi contenuti, dai progetti di Marco Bellocchio e Stefano Accorsi a Zerocalcare alle serie che Ferzan Ozpetek sta realizzando dalle sue Fate ignoranti. Più di 1.700 partecipanti da 50 paesi, con due nuove vetrine dedicate a factual e animazione. E ancora, 140 proiezioni, 80 anteprime di mercato e mondiali e un 30% di proiezioni in più. Sono i numeri con cui si apre la 7/a edizione del Mia - Mercato Internazionale dell'audiovisivo, appuntamento ormai immancabile dei top players del settore e tra i più importanti in Europa per numero di presenze e risultati, che torna a Roma dal 13 al 17 ottobre, tra Palazzo Barberini, Cinema Moderno e Quattro Fontane. "Il Mia è nato come una sfida, in un mercato difficile e internazionale - racconta la direttrice Lucia Milazzotto - La sua grande intuizione è aver saputo sempre anticipare i modelli. È stato il primo che ha accolto in maniera trasversale e nativa tutta la filiera, dalla produzione cinematografica alla serialità televisiva, documentari, ora il factual e sempre di più l'animazione, riconoscendo la fluidità di mercato come una grandissima opportunità. E accogliendo - aggiunge - anche l'affacciarsi di nuovi player che in questi anni sono diventati sempre più parte integrante del mercato e ormai sono interlocutori fissi". Non a caso, tra le novità di questa edizione, "anche il mondo legato ai social media e TikTok". Oggi, aggiunge, "il Mia è il luogo che sta facendo sempre più tornare gli italiani all'estero e l'estero in Italia". "Finalmente possiamo dire che si riparte", prosegue il presidente dell'Anica Francesco Rutelli, ricordando come negli ultimi due anni di pandemia "le sale cinematografiche sono rimaste chiuse a lungo, ma l'attività produttiva non si è mai fermata". Oggi, ricorda il presidente dell'Apa Giancarlo Leone, "il valore della produzione dell'audiovisivo in Italia supera il miliardo di euro. E sta raddoppiando l'attenzione delle piattaforme sul prodotto italiano, tanto che ai 250 milioni che generalmente investivano Rai, Mediaset e Sky, quest'anno si aggiungono anche altri 150 milioni dalle realtà streaming e on demand e tra due anni saranno 250". "Il mercato di cinema e audiovisivo nel mondo sta crescendo enormemente. L'Italia può esercitare un ruolo di guida", concorda il ministro della cultura, Dario Franceschini - "Dovremmo, però, anche capire - aggiunge - come fare sinergie e non vivere tutto come una concorrenza, perché il rapporto tra l'esigenza fondamentale di mantenere le sale aperte non deve per forza scontrarsi con la crescita delle piattaforme". "Il mercato dell'audiovisivo - concorda la sottosegretaria al Ministero dello sviluppo economico, Anna Ascani - è uno dei motori di sviluppo del Paese per la capacità che ha di creare crescita economica, offrire lavoro e moltiplicare competenze. Ed è stato spesso anche pioniere nell'utilizzo di nuove tecnologie che oggi riguardano tutto il mondo dell'impresa italiana. Oggi ci sono 6,7 miliardi destinati all'infrastrutturazione del Paese: dobbiamo spenderli e spenderli bene e poi investire sulla capacità di utilizzarli. Penso, ad esempio, a quante cose si possono fare con il 5G". Intanto, tra gli ospiti internazionali ai talks del Mia sono attesi Joe Russo (Co-Chairman di AGBO), il produttore e scrittore Alon Aranya (Your Honor) e il produttore e regista di documentari R.J. Cutler. Tre le divisioni del programma: Scripted, curata da Gaia Tridente per Film e Drama; Unscripted, curata da Marco Spagnoli, che comprende Doc e Factual; e Strategic Development cui fanno capo anche market screenings, content showcase e compravendita del prodotto affidata a Francesca Palleschi. "Il Mia in presenza - aggiunge il presidente della Regione Lazio, Nicola Zingaretti - è una bellissima e grandissima vittoria italiana, simbolo della rinascita dopo il Covid. E con il 90% delle persone vaccinate nel Lazio, si svolgerà anche in uno degli ambienti più sicuri d'Europa". (ANSA). YVV-LB 13-OTT-21 14:45 NNNN

**ANSA**

**Cinema: Zingaretti, Bando Lazio International a 10 mln. Con 90% vaccinati Mia in presenza in area tra più sicure Europa"**

ROMA, 13 OTT - "Visto il grande successo del bando di luglio Lazio cinema International abbiamo deciso di raddoppiare il fondo fino ad arrivare a 10 milioni di euro". Ad annunciarlo, il governatore Nicola Zingaretti, oggi nel corso della presentazione della 7/a edizione del Mia, il Mercato Internazionale dell'audiovisivo che torna a Roma dal 13 al 17 ottobre. "Il Mia - dice Zingaretti - in anni difficili ha conquistato uno spazio non scontato nel panorama internazionale". L'industria dell'audiovisivo "nella nostra regione è una novità di produzione culturale ma anche un pilastro della nuova economia che dobbiamo costruire finita la stagione del Covid e sul quale continueremo ad

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001



Evento: MIA MARKET

Agenzie di stampa

Data: 13/10/2021

investire. Lo faremo in tutti i campi dell'industria dell'audiovisivo. Ci siamo concentrati sulla produzione, sulla distribuzione, sul sostegno alle sale e, ultimo, con un bellissimo bando sulle sceneggiature che favorisce una nuova generazione di sceneggiatori a entrare nel mondo del cinema, con risultati molto importanti. Dato il grande successo di Lazio Cinema International della finestra di luglio, che ha visto tantissimi progetti per un bando molto innovativo perché per la prima volta, forse, utilizza risorse europee nella produzione cinematografica e che ha visto negli anni oltre 180 case di produzione straniere venire da noi, abbiamo deciso - annuncia - di raddoppiare il fondo della finestra di luglio, che quindi arriva 10 milioni di euro, per soddisfare il maggior numero di produzioni possibile e rendere allettante venire in Italia e in questa regione, da tutto il mondo, a produrre". Il fondo, prosegue, "si aggiunge ovviamente alle risorse che già abbiamo messo in campo con il fondo di produzione e sostegno alla produzione cinematografica". Quanto al Mia, "che torna totalmente in presenza - dice - e' una bellissima e grandissima vittoria italiana, simbolo della rinascita dopo il Covid". Dopo due anni di pandemia e chiusure, aggiunge, "volevamo arrivare proprio qui: un grande evento di caratura mondiale che riprende in sicurezza, in presenza ed e' un pilastro della rinascita italiana. E, permettetemi di dire, torna anche in una regione leader italiana sulla vaccinazione, perché siamo ormai oltre il 90% delle persone vaccinate con doppia dose. Quindi, chi arriverà qua da tutto il mondo si ritroverà in uno degli ambienti più sicuri d'Europa rispetto al Covid". (ANSA). YVV-CA 13-OTT-21 12:35 NNNN

**ANSA**

**Cinema: Franceschini, e' settore trainante crescita economica**

ROMA, 13 OTT - "Governo e Parlamento hanno fatto investimenti molto importanti in questi anni sul cinema. In generale, il mercato del cinema e dell'audiovisivo nel mondo sta crescendo enormemente e sarà uno dei settori più in crescita nei prossimi anni. L'Italia sta esercitando e può esercitare un ruolo di guida in questo". A dirlo, il ministro della cultura Dario Franceschini, oggi a margine della presentazione della 7/a edizione del Mia, il Mercato Internazionale dell'audiovisivo che torna a Roma dal 13 al 17 ottobre. "Le nuove misure sul Tax Credit - spiega - il grande investimento su Cinecittà, le nuove risorse hanno moltiplicato l'attrattività italiana. Investire nel cinema non è più solo un fattore culturale, importantissimo, ma anche una grande opportunità economica. Credo che il cinema sarà uno dei settori trainanti della crescita economica italiana dei prossimi anni". (ANSA). YVV-CA 13-OTT-21 12:41 NNNN

**ANSA**

**Mercato, grandi anteprime e lo sbarco dei social al 7/o Mia**

ROMA, 13 OTT - Oltre 350 nuovi contenuti, dai nuovi progetti di Marco Bellocchio e Stefano Accorsi o Zerocalcare alle serie che Ferzan Ozpetek sta realizzando dalle sue Fate ignoranti. Più di 1.700 partecipanti da oltre 50 paesi, con due nuove vetrine dedicate ai contenuti factual e d'animazione. E ancora, 140 proiezioni, di cui 80 sono anteprime di mercato e anteprime mondiali, e un 30% di proiezioni in più. Sono alcuni dei numeri con cui si apre la 7/a edizione del Mia - Mercato Internazionale dell'audiovisivo, appuntamento ormai immancabile dei top players del settore ed evento di mercato in Europa tra i più importanti per numero di presenze e risultati, che torna a Roma dal 13 al 17 ottobre. "Il Mia è nato come una sfida - racconta la direttrice Lucia Milazzotto - La sua grande intuizione è aver saputo sempre anticipare i modelli. È stato il primo mercato che ha accolto in maniera trasversale e nativa tutta la filiera, dalla produzione cinematografica alla serialità televisiva, documentari, ora il factual e sempre di più l'animazione, riconoscendo la fluidità di mercato come una grandissima opportunità. E accogliendo - aggiunge - anche l'affacciarsi di nuovi player che in questi anni sono diventati sempre più parte integrante del mercato e ormai sono degli interlocutori fissi". Non a caso, tra le novità di questa edizione, "anche tutto il mondo legato ai social media e TikTok". "Il mercato del cinema e dell'audiovisivo nel mondo sta crescendo enormemente - commenta il ministro della cultura, Dario Franceschini - L'Italia sta esercitando e può esercitare un ruolo di guida in questo". E anzi, aggiunge, "credo che il cinema sarà uno dei settori trainanti della crescita economica italiana dei prossimi anni". (ANSA). YVV-CA 13-OTT-21 13:17 NNNN

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

## **ADNKRONOS**

### **Cinema: Franceschini, 'Sara' un settore trainante crescita economica'**

Roma, 13 ott. (Adnkronos) - "Il Governo e il Parlamento hanno fatto un investimento molto importante in questi anni sul cinema. Il mercato dell'audiovisivo nel mondo sta crescendo enormemente e sarà uno dei settori più in crescita dei prossimi anni. L'Italia sta già esercitando e può esercitare un ruolo di guida". Lo ha detto il ministro della cultura, Dario FRANCESCHINI, alla presentazione del Mia (Mercato internazionale audiovisivo) in corso oggi a Roma a Palazzo Barberini. "Le misure sul tax credit, le nuove risorse e il grande investimento su Cinecittà hanno moltiplicato l'attrattività italiana. Il Fondo Cinema - ha proseguito il ministro - è stato potenziato molto negli ultimi anni e stiamo lavorando affinché cresca ancora. Nel Recovery abbiamo previsto 300 milioni di euro da investire nel Centro Sperimentale di Cinematografia e su Cinecittà sia per l'adeguamento tecnologico degli studi, sia sull'ampliamento molto consistente degli spazi in un'area di Cassa Depositi e Prestiti". "Investire sul cinema e sull'interno comparto dell'audiovisivo - ha sottolineato FRANCESCHINI - non è più soltanto un fattore culturale ma è soprattutto importante dal punto di vista economico. In questo momento intercettiamo una crescita enorme nel mercato globale per il cinema e l'audiovisivo e dovremo studiare delle sinergie per potenziare le possibilità e non vedere tutto come una concorrenza. L'industria del cinema e dell'audiovisivo sarà uno dei settori trainanti della crescita economica italiana dei prossimi dieci anni", ha concluso il ministro. (Spe/Adnkronos) ISSN 2465 - 1222 13-OTT-21 14:11 NNNN

## **LA PRESSE**

### **Green Pass: Franceschini, fare cultura con sale piene e sicure si può**

"Ieri sera ero al San Carlo di Napoli una bellissima Bohème. Il teatro era pieno, persone ordinate con la mascherina e il green pass, dava veramente un senso di sicurezza. E' la dimostrazione che si può fare cultura con le sale piene e in sicurezza". Lo ha detto il ministro della Cultura, Dario Franceschini, arrivando alla conferenza stampa di presentazione del Mia a Roma. ART NG01 acp/fed 131127 OTT 21

## **LA PRESSE**

### **Cultura: a Roma torna il Mia. Franceschini, cinema trainerà economia**

Roma, 13 ott. (LaPresse) - Oltre 1700 partecipanti da 50 Paesi, di questi 90% in presenza. Dal 13 al 17 ottobre torna a Roma il Mia - Mercato internazionale audiovisivo - il più importante evento del settore in Italia e uno fra i più importanti in Europa. Stefano Accorsi, Phaim Bhuiyan, Marco Bellocchio, Fabrizio Bentivoglio, Alessandro Borghi, Alessandro Gassmann, Luigi Lo Cascio, Neri Marcorè, Valerio Mastrandrea, Ferzan Ozpetek, Alessandro Rak, Giorgio Tirabassi, Zerocalcare: sono solo alcuni dei protagonisti dell'edizione 2021 una cinque giorni ricca di appuntamenti in cui il Mia presenterà oltre 350 nuovi contenuti in sviluppo e in produzione. A questi dati si aggiunge un fitto calendario di screening e proiezioni cinematografiche: più di 140, di cui 80 sono anteprime di mercato e anteprime mondiali, registrando un aumento del +30% nel numero di proiezioni cinematografiche. L'evento si svolge nella scenografia unica dei palazzi storici del centro di Roma tra Palazzo Barberini, Cinema Moderno, e Cinema Quattro Fontane. "Per il Mia è un anno eccezionale perché da una parte c'è il buio della pandemia dall'altra la luce dei set. Il buio nelle sale è stato troppo a lungo, ora si ritorna al 100%. Un messaggio di speranza interamente positivo per il cinema e tutta l'industria audiovisiva", le parole di Francesco Rutelli, presidente di Anica con cui continua a crescere una consolidata joint venture. "Il Lazio è leader nel mercato audiovisivo. Un rapporto con questo pezzo della cultura italiana vitale per poter riprendere questo appuntamento. Il Mia è un altro segnale che stiamo vincendo la battaglia contro il covid grazie ai vaccini", gli fa eco il presidente della Regione Lazio, Nicola Zingaretti. E che sul cinema sia stato fatto un investimento "importante" lo mette nero su bianco il ministro della Cultura, Dario Franceschini. "Il mercato audiovisivo sta crescendo e l'Italia avrà un ruolo di guida. Investire nel cinema non è solo un investimento culturale ma un'opportunità economica che trainerà l'economia italiana", la convinzione di Franceschini. ART NG01 acp/rib 131427 OTT 21

**LA PRESSE**

**Cinema: Franceschini, farà da traino a economia italiana**

Roma, 13 ott. (LaPresse) - "E' stato fatto un investimento importante sul cinema. Il mercato audiovisivo sta crescendo e l'Italia avrà un ruolo di guida. Investire nel cinema non è solo un investimento culturale ma un'opportunità economica che trainerà l'economia italiana. Lo ha detto il ministro della Cultura, Dario Franceschini arrivando alla conferenza stampa di presentazione del Mia. SPE NG01 acp/fed 131139 OTT 21

**LA PRESSE**

**Covid: Zingaretti, Lazio fra Regioni più sicure d'Europa**

Roma, 13 ott. (LaPresse) - "In merito alle vaccinazioni nel Lazio siamo ad oltre il 90% delle persone adulte con doppia dose. Quindi chi arriverà qui da tutto il mondo troverà uno degli ambienti più sicuri d'Europa rispetto al covid". Lo ha detto il governatore del Lazio, Nicola Zingaretti, nel corso del suo intervento alla conferenza stampa di presentazione del Mia a Roma. POL LAZ acp/fed 131156 OTT 21

**LA PRESSE**

**Cultura: Rutelli, MIA messaggio speranza dopo buio pandemia**

Roma, 13 ott. (LaPresse) - "Per il Mia è un anno eccezionale perché da una parte c'è il buio della pandemia dall'altra la luce dei set. Il buio nelle sale è stato troppo a lungo, ora si ritorna al 100%. Un messaggio di speranza interamente positivo per il cinema e tutta l'industria audiovisiva". Lo ha detto Francesco Rutelli presidente dell'Anica alla conferenza stampa di presentazione del Mia a Roma. ART NG01 acp/fed 131142 OTT 21

**DIRE**

**Cinema. Leone (Apa): Mercato italiano sempre più internazionale**

Roma, 13 ott. - "In Italia il valore della produzione dell'audiovisivo quest'anno supera il miliardo di euro al netto dell'intrattenimento, con cui si arriverebbe a un miliardo e mezzo. Sta poi raddoppiando il valore della presenza da parte delle piattaforme on demand sulle produzioni di cinema e soprattutto seriali: rispetto ai 250 milioni di euro investiti in questi anni dai broadcaster tradizionali, Rai, Mediaset e Sky, adesso si stanno affiancando anche gli streamers che quest'anno investiranno 120 milioni e tra due anni ne investiranno 250. Questo significa che il prodotto italiano sta diventando sempre più internazionale e siamo convinti che il Mia giocherà sempre più un ruolo fondamentale". Lo ha detto Giancarlo Leone, presidente Apa, Associazione produttori audiovisivi, intervenuto alla presentazione del Mia, il Mercato internazionale dell'Audiovisivo che si terrà a Roma da oggi al 17 ottobre. "Senza gli interventi decisi dal ministro Franceschini di sostegno al prodotto cinematografico- ha aggiunto- questo mercato avrebbe subito dei danni enormi con la pandemia. Ma anche prima e dopo senza una serie di misure probabilmente tutto questo non sarebbe avvenuto. Questo è uno dei rari casi in cui l'Italia ha fatto sistema tra lo Stato e il privato e il Mia sicuramente è una delle massime espressioni". (Dip/ Dire) 14:03 13-10-21 NNNN

**DIRE**

**Covid. Franceschini: con green pass si può fare cultura in sicurezza**

Roma, 13 ott. - "Ieri sera ero al San Carlo di Napoli, una bellissima Bohème con la regia di Emma Dante, il teatro era pieno, le persone erano ordinate con la mascherina e il green pass. Dava veramente un senso di sicurezza. Quindi è la dimostrazione che si può fare cultura con le sale piene e in sicurezza". Lo ha detto il ministro della Cultura, Dario Franceschini, entrando a Palazzo Barberini per la presentazione del Mia, il mercato internazionale dell'audiovisivo, a proposito dell'uso del green pass nei luoghi di cultura. (Dip/ Dire) 11:37 13-10-21 NNNN

**DIRE**

**Cinema. Franceschini: sarà uno dei settori trainanti crescita italiana "Nostro paese ruolo guida nel mondo"**

Roma, 13 ott. - "Il Governo e il Parlamento hanno fatto un investimento molto importante in questi anni sul cinema. Il mercato del cinema e dell'audiovisivo nel mondo sta crescendo enormemente, sarà uno dei settori più in crescita negli ultimi anni e l'Italia può esercitare e sta esercitando un ruolo di guida. Dalle nuove misure sul tax credit, le nuove risorse e un grande investimento su Cinecittà hanno moltiplicato l'attrattività italiana, dunque investire nel cinema non è più soltanto un fattore culturale, importantissimo, ma è una grande opportunità economica. Il cinema sarà uno dei settori trainanti della crescita economica italiana dei prossimi anni". Lo ha detto il ministro della Cultura, Dario FRANCESCHINI, intervenuto oggi alla presentazione del Mia, Mercato internazionale dell'Audiovisivo, a Palazzo Barberini, a Roma. (Dip/ Dire) 13:44 13-10-21 NNNN

**DIRE**

**Cinema. Zingaretti: ripresa mercato mia altro segnale rinascita paese. "Lazio regione leader in audiovisivo"**

Roma, 13 ott. - "Siamo la regione leader in Italia nel campo dell'audiovisivo e abbiamo fatto la nostra parte in questi anni: oltre 150 milioni di euro di contributi alle sale, alle coproduzioni internazionali con un bando ad hoc di fondi europei, Lazio Cinema International, il fondo nazionale del cinema. Un rapporto con questo pezzo della cultura italiana vitale, festeggiando oggi la ripresa di MIA: poter riprendere un grande appuntamento internazionale della Capitale è anche un altro segno che stiamo vincendo la battaglia contro il Covid grazie ai vaccini". Lo ha detto il presidente della Regione Lazio, Nicola ZINGARETTI, entrando a Palazzo Barberini per la presentazione del MIA, il mercato internazionale dell'audiovisivo. "Io credo che il MIA crescerà sempre di più- ha aggiunto- perché nel mondo che sta ritornando a vivere l'Italia può occupare un grande spazio. L'industria cinematografica italiana può, anzi, troverà una sua funzione nel mondo che verrà. Quindi io sono molto ottimista perché la cultura, il cinema, l'audiovisivo e la capacità di creare qualità è esattamente nelle possibilità che ha questo Paese. Bisogna investirci, bisogna crederci, e quindi la rinascita del MIA in parte è anche un altro segno della rinascita italiana". (Dip/ Dire) 11:55 13-10-21 NNNN

**DIRE**

**Cinema. Zingaretti: bando lazio international raddoppia e arriva a 10 mln**

Roma, 13 ott. - "Annuncio che visto il grande successo del bando di luglio Lazio cinema international, abbiamo deciso di raddoppiare il fondo, quindi nella finestra di luglio che arriva a 10 milioni di euro per rendere allettante venire in Italia e nel Lazio da tutto il mondo a produrre". Lo ha detto il presidente della Regione Lazio, Nicola ZINGARETTI, intervenendo alla presentazione del Mia, Mercato internazionale dell'audiovisivo, in corso a Palazzo Barberini. (Dip/ Dire) 11:56 13-10-21 NNNN

**ASKANEWS**

**Lazio, Zingaretti: l'industria dell'audiovisivo è fondamentale e risiede nella nostra regione**

Roma, 13 ott. (askanews) - "Abbiamo visto il Mia nascere, crescere e ha conquistato uno spazio non scontato. Abbiamo tentato di essere degni della ricchezza creativa di questa grande industria dell'audiovisivo che risiede nella nostra regione. Un pilastro della nuova economia che dobbiamo costruire e sulla quale dobbiamo investire". Parole del presidente della Regione Lazio, Nicola Zingaretti, partecipando alla conferenza stampa di presentazione del Mia (Mercato Internazionale Audiovisivo), a Roma a Palazzo Barberini. Zingaretti ha ricordato i contributi che la Regione Lazio ha messo in campo nel settore audiovisivo. "Abbiamo promosso un bando sulle sceneggiature, per creare una nuova generazione di sceneggiatori nel cinema. Abbiamo raddoppiato il fondo con 10 milioni di euro per soddisfare il più grande numero di produzioni possibile. Mia è una grande vittoria italiana, simbolo di rinascita dopo il Covid". Bet 20211013T124944Z

## **ASKANEWS**

### **Regione Lazio, Zingaretti: il fondo bando cinema raddoppia. Il fondo bando cinema raddoppia. Rendiamo allettante venire a produrre sul nostro territorio**

Roma, 13 ott. (askanews) - "Annuncio che visto il grande successo del bando di luglio Lazio cinema international, abbiamo deciso di raddoppiare il fondo, quindi nella finestra di luglio che arriva a 10 milioni di euro per rendere allettante venire in Italia e nel Lazio da tutto il mondo a produrre". Così ipresidente della Regione Lazio, Nicola Zingaretti, intervenendo alla presentazione del Mia, Mercato internazionale dell'audiovisivo, a Roma. Bet 20211013T131635Z

## **AGI**

### **Lazio: Zingaretti al Mia, Regione leader per audiovisivo**

Roma, 13 ott. - "Siamo la regione leader in Italia nel campo dell'audiovisivo e abbiamo fatto la nostra parte in questi anni con oltre 150 mln di euro distribuiti alle sale, alle produzioni internazionali con il bando ad hoc di fondi europei Lazio cinema international, il fondo nazionale del cinema. Un rapporto vitale con questo pezzo della cultura italiana festeggiando oggi la ripresa del Mia che e' un altro segno che stiamo vincendo la battaglia contro il Covid grazie ai vaccini". Lo ha detto il presidente della regione Lazio, Nicola Zingaretti, partecipando oggi alla conferenza stampa di presentazione del Mia (Mercato Internazionale Audiovisivo).

## **AGI**

### **Cinema: Franceschini, sarà settore trainante crescita economica**

Roma, 13 ott. - "Il Governo e il Parlamento hanno fatto un investimento molto importante in questi anni sul cinema. Il mercato dell'audiovisivo nel mondo sta crescendo enormemente e sarà uno dei settori più in crescita dei prossimi anni. L'Italia sta già esercitando e può esercitare un ruolo di guida". Lo ha detto il ministro della cultura, Dario Franceschini, alla presentazione del Mia (Mercato internazionale audiovisivo) in corso oggi a Roma a Palazzo Barberini. (AGI)Noc (Segue) 131405 OCT 21 NNNN

## **AGENZIA NOVA**

### **Cinema: Franceschini, sarà settore trainante crescita economica**

Roma, 13 ott - Il governo e il Parlamento hanno fatto "un investimento molto importante in questi anni sul cinema. Il mercato dell'audiovisivo nel mondo sta crescendo enormemente e sarà uno dei settori più in crescita dei prossimi anni. L'Italia sta già esercitando e può esercitare un ruolo di guida". Lo ha detto il ministro della Cultura, Dario Franceschini, alla presentazione del Mia (Mercato internazionale audiovisivo) in corso oggi a Roma a palazzo Barberini. "Le misure sul tax credit, le nuove risorse e il grande investimento su Cinecittà' hanno moltiplicato l'attrattività italiana. Il Fondo cinema - ha proseguito l'esponente dell'esecutivo - è stato potenziato molto negli ultimi anni e stiamo lavorando affinché cresca ancora. Nel Recovery abbiamo previsto 300 milioni di euro da investire nel Centro sperimentale di cinematografia e su Cinecittà' sia per l'adeguamento tecnologico degli studi, sia sull'ampliamento molto consistente degli spazi in un'area di Cassa depositi e prestiti". (segue) (Com) NNNN

## **AGENZIA NOVA**

### **Cinema: Zingaretti, industria audiovisivo è ricchezza per il Lazio**

Roma, 13 ott - (Nova) - "Abbiamo visto il Mia nascere, crescere e ha conquistato uno spazio non scontato. Abbiamo tentato di essere degni della ricchezza creativa di questa grande industria dell'audiovisivo che risiede nella nostra regione. Un pilastro della nuova economia che dobbiamo costruire e sulla quale dobbiamo investire". Lo ha detto il presidente della Regione Lazio, Nicola Zingaretti, partecipando alla conferenza stampa di presentazione del Mia (Mercato Internazionale Audiovisivo) tenuta a Roma a Palazzo Barberini. Parlando dei contributi che la Regione Lazio ha messo in campo nel settore audiovisivo, Zingaretti ha sottolineato che "abbiamo promosso un bando sulle sceneggiature, per creare una nuova generazione di sceneggiatori nel cinema. Abbiamo raddoppiato il fondo con 10

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001



Evento: MIA MARKET

Agenzie di stampa

Data: 13/10/2021

milioni di euro per soddisfare il piu' grande numero di produzioni possibile. Mia e' la grande vittoria italiana, simbolo di rinascita dopo il Covid. Dopo 2 anni - ha evidenziato Zingaretti - possiamo dire che un grande evento riprende in presenza, un pilastro della rinascita italiana di forza cultura e creativita', vittoria in una regione leader nel settore e leader anche nella sanita' con oltre il 90 per cento delle persone vaccinate". (Rer) NNNN

#### **AGENZIA NOVA**

##### **Cinema: Zingaretti, bando Lazio international raddoppia, stanziati 10 milioni**

Roma, 13 ott - (Nova) - "Annuncio che visto il grande successo del bando di luglio Lazio cinema international, abbiamo deciso di raddoppiare il fondo, quindi nella finestra di luglio che arriva a 10 milioni di euro per rendere allettante venire in Italia e nel Lazio da tutto il mondo a produrre". Lo ha detto il presidente della Regione Lazio, Nicola Zingaretti, intervenendo alla presentazione del Mia, Mercato internazionale dell'audiovisivo, a Roma. (Rer) NNNN

#### **ITALPRESS**

##### **Cinema: Franceschini "Sarà un settore trainante crescita economica"**

"Il Governo e il Parlamento hanno fatto un investimento molto importante in questi anni sul cinema. Il mercato dell'audiovisivo nel mondo sta crescendo enormemente e sarà uno dei settori piu' in crescita dei prossimi anni. L'Italia sta già esercitando e può esercitare un ruolo di guida". Lo ha detto il ministro della cultura, Dario FRANCESCHINI, alla presentazione del Mia (Mercato internazionale audiovisivo) in corso oggi a Roma a Palazzo Barberini. "Le misure sul tax credit, le nuove risorse e il grande investimento su Cinecittà hanno moltiplicato l'attrattività italiana. Il Fondo Cinema - ha proseguito il Ministro - è stato potenziato molto negli ultimi anni e stiamo lavorando affinché cresca ancora. Nel Recovery abbiamo previsto 300 milioni di euro da investire nel Centro Sperimentale di Cinematografia e su Cinecittà sia per l'adeguamento tecnologico degli studi, sia sull'ampliamento molto consistente degli spazi in un'area di Cassa Depositi e Prestiti". (ITALPRESS) - mgg/com 13-Ott-21 14:07 NNNN

#### **ITALPRESS**

##### **Cultura: Zingaretti "Industria audiovisivo ricchezza lazio"**

ROMA (ITALPRESS) - "Abbiamo visto il Mia nascere, crescere e ha conquistato uno spazio non scontato. Abbiamo tentato di essere degni della ricchezza creativa di questa grande industria dell'audiovisivo che risiede nella nostra regione. Un pilastro della nuova economia che dobbiamo costruire e sulla quale dobbiamo investire": a dirlo il presidente della Regione Lazio, Nicola ZINGARETTI, partecipando alla conferenza stampa di presentazione del Mia (Mercato Internazionale Audiovisivo) tenuta a Roma a Palazzo Barberini. Parlando dei contributi che la Regione Lazio ha messo in campo nel settore audiovisivo, ZINGARETTI ha sottolineato che "abbiamo promosso un bando sulle sceneggiature, per creare una nuova generazione di sceneggiatori nel cinema. Abbiamo raddoppiato il fondo con 10 milioni di euro per soddisfare il piu' grande numero di produzioni possibile. Mia e' la grande vittoria italiana, simbolo di rinascita dopo il Covid". (ITALPRESS) - von/fsc/red 13-Ott-21 12:13 NNNN

#### **9 COLONNE**

##### **Cinema: Franceschini, settore trainante crescita economica**

Roma, 13 ott - "Il Governo e il Parlamento hanno fatto un investimento molto importante in questi anni sul cinema. Il mercato dell'audiovisivo nel mondo sta crescendo enormemente e sarà uno dei settori più in crescita dei prossimi anni. L'Italia sta già esercitando e può esercitare un ruolo di guida". Lo ha detto il ministro della cultura, Dario FRANCESCHINI, alla presentazione del Mia (Mercato internazionale audiovisivo) in corso oggi a Roma a Palazzo Barberini. "Le misure sul tax credit, le nuove risorse e il grande investimento su Cinecittà hanno moltiplicato l'attrattività italiana. Il Fondo Cinema - ha proseguito il Ministro - è stato potenziato molto negli ultimi anni e stiamo lavorando affinché cresca ancora. Nel Recovery abbiamo previsto 300 milioni di euro da investire nel Centro Sperimentale di Cinematografia e su Cinecittà sia per l'adeguamento tecnologico degli studi, sia sull'ampliamento molto consistente degli spazi in un'area di Cassa Depositi e Prestiti. Investire sul cinema e sull'interno comparto dell'audiovisivo - ha sottolineato FRANCESCHINI - non è più soltanto un fattore culturale ma è soprattutto

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

Evento: MIA MARKET

Agenzie di stampa

Data: 13/10/2021

importante dal punto di vista economico. In questo momento intercettiamo una crescita enorme nel mercato globale per il cinema e l'audiovisivo e dovremo studiare delle sinergie per potenziare le possibilità e non vedere tutto come una concorrenza. L'industria del cinema e dell'audiovisivo sarà uno dei settori trainanti della crescita economica italiana dei prossimi dieci anni" ha concluso il Ministro FRANCESCHINI.(red) 131412 OTT 21

## Mercato, grandi anteprime e lo sbarco dei social al 7/o Mia

(ANSA) - ROMA, 13 OTT - Oltre 350 nuovi contenuti, dai nuovi progetti di Marco Bellocchio e Stefano Accorsi o Zerocalcare alle serie che Ferzan Ozpetek sta realizzando dalle sue Fate ignoranti. Più di 1.700 partecipanti da oltre 50 paesi, con due nuove vetrine dedicate ai contenuti factual e d'animazione. E ancora, 140 proiezioni, di cui 80 sono anteprime di mercato e anteprime mondiali, e un 30% di proiezioni in più. Sono alcuni dei numeri con cui si apre la 7/a edizione del Mia - Mercato Internazionale dell'audiovisivo, appuntamento ormai immancabile dei top players del settore ed evento di mercato in Europa tra i più importanti per numero di presenze e risultati, che torna a Roma dal 13 al 17 ottobre. "Il Mia è nato come una sfida - racconta la direttrice Lucia Milazzotto - La sua grande intuizione è aver saputo sempre anticipare i modelli. È stato il primo mercato che ha accolto in maniera trasversale e nativa tutta la filiera, dalla produzione cinematografica alla serialità televisiva, documentari, ora il factual e sempre di più l'animazione, riconoscendo la fluidità di mercato come una grandissima opportunità. E accogliendo - aggiunge - anche l'affacciarsi di nuovi player che in questi anni sono diventati sempre più parte integrante del mercato e ormai sono degli interlocutori fissi". Non a caso, tra le novità di questa edizione, "anche tutto il mondo legato ai social media e TikTok". "Il mercato del cinema e dell'audiovisivo nel mondo sta crescendo enormemente - commenta il ministro della cultura, Dario Franceschini - L'Italia sta esercitando e può esercitare un ruolo di guida in questo". E anzi, aggiunge, "credo che il cinema sarà uno dei settori trainanti della crescita economica italiana dei prossimi anni". (ANSA).

[https://www.ansa.it/sito/photogallery/spettacolo/2021/10/13/mercato-grandi-anteprime-e-lo-sbarco-dei-social-al-7o-mia\\_9f024873-d54d-4e94-80f0-4e7bbc5f6328.html](https://www.ansa.it/sito/photogallery/spettacolo/2021/10/13/mercato-grandi-anteprime-e-lo-sbarco-dei-social-al-7o-mia_9f024873-d54d-4e94-80f0-4e7bbc5f6328.html)

## Mercato, grandi anteprime e lo sbarco dei social al 7/o Mia



(ANSA) - ROMA, 13 OTT - Oltre 350 nuovi contenuti, dai nuovi progetti di Marco Bellocchio e Stefano Accorsi o Zerocalcare alle serie che Ferzan Ozpetek sta realizzando dalle sue Fate ignoranti. Più di 1.700 partecipanti da oltre 50 paesi, con due nuove vetrine dedicate ai contenuti factual e d'animazione. E ancora, 140 proiezioni, di cui 80 sono anteprime di mercato e anteprime mondiali, e un 30% di proiezioni in più. Sono alcuni dei numeri con cui si apre la 7/a edizione del Mia - Mercato Internazionale dell'audiovisivo, appuntamento ormai immancabile dei top players del settore ed evento di mercato in Europa tra i più importanti per numero di presenze e risultati, che torna a Roma dal 13 al 17 ottobre. "Il Mia è nato come una sfida - racconta la direttrice Lucia Milazzotto - La sua grande intuizione è aver saputo sempre anticipare i modelli. È stato il primo mercato che ha accolto in maniera trasversale e nativa tutta la filiera, dalla produzione cinematografica alla serialità televisiva, documentari, ora il factual e sempre di più l'animazione, riconoscendo la fluidità di mercato come una grandissima opportunità. E accogliendo - aggiunge - anche l'affacciarsi di nuovi player che in questi anni sono diventati sempre più parte integrante del mercato e ormai sono degli interlocutori fissi". Non a caso, tra le novità di questa edizione, "anche tutto il mondo legato ai social media e TikTok". "Il mercato del cinema e dell'audiovisivo nel mondo sta crescendo enormemente - commenta il ministro della cultura, Dario Franceschini - L'Italia sta esercitando e può esercitare un ruolo di guida in questo". E anzi, aggiunge, "credo che il cinema sarà uno dei settori trainanti della crescita economica italiana dei prossimi anni". (ANSA).

[https://www.ansa.it/sito/photogallery/spettacolo/2021/10/13/mercato-grandi-anteprime-e-lo-sbarco-dei-social-al-7o-mia\\_9f024873-d54d-4e94-80f0-4e7bbc5f6328.html](https://www.ansa.it/sito/photogallery/spettacolo/2021/10/13/mercato-grandi-anteprime-e-lo-sbarco-dei-social-al-7o-mia_9f024873-d54d-4e94-80f0-4e7bbc5f6328.html)

# Lazio, Zingaretti: l'industria dell'audiovisivo è fondamentale

E risiede nella nostra regione

Roma, 13 ott. (askanews) – “Abbiamo visto il Mia nascere, crescere e ha conquistato uno spazio non scontato. Abbiamo tentato di essere degni della ricchezza creativa di questa grande industria dell'audiovisivo che risiede nella nostra regione. Un pilastro della nuova economia che dobbiamo costruire e sulla quale dobbiamo investire”. Parole del presidente della Regione Lazio, Nicola Zingaretti, partecipando alla conferenza stampa di presentazione del Mia (Mercato Internazionale Audiovisivo), a Roma a Palazzo Barberini. Zingaretti ha ricordato i contributi che la Regione Lazio ha messo in campo nel settore audiovisivo.

“Abbiamo promosso un bando sulle sceneggiature, per creare una nuova generazione di sceneggiatori nel cinema. Abbiamo raddoppiato il fondo con 10 milioni di euro per soddisfare il più grande numero di produzioni possibile. Mia è una grande vittoria italiana, simbolo di rinascita dopo il Covid”.

[https://www.askanews.it/cronaca/2021/10/13/lazio-zingaretti-lindustria-dellaudiovisivo-è-fondamentale-pn\\_20211013\\_00101/](https://www.askanews.it/cronaca/2021/10/13/lazio-zingaretti-lindustria-dellaudiovisivo-è-fondamentale-pn_20211013_00101/)



## **Cinema, Franceschini: Sarà settore trainante della crescita economica italiana**

"Si può fare cultura con sale piene e in sicurezza"



"Il governo e il Parlamento hanno fatto un investimento molto importante in questi anni sul cinema. Il mercato dell'audiovisivo nel mondo sta crescendo enormemente e l'Italia può esercitare e sta già esercitando un ruolo di guida. Le misure sul tax credit, le nuove risorse e il grande investimento su Cinecittà hanno moltiplicato l'attrattività italiana. Il Fondo Cinema è stato potenziato molto negli ultimi anni e stiamo lavorando affinché cresca ancora. Nel Recovery abbiamo previsto 300 milioni di euro da investire nel Centro Sperimentale di Cinematografia e su Cinecittà sia per l'adeguamento tecnologico degli studi, sia sull'ampliamento molto consistente degli spazi in un'area di Cassa Depositi e Prestiti. Investire sul cinema non è più soltanto un fattore culturale ma è una grande opportunità economica. Il cinema sarà uno dei settori trainanti della crescita economica italiana dei prossimi anni". Lo ha detto il ministro della Cultura, Dario Franceschini, intervenuto alla presentazione del MIA (Mercato Internazionale Audiovisivo) in corso a Roma a Palazzo Barberini. "Il rapporto tra l'esigenza fondamentale di mantenere vive le sale cinematografiche non deve scontrarsi con la crescita delle piattaforme - ha aggiunto Franceschini -. Bisogna costruire sinergie e allargare il pubblico come è successo per il mondo del libro dove si è fatto sistema tra distribuzione on line, le librerie e i piccoli e i grandi editori". A margine dell'evento, Franceschini ha poi sottolineato: "Ieri sera ero al San Carlo di Napoli una bellissima Bohème. Il teatro era pieno, persone ordinate con la mascherina e il green pass, dava veramente un senso di sicurezza. E' la dimostrazione che si può fare cultura con le sale piene e in sicurezza".

<https://agcult.it/a/46088/2021-10-13/cinema-franceschini-sara-settore-trainante-della-crescita-economica-italiana>

**Daniele Mignardi Promopressagency**

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: **Daniele Mignardi Promopressagency** - Twitter: **@DanieleMignardi**

Partita IVA 12450721001

**Cinema: Zingaretti, industria audiovisivo è ricchezza per il Lazio**

*Roma, 13 ott 12:32 - (Agenzia Nova) - "Abbiamo visto il Mia nascere, crescere e ha conquistato uno spazio non scontato. Abbiamo tentato di essere degni della ricchezza creativa di questa grande industria dell'audiovisivo che risiede nella nostra regione. Un pilastro della nuova economia che dobbiamo costruire e sulla quale dobbiamo investire". Lo ha detto il presidente della Regione Lazio, Nicola Zingaretti, partecipando alla conferenza stampa di presentazione del Mia (Mercato Internazionale Audiovisivo) tenuta a Roma a Palazzo Barberini. Parlando dei contributi che la Regione Lazio ha messo in campo nel settore audiovisivo, Zingaretti ha sottolineato che "abbiamo promosso un bando sulle sceneggiature, per creare una nuova generazione di sceneggiatori nel cinema. Abbiamo raddoppiato il fondo con 10 milioni di euro per soddisfare il più grande numero di produzioni possibile. Mia è la grande vittoria italiana, simbolo di rinascita dopo il Covid. Dopo 2 anni - ha evidenziato Zingaretti - possiamo dire che un grande evento riprende in presenza, un pilastro della rinascita italiana di forza cultura e creatività, vittoria in una regione leader nel settore e leader anche nella sanità con oltre il 90 per cento delle persone vaccinate".*

*(Rer) © Agenzia Nova - Riproduzione riservata*

<https://www.agenzianova.com/a/6166d2274bd793.94093223/3638941/2021-10-13/cinema-zingaretti-industria-audiovisivo-e-ricchezza-per-il-lazio>

**Cinema: Zingaretti, industria audiovisivo è ricchezza per il Lazio**

*Roma, 13 ott 12:32 - (Agenzia Nova) - "Abbiamo visto il Mia nascere, crescere e ha conquistato uno spazio non scontato. Abbiamo tentato di essere degni della ricchezza creativa di questa grande industria dell'audiovisivo che risiede nella nostra regione. Un pilastro della nuova economia che dobbiamo costruire e sulla quale dobbiamo investire".* Lo ha detto il presidente della Regione Lazio, Nicola Zingaretti, partecipando alla conferenza stampa di presentazione del Mia (Mercato Internazionale Audiovisivo) tenuta a Roma a Palazzo Barberini. Parlando dei contributi che la Regione Lazio ha messo in campo nel settore audiovisivo, Zingaretti ha sottolineato che "abbiamo promosso un bando sulle sceneggiature, per creare una nuova generazione di sceneggiatori nel cinema. Abbiamo raddoppiato il fondo con 10 milioni di euro per soddisfare il più grande numero di produzioni possibile. Mia è la grande vittoria italiana, simbolo di rinascita dopo il Covid. Dopo 2 anni - ha evidenziato Zingaretti - possiamo dire che un grande evento riprende in presenza, un pilastro della rinascita italiana di forza cultura e creatività, vittoria in una regione leader nel settore e leader anche nella sanità con oltre il 90 per cento delle persone vaccinate".

<https://www.agenzianova.com/a/6166d2274bd793.94093223/3638941/2021-10-13/cinema-zingaretti-industria-audiovisivo-e-ricchezza-per-il-lazio>



## The dreamers. Al via la Festa di Roma sotto il segno di Re Gigi

Care lettrici e cari lettori,

la Festa è iniziata, all'Auditorium di Roma, in tanti altri luoghi della città, in quelle sale che da lunedì saranno di nuovo a capienza piena, ritornando quel luogo di condivisione che erano prima della pandemia. Ci sono titoli che stanno facendo ottimi risultati in termini di presenze e incassi. Saldo tra i primi posti in classifica c'è ancora il fantascientifico d'autore *Dune*: 6 milioni e mezzo di spettatori (questa settimana vi proponiamo l'incontro con le sue star carismatiche e impegnate Zendaya e Timothée Chalamet), molto bene anche Bond: 5 milioni e mezzo di spettatori (a cui abbiamo dedicato un'intera newsletter due settimane fa) con il suo *No Time to die* e buon piazzamento anche per *La scuola cattolica* nonostante l'antistorico divieto ai minori di 18 anni. Intanto il Ministro Dario Franceschini, a margine della presentazione della 7/a edizione del Mia, il Mercato Internazionale dell'audiovisivo, ha detto "Le nuove misure sul Tax Credit, il grande investimento su Cinecittà, le nuove risorse hanno moltiplicato l'attrattività italiana. Investire nel cinema non è più solo un fattore culturale, importantissimo, ma anche una grande opportunità economica. Credo che il cinema sarà uno dei settori trainanti della crescita economica italiana dei prossimi anni". E noi ci contiamo.

[https://www.repubblica.it/spettacoli/cinema/2021/10/14/news/the\\_dreamers-321788945/](https://www.repubblica.it/spettacoli/cinema/2021/10/14/news/the_dreamers-321788945/)

## Via alla settima edizione del Mia. Cinque giorni dedicati al business audiovisivo

**Franceschini: cinema sarà un settore trainante**  
**Zingaretti: Bando Lazio Cinema International a 10 milioni di euro**

### Punti chiave

- Mia al via
- Top player
- Fitto calendario di screening e proiezioni
- Tendenze e modelli di business
- Partner, sostenitori e sponsor
- Evento certificato ISO 2021
- Mia Digital
- Franceschini: settore in forte crescita
- Zingaretti: raddoppiato bando Lazio cinema

Stefano Accorsi, Phaim Bhuiyan, Marco Bellocchio, Fabrizio Bentivoglio, Alessandro Borghi, Alessandro Gassmann, Luigi Lo Cascio, Neri Marcorè, Valerio Mastandrea, Ferzan Ozpetek, Alessandro Rak, Giorgio Tirabassi, Zerocalcare: sono solo alcuni dei protagonisti dell'edizione 2021 di 'Mia – **Mercato Internazionale Audiovisivo**', diretto da Lucia Milazzotto, meta privilegiata dei top players del settore ed evento che si è affermato nel corso degli anni come uno dei più importanti eventi di Mercato in Europa per numero di presenze e risultati delle attività, al fine di incrementare l'esportazione di prodotto, le co-produzioni e le relazioni di business a livello internazionale.



Una "cinque giorni", a Roma dal 13 al 17 ottobre 2021, ricca di appuntamenti in cui il Mia presenterà oltre 350 nuovi contenuti (in sviluppo e in produzione). L'edizione di quest'anno conta 1.700 partecipanti da oltre 50 paesi. Di questi oltre il 90%, tra operatori internazionali e nazionali, parteciperà fisicamente all'evento, a riprova non solo della volontà da parte della comunità audiovisiva internazionale di tornare nuovamente a incontrarsi dal vivo, ma anche e soprattutto, del rinnovato interesse e fiducia verso la capacità produttiva italiana e il Sistema Paese.

**Daniele Mignardi Promopressagency**

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: **Daniele Mignardi Promopressagency** - Twitter: **@DanieleMignardi**

Partita IVA 12450721001



A questi dati si aggiunge un fitto calendario di screening e proiezioni cinematografiche: più di 140, di cui 80 sono anteprime di mercato e anteprime mondiali, registrando un aumento del +30% nel numero di proiezioni cinematografiche. Con l'obiettivo di continuare ad anticipare le tendenze e i modelli di business del settore e sostenere l'ecosistema in modo efficiente nella prospettiva internazionale, il Mia ha rinnovato l'offerta di contenuti, strumenti di networking e di mercato, attraverso il potenziamento di tre divisioni: Scripted, curata da Gaia Tridente e nella quale convergono le sezioni Film e Drama; Unscripted, curata da Marco Spagnoli, che comprende Doc e Factual e Strategic Development – cui fanno capo anche i market screenings, i content showcase del film e le attività legate alla compravendita del prodotto completo – affidata a Francesca Palleschi.

Il Mia, lo ricordiamo, è nato e continua a crescere grazie alla consolidata joint venture tra Anica – l'Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Digitali presieduta da Francesco Rutelli – e Apa – l'Associazione Produttori Audiovisivi di Giancarlo Leone – e il rinnovato supporto di Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, Ice (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane), con il contributo di Mic (Ministero della Cultura), Ministero dello Sviluppo Economico, Regione Lazio e programma Media dell'Unione Europea. Rinnovate anche per quest'anno le principali partnership del MIA, quali UniCredit, Apulia Film Commission e Fondazione Cinema per Roma, a cui si aggiungono nuovi sostenitori commerciali per il 2021, come Fastweb.

La settima edizione del Mia, nella scenografia unica dei palazzi storici del centro di Roma, distribuita tra Palazzo Barberini, Cinema Moderno e Cinema Quattro Fontane, per accogliere in totale sicurezza, in ambienti protetti e Covid proof, l'industria nazionale e internazionale dell'audiovisivo, all'insegna della sostenibilità ambientale. Mia, infatti, è uno dei pochissimi eventi audiovisivi in Europa che, già dalle precedenti due edizioni, può fregiarsi della Certificazione ISO 20121. L'attività on-site risulterà nuovamente potenziata dal Mia Digital, piattaforma online di chiara e facile navigazione, che consentirà a tutti gli operatori la fruizione digitale di tutte le attività e di tutti i servizi del Mercato anche dopo la fine dell'evento e offrirà la possibilità di accedere ad un vasto catalogo di contenuti multimediali inediti.



Mia 2021. Da sinistra: Carlo Ferro, Luca Zingaretti, Francesco Rutelli, Anna Ascani, Dario Franceschini, Giancarlo Leone, Flaminia Gennari Santori

### **Franceschini: cinema settore trainante**

“Il Governo e il Parlamento hanno fatto un investimento molto importante in questi anni sul cinema. Il mercato dell'audiovisivo nel mondo sta crescendo enormemente e sarà uno dei settori più in crescita dei prossimi anni. L'Italia sta già esercitando e può esercitare un ruolo di guida”. Lo ha detto il ministro della cultura, Dario Franceschini, alla presentazione del Mia (Mercato internazionale audiovisivo) in corso oggi a Roma a Palazzo Barberini.

“Le misure sul tax credit, le nuove risorse e il grande investimento su Cinecittà hanno moltiplicato l'attrattività italiana. Il Fondo Cinema – ha proseguito il Ministro – è stato potenziato molto negli ultimi anni e stiamo lavorando affinché cresca ancora. Nel Recovery abbiamo previsto 300 milioni di euro da investire nel Centro Sperimentale di Cinematografia e su Cinecittà sia per l'adeguamento tecnologico degli studi, sia sull'ampliamento molto consistente degli spazi in un'area di Cassa Depositi e Prestiti. Investire sul cinema e sull'interno comparto dell'audiovisivo – ha sottolineato Franceschini – non è più soltanto un fattore culturale ma è soprattutto importante dal punto di vista economico. In questo momento intercettiamo una crescita enorme nel mercato globale per il cinema e l'audiovisivo e dovremo studiare delle sinergie per potenziare le possibilità e non vedere tutto come una concorrenza. L'industria del cinema e dell'audiovisivo sarà uno dei settori trainanti della crescita economica italiana dei prossimi dieci anni”. Ha concluso il Ministro Franceschini.

### **Zingaretti: con il 90% di vaccinati Mia in presenza è tra le area più sicure d'Europa**

“Visto il grande successo del bando di luglio Lazio cinema International abbiamo deciso di raddoppiare il fondo fino ad arrivare a 10 milioni di euro”. Ad annunciarlo, il governatore Nicola Zingaretti, oggi nel corso della presentazione della 7/a edizione del Mia, il Mercato Internazionale dell'audiovisivo che torna a Roma dal 13 al 17 ottobre. “Il Mia – dice Zingaretti – in anni difficili ha conquistato uno spazio non scontato nel panorama internazionale”. L'industria dell'audiovisivo “nella nostra regione è una novità di produzione culturale ma anche un pilastro della nuova economia che dobbiamo costruire finita la stagione del Covid e sul quale continueremo ad investire. Lo faremo in tutti i campi dell'industria dell'audiovisivo. Ci siamo concentrati sulla produzione, sulla distribuzione, sul sostegno alle sale e, ultimo, con un bellissimo bando sulle sceneggiature che favorisce una nuova generazione di sceneggiatori a entrare nel mondo del cinema, con risultati molto importanti. Dato il grande successo di Lazio Cinema International della finestra di luglio, che ha visto tantissimi progetti per un bando molto innovativo perché per la prima volta, forse, utilizza risorse europee nella produzione cinematografica e che ha visto negli anni oltre 180 case di produzione straniere venire da noi, abbiamo deciso – annuncia – di raddoppiare il fondo della finestra di luglio, che quindi arriva 10 milioni di euro, per soddisfare il maggior numero di produzioni possibile e rendere allettante venire in Italia e in questa regione, da tutto il mondo, a produrre”. Il fondo, prosegue, “si aggiunge ovviamente alle risorse che già abbiamo messo in campo con il fondo di produzione e sostegno alla produzione cinematografica”. Quanto al Mia, “che torna totalmente in presenza – dice – è una bellissima e grandissima vittoria italiana,

**Daniele Mignardi Promopressagency**

**Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.**

**on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)**

**Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi**

**Partita IVA 12450721001**

Evento: MIA MARKET

Testata: Prima Online

Data: 13/10/2021

simbolo della rinascita dopo il Covid". Dopo due anni di pandemia e chiusure, aggiunge, "volevamo arrivare proprio qui: un grande evento di caratura mondiale che riprende in sicurezza, in presenza ed è un pilastro della rinascita italiana. E, permettetemi di dire, torna anche in una regione leader italiana sulla vaccinazione, perché siamo ormai oltre il 90% delle persone vaccinate con doppia dose. Quindi, chi arriverà qua da tutto il mondo si ritroverà in uno degli ambienti più sicuri d'Europa rispetto al Covid". (ANSA).

<https://www.primaonline.it/2021/10/13/336040/via-alla-settima-edizione-del-mia/>

## Roma, al via il MIA e la Festa del Cinema

Dal 13 ottobre il cinema torna nella Capitale con due appuntamenti importanti: il Mercato Internazionale Audiovisivo e la Festa del Cinema



Nei prossimi giorni **Roma** ospiterà due eventi di grande importanza per il mondo del cinema: il **MIA-Mercato Internazionale Audiovisivo** (13-17 ottobre 2021) e la **Festa del Cinema** (14-24 ottobre 2021).

### MIA

Dal **13 al 17 ottobre 2021** torna il **MIA- Mercato Internazionale Audiovisivo**, diretto da **Lucia Milazzotto**, evento sempre più significativo dell'intero sistema cine-audiovisivo italiano che mira favorire l'esportazione di prodotto, le co-produzioni e le relazioni di business a livello internazionale. In questa sua settima edizione, dopo essere stato uno dei pochi appuntamenti in presenza nel 2020, il MIA si riconferma anche quest'anno polo di attrazione per i top players del settore, la cui partecipazione si preannuncia già numerosa.

Si segnala per il 2021 un **aumento del +30% nel numero di proiezioni cinematografiche, più di 140 proiezioni e 80 tra anteprime di mercato e anteprime mondiali**, ad ulteriore riprova della voglia di tornare a vedere il cinema al cinema e di incontrarsi di nuovo dal vivo con distributori, registi e con tutta la comunità cinematografica internazionale.

Il MIA è nato e continua a crescere grazie alla consolidata joint venture tra **ANICA** – l'Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive Multimediali presieduta da Francesco Rutelli e **APA** – l'Associazione Produttori Audiovisivi di Giancarlo Leone, e il rinnovato supporto di Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, ICE (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane), con il contributo di MiC (Ministero della Cultura), Ministero dello Sviluppo Economico, Regione Lazio e programma MEDIA dell'Unione Europea. Rinnovate anche per quest'anno le partnership con i principali sostenitori del MIA, quali UniCredit, Apulia Film Commission e Fondazione Cinema per Roma, a cui si aggiungono nuovi sponsor per il 2021, come Fastweb.

La settima edizione si svolgerà come di consueto a Roma, negli spazi di Palazzo Barberini, del Cinema Moderno e del Cinema Quattro Fontane, per accogliere in totale sicurezza l'industria nazionale e internazionale. Come nella precedente edizione, l'attività on-site sarà potenziata e integrata da quella online, attraverso la piattaforma MIA DIGITAL.

Tra i primi appuntamenti, il 14 ottobre, l'incontro *Spazio Festival: Quali Nuovi Territori?*, mentre tra gli ospiti internazionali si ricorda la presenza del regista **Joe Russo** (*Captain America: The Winter Soldier*, *Captain America: Civil War*, *Avengers: Infinity War*, *Avengers: Endgame*).

## FESTA DEL CINEMA

La **16esima edizione della Festa del Cinema di Roma** è in programma **dal 14 al 24 ottobre 2021** all'Auditorium Parco della Musica. Nel cartellone della Festa, annunciato dal direttore artistico Antonio Monda e dalla presidente della Fondazione Cinema per Roma Laura Delli Colli, 22 registe donne e più di 30 prime mondiali.

Tra i film presentati nella selezione ufficiale: *The Eyes of Tammy Faye*, *L'arminuta* di Giuseppe Bonito, *Promises* con Pierfrancesco Favino e Kelly Reilly, il musical *Cyrano* di Joe Wright, *Passing* di Rebecca Hall, *C'mon c'mon* di Mike Mills con Joaquin Phoenix, *I am Zlatan*, biopic su Zlatan Ibrahimovic, *Frank Miller: American Genius* e in collaborazione con Alice Nella Città vedremo *Belfast*, nuovo film di Kenneth Branagh vincitore del TIFF 2021, *Dear Evan Hansen* ed *Eternals*, attesissimo cinecomic Marvel di Chloé Zhao e film di chiusura.

**Quentin Tarantino** e **Tim Burton** riceveranno il premio alla carriera e saranno protagonisti di due incontri ravvicinati già annunciati e che si preannunciano gremiti. Tra gli altri incontri col pubblico annunciati oggi troviamo Zadie Smith, i fratelli Manetti, Marco Bellocchio, Luca Guadagnino, Peter Dinklage (solo online), Zerocalcare, Joe Wright, Claudio Baglioni, Frank Miller, Alfonso Cuarón, Jessica Chastain, Carlo Verdone, Pierfrancesco Favino, Luciano Ligabue e Fabrizio Moro.

<https://www.e-duesse.it/cinema/roma-al-via-il-mia-e-la-festa-del-cinema/>



# MIA: industria, cultura e sicurezza



350 prodotti, due nuove vetrine dedicate a Factual e Animazione, ospiti internazionali come Joe Russo, Alon Aranya, R.J. Cutler, Stuart Ford e i nuovi progetti di Marco Bellocchio, Stefano Accorsi, Alessandro Borghi, Alessandro Gassmann, Luigo Lo Cascio, Neri Marcorè, Valerio Mastandrea, Ferzan Ozpetek, Fabrizio Bentivoglio, Alessandro Rak e Zerocalcare sono tra le highlights della settima edizione del MIA – Mercato Internazionale dell'Audiovisivo, al via a Roma dal 13 al 17 ottobre in concomitanza con gli eventi della Festa del Cinema.

Un evento ormai tradizionale della cui crescita si dichiarano soddisfatti tutti gli operatori, a partire dalla direttrice **Lucia Milazzotto**, che dice "le sfide sono state molte negli anni e negli ultimi due in particolare. Il MIA ha sempre avuto l'intuizione di anticipare modelli, abbiamo accolto in maniera trasversale tutta la filiera, dal cinema alla serialità televisiva, ai documentari, all'animazione, riconoscendo la fluidità del mercato come un'opportunità. Oggi quelli che ieri erano nuovi player sono interlocutori, che mostrano un crescente interesse verso un appuntamento italiano che mancava, e che oggi può permettersi di stare in competizione con eventi analoghi sul piano internazionale, grazie alla qualità della partecipazione e agli strumenti che possiamo mettere in campo. L'anno scorso è stato l'anno della resilienza, abbiamo operato in forma ibrida per garantire il massimo della sicurezza, quest'anno torniamo sempre in sicurezza maggiore e mantenendo l'ibridazione come un valore aggiunto, non più una soluzione di ripiego ma un vantaggio che fortifica la partecipazione in presenza".

"Il MIA - prosegue il presidente della Regione Lazio **Nicola Zingaretti** - in anni difficili ha conquistato uno spazio non scontato nel panorama internazionale". L'industria dell'audiovisivo "nella nostra regione è una novità di produzione culturale ma anche un pilastro della nuova economia che dobbiamo costruire finita la stagione del Covid e sul quale continueremo ad investire. Lo faremo in tutti i campi dell'industria dell'audiovisivo. Ci siamo concentrati sulla produzione, sulla distribuzione, sul sostegno alle sale e, ultimo, con un bellissimo bando sulle sceneggiature che favorisce una nuova generazione di sceneggiatori a entrare nel mondo del cinema, con risultati molto importanti. Dato il grande successo di Lazio Cinema International della finestra di luglio, che ha visto tantissimi progetti per un bando molto innovativo perché per la prima volta, forse, utilizza risorse europee nella produzione cinematografica e che ha visto negli anni oltre 180 case di produzione straniere venire da noi, abbiamo deciso - annuncia - di raddoppiare il fondo della finestra di luglio, che quindi arriva 10 milioni di euro, per soddisfare il maggior numero di produzioni possibile e rendere allettante venire in Italia e in questa regione, da tutto il mondo, a produrre". Il fondo, prosegue, "si aggiunge ovviamente alle risorse che già abbiamo messo in campo con il fondo di produzione e sostegno alla produzione cinematografica". Quanto al MIA, "che torna totalmente in presenza - dice - è una bellissima e grandissima vittoria italiana, simbolo della rinascita dopo il Covid". Dopo due anni di pandemia e chiusure, aggiunge, "volevamo arrivare proprio qui: un grande evento di caratura mondiale che riprende in sicurezza, in presenza ed è un pilastro della rinascita italiana. E, permettetemi di dire, torna anche in una regione leader italiana sulla vaccinazione, perché siamo ormai oltre il 90% delle persone vaccinate con doppia dose. Quindi, chi arriverà qua da tutto il mondo si ritroverà in uno degli ambienti più sicuri d'Europa rispetto al Covid".

**Francesco Rutelli**, presidente ANICA, saluta il ritorno della capienza 100% per le sale, "un momento di luce dopo il buio della pandemia, durato troppo a lungo, mentre oggi apriamo con un messaggio positivo per l'industria di cinema e audiovisivo, con 1.800 operatori quasi tutti in presenza. E' stato fatto un gran lavoro proprio nel periodo di buio, per permettere di salvaguardare la fiducia per la fruizione di sale, televisioni e piattaforme. E inoltre, è un'occasione per scoprire il prodotto italiano, le co-produzioni e gli sviluppi innovativi che danno lavoro. Il cinema è trainante non solo per la cultura, ma per l'industria".

**Giancarlo Leone**, presidente dell'Associazione Produttori Audiovisivi APA, ricorda che "7 anni fa il MIA era una scommessa, alla quale molti non credevano. Oggi il mercato è cresciuto e si è modificato, ad esempio le piattaforme, che allora cominciavano ad affacciarsi sul mercato, oggi sono protagoniste quanto i broadcaster tradizionali. Il valore della produzione dell'audiovisivo supera il miliardo di euro, e si raddoppia se consideriamo le piattaforme on demand e seriali. Rispetto ai 250 milioni di euro investiti dai broadcaster tradizionali si affiancano gli streamers con 120 milioni che in proiezione nei prossimi anni diventeranno 250".

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

Evento: MIA MARKET

Testata: Cinecittà News

Data: 13/10/2021

"Governo e Parlamento hanno fatto investimenti molto importanti in questi anni sul cinema. - commenta il ministro della cultura **Dario Franceschini** - In generale, il mercato del cinema e dell'audiovisivo nel mondo sta crescendo enormemente e sarà uno dei settori più in crescita nei prossimi anni. L'Italia sta esercitando e può esercitare un ruolo di guida in questo". "Le nuove misure sul Tax Credit - spiega - il grande investimento su Cinecittà, le nuove risorse hanno moltiplicato l'attrattiva italiana. Investire nel cinema non è più solo un fattore culturale, importantissimo, ma anche una grande opportunità economica. Credo che il cinema sarà uno dei settori trainanti della crescita economica italiana dei prossimi anni. Ieri sera ero al San Carlo a Napoli per una bellissima Bohème con la regia di Emma Dante. Il teatro era pieno, le persone ordinate con la mascherina e il Green pass. Tutto dava veramente un segnale di sicurezza. È la dimostrazione che si può fare cultura con le sale piene e in sicurezza".

<https://news.cinecitta.com/IT/it-it/news/55/87600/mia-industria-cultura-e-sicurezza.aspx>

# Italy for Movies al MIA 2021



Giovedì 14 ottobre alle 10:00 al The Space Cinema - Moderno 3 di Roma, nell'ambito del MIA - Mercato Internazionale dell'Audiovisivo, il panel "Italy for Movies, benvenuto nell'Italia da film" presenta la nuova veste grafica e i nuovi servizi rivolti agli operatori, del portale delle location e degli incentivi alla produzione cinematografica e audiovisiva, Italy for Movies ([www.italyformovies.it](http://www.italyformovies.it)), un progetto MIC-DGCA realizzato da Cinecittà in collaborazione con l'Italian Film Commissions.

Un sito web e una app dove trovare tutte le possibilità di finanziamento alla produzione in Italia e le facilities offerte dalle Film Commission. Che conduce alla scoperta del set ideale dove ambientare un film, una serie, un videogioco, e che permette di aggiornarsi sulle ultime notizie di settore. Perché ogni scena comincia con un click.

L'evento sarà disponibile per gli accreditati del mercato anche sulla piattaforma MIA Digital.

<https://cinecitta.com/IT/it-it/news/45/9467/italy-for-movies-al-mia-2021.aspx>

## MIA 2021

# Il TFL SeriesLab 2021 sbarca al MIA



I registi Arash T. Riahi e Arman T. Riahi, il cui progetto *30 Bullets* è stato selezionato

Si terrà al **MIA - Mercato Internazionale dell'Audiovisivo di Roma** la presentazione finale dei 9 progetti TFL SeriesLab, il programma di formazione annuale del **TorinoFilmLab** dedicato allo sviluppo di progetti di serialità televisiva internazionale, innovativi e di alto profilo, giunto quest'anno alla sua quinta edizione sotto la guida dell'Head of Studies **Nicola Lusuardi**.

Il programma, grazie al supporto di tutor e story editor qualificati, ha accompagnato 20 sceneggiatori, registi e produttori europei lungo l'intero processo di creazione di un concept di serie tv, dall'idea iniziale alla preparazione dei materiali, fino al momento finale di pitching in presenza dei protagonisti dell'industria televisiva internazionale che si terrà al MIA giovedì 14 ottobre, moderato dal TFL Pitching Trainer **Luigi Ventriglia**.

"Ogni edizione di SeriesLab rinnova la bellezza e l'emozione di incontri sorprendenti, con autori, produttori e progetti che rappresentano un formidabile panorama di differenze umane, estetiche e culturali – afferma Lusuardi – E la bellezza di questo incontro consiste nella libertà di un confronto svincolato da qualunque necessità che non sia l'evoluzione del progetto e la sua forza".

La sessione di pitching sarà preceduta, lo stesso 14 ottobre, da un panel intitolato "The Dream Team: Talents, Producers and Their Relationships", organizzato da TorinoFilmLab, ACE Producers e MIDPOINT Institute. La conversazione sarà incentrata sui programmi di formazione internazionali, su come talenti e produttori possono incontrarsi e sulle differenze tra le loro relazioni quando si tratta di serie e film. Vi prenderanno parte, oltre a Nicola Lusuardi, **Martichka Bozhilova** (Agitrop) e **Gabor Krigler** (TV Launch, MIDPOINT Institute, Joyrider).

SeriesLab 2021 è realizzato grazie al supporto del Sottoprogramma Europa Creativa - MEDIA dell'Unione europea, in collaborazione con **VAF - Flanders Audiovisual Fund**. Tutti i dettagli sui progetti sono disponibili sul Book of Projects ([qui](#)). La call per l'edizione 2022 è aperta dall'11 ottobre al 6 gennaio 2022 e si rivolge a sceneggiatori, registi o produttori a lavoro su un progetto di serialità in fase di sviluppo iniziale. Per info clicca [qui](#).

I 9 progetti, selezionati tra 120 candidati, sono:

*30 Bullets* - **Arash T. Riahi** e **Arman T. Riahi** (Austria)  
Produzione: [Golden Girls Film](#)

*Beast* - **Marijana Verhoef** e **Luisa Leopold** (Serbia/Germania)  
Produzione: [StickUp Filmproduktion](#)

*Coalville* - **Lucy Meer** e **Margo Roe** (Regno Unito)  
Produzione: [Strive Films](#)

*Gloria* - **Balázs Zachar**, **Marcsi Tóth** e **Fanni Szilágyi** (Ungheria)  
Produzione: [Proton Cinema](#)

*Helena I Am* - **Annika Glac** e **Robyn Kershaw** (Australia)  
Produzione: [Robyn Kershaw Productions](#)

*Seven Terrors* - **Emina Omerović**, **Asja Krsmanović** e **Ishak Jalimam** (Bosnia-Erzegovina/Croazia)  
Produzione: [Realstage](#)

*Skate Or Hate* - **Wendy Huyghe**, **Domien Huyghe** e **Dries Phlypo** (Belgio)  
Produzione: [A Private View](#)

*The Reset* - **Lukas Bossuyt** e **Serge Bierset** (Belgio)  
Produzione: [DRAMADAMA](#)

*Tuna* - **Thessa Meijer** (Paesi Bassi)

<https://www.cineuropa.org/it/newsdetail/411858/>

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: [Daniele Mignardi Promopressagency](#) - Twitter: [@DanieleMignardi](#)

Partita IVA 12450721001

**MIA 2021**

## **Europa Distribution pronta a rimettere in piedi, rilanciare e rimodellare il settore a Roma**

Europa Distribution terrà la sua 15° Conferenza Annuale durante il **MIA Market – Mercato Internazionale Audiovisivo** a Roma. L'evento si svolgerà dal 13 al 17 ottobre e riunirà una cinquantina di professionisti, tutti membri dello European Network of Independent Film Publishers and Distributors.

Continuando con l'ormai tradizionale serie di talk "Tutto quello che avresti sempre voluto sapere sulla distribuzione ma avevi paura di chiedere", Europa Distribution e MIA condurranno insieme un panel aperto dal titolo "Recover, Reboot, Reshape" sabato 16 ottobre dalle 9.30 alle 11.00. La discussione si concentrerà sugli effetti a lungo termine della crisi e su come evolveranno le attività dei distributori, considerando le realtà diversificate dei loro mercati nazionali. In effetti, l'epidemia di Covid-19 ha portato enormi sconvolgimenti nell'industria cinematografica e ha avuto un impatto sul modo in cui il pubblico guardava i film quando non c'era altra scelta. Se alcuni hanno visto l'emergere di una "Nuova Normalità" rivoluzionaria in termini di affari e cultura, altri hanno suggerito che le tendenze pre-pandemia siano state accelerate. Il panel includerà discussioni sull'evoluzione dei modelli di consumo del pubblico, potenziali idee per abbinamenti di successo tra modelli di release tradizionali e innovativi, visibilità dei film europei sulle piattaforme VOD, insieme agli strumenti disponibili per aumentare tale visibilità per i film indipendenti.

I relatori del panel saranno i distributori **Eve Gabereau** (**Modern Films**, GB) e **Olivier Van den Broeck** (**The Searchers**, Benelux), l'agente di vendita **Thania Dimitrakopoulou** (**The Match Factory**, Germania) e la dottoressa di ricerca **Catalina-Mihaela Iordache** (SMIT -VUB, Belgio). Questo panel sarà moderato dal consulente e giornalista britannico **Michael Gubbins**, fondatore di SampoMedia.

Prima del panel, il 13 ottobre i distributori presenti parteciperanno all'Assemblea Generale di Europa Distribution, che offrirà l'opportunità ai membri di discutere le attività dell'Associazione in base alle loro esigenze. Il 14 ottobre, le numerose evoluzioni in arrivo per il settore della distribuzione indipendente saranno affrontate in una sessione di tavole rotonde private dedicate, in cui i distributori si confronteranno e scambieranno idee su alcuni temi chiave di questo ecosistema in continua evoluzione, con un focus sull'impatto degli streamer su uscite cinematografiche e online, strumenti di innovazione per rafforzare le uscite dei distributori e la gestione del rischio attraverso sistemi di rete di sicurezza adattati. Durante le giornate di MIA Market, i membri del network dei distributori parteciperanno anche alle attività MIA, tra work in progress e proiezioni speciali, incontri ed eventi di networking.

<https://www.cineuropa.org/it/newsdetail/411801/>

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001





## Roma, al via il Mia

Per i prossimi dieci giorni Roma sarà la capitale del cinema e dell'audiovisivo. Oggi parte il **Mia - Mercato Internazionale audiovisivo** (13-17 ottobre 2021), mentre domani sarà inaugurata la **Festa del Cinema** (14-24 ottobre 2021).



Il Mia è alla sua settima edizione. Diretto da **Lucia Milazzotto**, è ormai un evento di riferimento per l'industria audiovisiva. Gli appuntamenti e le proiezioni si terranno negli spazi di Palazzo Barberini, del cinema Moderno e del cinema Quattro Fontane. L'attività in presenza sarà integrata da quella online, attraverso la piattaforma Mia digital.

La nuova edizione prevede l'aumento del 30% del numero di proiezioni cinematografiche: più di 140 proiezioni e 80 anteprime.

*"Il mercato è più fluido - ha dichiarato la direttrice **Lucia Milazzotto** - ma sempre più grande. Il Mia quest'anno vede una grandissima partecipazione straniera di importanti decision makers pronti a investire: commissioner della serialità*

*fiction, documentaria e factual, buyer cinematografici, potenziali coproduttori da 53 paesi. Parliamo di un mercato globale che vale 60 miliardi di euro, di cui l'Italia è protagonista".*



<https://www.monitor-radiotv.it/w/roma-al-via-il-mia/>

# "La Realtà Che Non Esiste": presentazione al MIA Mercato Internazionale Audiovisivo



15 ottobre 2021 - ore 15.30 - The Space Cinema Moderno (Sala 1) - Piazza della Repubblica n.43 - Roma  
Al via la quarta edizione del Contest di One More Pictures e Rai Cinema sullo Storytelling Digitale

«La Realtà Che "Non" Esiste» è il CONTEST NAZIONALE per giovani STORYTELLERS, giunto alla quarta edizione, che sarà presentato durante il MIA - Mercato Internazionale Audiovisivo a Roma. Ideato da **Manuela Cacciamani** e realizzato da **One More Pictures** con **Rai Cinema**, «La Realtà Che "Non" Esiste» sta facendo luce su una nuova generazione di talentuosi sceneggiatori e registi che orbitano nella galassia dell'audiovisivo e dello storytelling digitale, con l'obiettivo di scrivere "storie" per media integrati.

Le precedenti edizioni hanno visto vincere autori alle primissime esperienze, con progetti scelti da una giuria prestigiosa e affiancati da star del mondo del cinema e della musica. Sotto supervisione editoriale e creativa di **One More Pictures** e **Rai Cinema**, il vincitore vedrà il proprio progetto non solo sviluppato in forma di cortometraggio lineare, ma anche declinato su altri media e forme di storytelling: virtual reality, videomapping, social story. Il progetto vincitore debutterà con il supporto dei canali Rai Cinema e sarà presentato, come nelle precedenti edizioni, in contesti audiovisivi di grande prestigio.

«La Realtà Che "Non" Esiste», oltre a lanciare nuovi autori particolarmente innovativi si prefigge l'importante obiettivo di sensibilizzare i ragazzi, le istituzioni e il pubblico su temi di rilevanza sociale legati al complesso rapporto tra i giovani e le nuove tecnologie digitali.

Alla presentazione intervengono **Carlo Rodomonti**, responsabile Marketing strategico e Digital di Rai Cinema, **Fulvio Firrito** Responsabile cortometraggi per il sociale di Rai Cinema e **Manuela Cacciamani**, Founder di One More Pictures. Inoltre, testimoni delle passate edizioni, saranno presenti **Jenny De Nucci**, protagonista del corto Happy Birthday (scaturito dalla prima edizione del contest) e **Luca Chikovani**, protagonista di Revenge Room (seconda edizione del contest). Parteciperà, in modalità online, anche **Eleonora Gaggero**, protagonista di Revenge Room insieme a Luca Chikovani.

Durante la Conferenza Stampa verrà comunicato il regolamento e annunciato il Presidente di Giuria. Il resto dei giurati sarà comunicato in un secondo evento.

Il contest è rivolto a tutti gli autori UNDER 35

#### Le giurie delle precedenti edizioni:

Nelle prime tre edizioni sono stati coinvolti nomi particolarmente rilevanti del panorama nazionale del settore audiovisivo e didattico, tra cui (in ordine alfabetico): **Manuela CACCIAMANI**, Founder di One More Pictures e ideatrice del contest

**Alfredo CLARIZIA**, Legal & Business Affairs Director per Sony Music Entertainment Italy

**Massimiliano COLELLA**, Direttore Generale di Innova Camera per Maker Faire

**Gennaro COPPOLA**, CEO dell'agenzia creativa Direct2Brain

**Domenico DE GAETANO**, Direttore del Museo del Cinema di Torino

**Paolo DEL BROCCO**, Amministratore Delegato di Rai Cinema

**Maria Grazia MATTEI**, Fondatrice di MEET - Digital Culture Center

**Fabio LOVINO**, fotografo e regista

**Monica MAGGIONI**, giornalista

**Christian NUCIBELLA**, CEO di FiloBlu

**Carlo RODOMONTI**, Responsabile Marketing Strategico e Digital di Rai Cinema

**Francesco RUTELLI**, Presidente di ANICA

**Gabriele SADA**, Managing Director di ScuolaZoo

**Marco SALETTA**, General Manager Sony Interactive Entertainment per Playstation

**Giovanna SALVATORI**, responsabile contenuti Tv Friends&Partners

**Caterina TOMEI**, Docente dell'Università RUFA (Rome University of Fine Arts)

**Daniele Mignardi Promopressagency**

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: **Daniele Mignardi Promopressagency** - Twitter: **@DanieleMignardi**

Partita IVA 12450721001

I vincitori delle precedenti edizioni:

**2019 HAPPY BIRTHDAY |**

Vincitori: Lorenzo Giovenga, Valentina Signorelli, Gualtiero Titta e Piero Brundo. Con la partecipazione di Fortunato Cerlino, Jenny De Nucci e Achille Lauro. Special Ambassador: Terry Gilliam. Tematica: HIKIKOMORI. Presentato alla 76. Mostra d'Arte internazionale Cinematografica di Venezia e ad Alice nella Città (Festa del Cinema di Roma), è stato distribuito in versione lineare su Rai Play e in versione "realtà virtuale" attraverso l'app Rai Cinema Channel VR e su PLAYSTATION. La versione "social story" è stata invece veicolata attraverso i canali Instagram di Rai Cinema e di Experience IS, la social property di Condenast. I contenuti del progetto hanno ottenuto complessivamente, sui canali social Rai, sui canali dei Media Partner e dei talent, oltre 8 milioni di copertura, oltre 200 mila interazioni e oltre 5 milioni di visualizzazioni. LINK <https://www.raisplay.it/programmi/happybirthday>

**2020 REVENGE ROOM |**

Vincitore: Alessandro Diele. Con Alessio Boni, Violante Placido, Eleonora Gaggero e Luca Chikovani. Colonna sonora di Baby K. Ambassador del progetto: Matt & Bise ed Ema Stokholma. Tematica: REVENGE PORN. Presentato alla 77. Mostra d'Arte internazionale Cinematografica di Venezia, il progetto si è concluso con un'imponente versione in videomapping proiettata per un mese sulle facciate della cupola della Mole Antonelliana di Torino, in collaborazione con Rai Cinema e il Museo Nazionale del Cinema di Torino. Revenge Room è stato distribuito in versione lineare su Rai Play e in versione "realtà virtuale" attraverso l'app Rai Cinema Channel VR. I contenuti del progetto hanno ottenuto complessivamente, sui canali social Rai, sui canali dei Media Partner e dei talent, oltre 2 milioni di copertura, oltre 200 mila interazioni e oltre 2 milioni di visualizzazioni. LINK <https://www.raisplay.it/programmi/revengeroom2021>

**LA REGINA DI CUORI |**

Vincitori: Thomas Turolo e Leonardo Paulillo. Con Giuseppe Battiston, Beatrice Vendramin e Mariasole Pollio. Colonna sonora di Aka 7even. Tematica: CHALLENGE ESTREME SUI SOCIAL NETWORK. Il progetto è stato presentato come evento speciale alla 78. Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia e si è concluso con uno show di videomapping ospitato da Videocittà - Il Festival della Visione, alla presenza di importanti personalità delle istituzioni e dello spettacolo. Sono intervenuti il Presidente di ANICA Francesco Rutelli, la vicedirettrice dell'Agenzia per la cybersicurezza nazionale Nunzia Ciardi e il campione del mondo dell'82 Antonio Cabrini nelle vesti di ambassador del progetto. Lo show ha visto inoltre le performance live di Francesco Pannofino e di Aurora Leone dei The Jackal. La versione lineare di La Regina di Cuori ha raggiunto le 100 mila visualizzazioni su Rai Play, con un 30% di pubblico tra i 15 e i 25 anni, attestandosi come il film più visto nel mese di settembre 2021. La versione in realtà virtuale è stata distribuita attraverso l'app Rai Cinema Channel VR, mentre la versione "social story" è stata realizzata dal famoso influencer e youtuber Emalloru e distribuita attraverso i canali social di Rai Cinema e su Vanity Fair. I contenuti del progetto hanno ottenuto complessivamente, sui canali social Rai, sui canali dei Media Partner e dei talent, oltre 5 milioni di copertura, oltre 200 mila interazioni e oltre 6 milioni di visualizzazioni. LINK <https://www.raisplay.it/programmi/lareginadicuori>

I contenuti dedicati ai progetti frutto delle prime tre edizioni hanno ottenuto quindi un totale, sui canali social della Rai, dei Media Partner e dei talent, di oltre 15 milioni di persone raggiunte, oltre 600 mila interazioni e più di 13 milioni di visualizzazioni.

Link alle foto di scena del progetto transmediale "Happy Birthday": <https://we.tl/t-MyH7e0QfWz>

Link alle foto di scena del progetto transmediale "Revenge Room": <https://we.tl/t-A9kj8fD3m5>

Link alle foto di scena del progetto transmediale "La Regina di Cuori": <https://we.tl/t-H7DSbYeFeZ>

<https://www.rai.it/raicinema/news/2021/10/La-Realta-Che-Non-Esiste-presentazione-al-MIA-Mercato-Internazionale-Audiovisivo-d172bc59-6993-467d-8c99-1816e3232505.html>

## Da Franceschini alla Ascani, entusiasmo all'inaugurazione del Mercato Audiovisivo (Mia)



*Leone (Apa): il totale degli investimenti nella produzione audiovisiva italiana (cinema, tv, streamers) sarebbe di 1,5 miliardi di euro, di cui un terzo per l'entertainment.*

Questa mattina a Roma, inaugurazione in pompa magna, nelle belle sale di **Palazzo Barberini**: prevista per le ore 11, la conferenza stampa è “naturalmente” iniziata (siamo in Italia...) alle 11:30, ma con nientepopodimeno che un 1 *Ministro*, 1 *Sottosegretario*, 1 *Presidente di Regione*, 1 *Presidente di società pubblica*, 2 *Presidenti di associazioni imprenditoriali*... Cosa si può pretendere di più dalla vita?!

Come abbiamo scritto su queste colonne, lunedì scorso (vedi “*Key4biz*” di lunedì 11 ottobre “[Dal 'Romics' al 'Maker Faire', Roma capitale delle kermesse. Ma servono davvero?](#)”), questa settimana la Capitale è affollata di eventi: oggi parte l'edizione n° 7 del *Mia* (che si conclude domenica 17), domani inizia la *Festa del Cinema* (che finisce domenica 24, ma in verità ci sono già delle “pre-aperture” rigidamente ad inviti, una sorta di *privée* nel club...), ed in contemporanea c'è anche il *Festival Vre Virtual Reality Experience* (da domani a sabato 16). Senza dimenticare iniziative parallele.

Una grande abbuffata, con spesso assurda coincidenza di iniziative che rendono ingestibile l'agenda del cronista o dell'operatore del settore o dell'appassionato.

Prevale poi una logica di comunicazione... “digitale”: per esempio, il *Mia* pubblica ancora su cartaceo il ricco catalogo (preziosa la “*Industry Guide*” – che consta di 498 pagine – anche perché contiene anche le fotografie in miniatura dei partecipanti), ma non pubblica più su carta il programma della manifestazione, e si tende a far scomparire oggi supporto cartaceo. Riteniamo questa prassi (al di là della retorica “ecologista”) un errore, perché i processi culturali ed informativi possono – e debbono – essere veicolati anche su carta, per non contribuire a dinamiche effimere e volatili...

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001



Queste conferenze stampa di inaugurazione hanno in verità (quasi) sempre un carattere rituale, istituzionale, burocratico: quasi mai emerge qualcosa di significativo, ma è talvolta opportuno osservarle, sia per la coreografia relazionale sia perché rappresentano in qualche modo “lo spirito del tempo”...

***Atmosfera di grande ottimismo: tutto grandioso, entusiastico, scintillante. L'audiovisivo italiano va alla grande anzi grandissima?***

Al *Mia*, questa mattina, tutto... *grandioso, entusiastico, scintillante*.

Il sistema audiovisivo italiano non va... bene: va... benissimo!

Alle iniezioni *materiale* di sovvenzioni pubbliche, si aggiunge una iniezione *immateriale* (anzi una overdose) di “energia positiva” (à la *Jovanotti*).

Non un'ombra di dubbio. L'Italia audiovisiva va forte, anzi fortissimo!!! Nessuna criticità, nessuna preoccupazione, nessun allarme.

Alcuni cenni descrittivi: la gentile conduttrice annuncia che il “valore” del mercato audiovisivo internazionale sarebbe cresciuto del 40 % (*fonte della stima: ignota*), la Direttrice di Palazzo Barberini **Flaminia Gennari Santori**, in un breve saluto, ricorda che “*il museo è cresciuto con il Mia*” (ma non si capisce a quale “crescita” faccia riferimento: il numero dei visitatori? la qualità delle collezioni?!), e lascia la parola al Presidente dell'Anica **Francesco Rutelli**, che, compiaciuto, osserva l'imponente “*schieramento istituzionale*” che ha di fronte (qualcuno ha osservato come Ministro e Sottosegretario e Presidente di Regione fossero tutti esponenti del **Partito Democratico**, ma questo è certamente un dettaglio), ed enfatizza la “*realità corale*” che caratterizza la kermesse)... Rutelli gioca con la retorica e le metafore ad effetto: “*siamo passati dal buio della pandemia alle luci del set*” (perbacco!), parla di ben 1.800 operatori accreditati, di 350 titoli in sviluppo e in produzione, rimarca le grandi ricadute occupazionali nel settore...

***Leone (Apa): in Italia, 1 miliardo di euro nella produzione di audiovisivo + ½ miliardo nell'intrattenimento***

Il Presidente dell'Apa **Giancarlo Leone** snocciola invece dei numeri: sarebbe di 1 miliardo di euro (*fonte ignota*) il totale della *spesa per la produzione di audiovisivo in Italia*, al netto dell'“entertainment” che apporterebbe altri 500 milioni di euro: speriamo che la presentazione del “*Rapporto Apa*” annunciato per domani mattina faccia chiarezza su queste simpatiche numerologie.



Interessante (se la stima è affidabile) il dato secondo il quale l'investimento attuale dei broadcaster italiani sarebbe nell'ordine di 250 milioni di euro, ovvero "dato medio degli ultimi anni" (tra Rai e Mediaset e Sky), ai quali si sommano 120 milioni di euro degli "streamers" (così li ha definiti Leone), destinati a raddoppiare – raggiungendo quota 250 milioni – tra due anni.

Va dato atto al Presidente Giancarlo Leone di un onesto ringraziamento al Ministro **Dario Franceschini**, che ha consentito la crescita impetuosa del settore (la crisi sarebbe stata profonda, "senza questo booster" pubblico, ha detto): un sano riconoscimento al ruolo (centrale e maggioritario) della mano pubblica. Ha concluso sostenendo che "questo è uno dei rari casi in cui l'Italia ha fatto sistema tra lo Stato e il privato, e il Mia sicuramente è una delle massime espressioni".

In verità, sarebbe interessante scoprire **quanto viene investito dagli imprenditori privati** (i produttori) sul totale delle risorse complessive che vengono destinate alla produzione audiovisiva in Italia: non ce lo rivela l'**Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni** (Agcom), ma forse lo capiremo dal "Rapporto" Apa di domani.

In effetti, c'è chi teme che tutto il sistema sia veramente "drogato" dall'intervento della mano pubblica...

### **Franceschini (Mic): il "fondo cinema" è passato da 450 a 640 milioni di euro**

Il Ministro **Dario Franceschini** ha ricordato come il sostegno al cinema ed all'audiovisivo (il "fondo cinema") sia passato "da 450 milioni a 640 milioni di euro", ed ha ribadito la sua tesi sulla fondamentale importanza dell'immaginario audiovisivo come "fattore trainante dell'economia nazionale". Più esattamente: "Le misure sul tax credit, le nuove risorse e il grande investimento su Cinecittà hanno moltiplicato l'attrattività italiana. Il Fondo Cinema è stato potenziato molto negli ultimi anni e stiamo lavorando affinché cresca ancora. Nel Recovery, abbiamo previsto 300 milioni di euro da investire nel Centro Sperimentale di Cinematografia e su Cinecittà sia per l'adeguamento tecnologico degli studi, sia sull'ampliamento molto consistente degli spazi in un'area di Cassa Depositi e Prestiti. Investire sul cinema e sull'interno comparto dell'audiovisivo non è più soltanto un fattore culturale ma è soprattutto importante dal punto di vista economico". Ha anche auspicato sinergia tra le sale cinematografiche e le piattaforme web ed ha evocato il caso dell'industria libraria italiana, che registra un notevole trend di crescita.

### **Ascani (Mise): 6,7 miliardi di euro per la "infrastrutturazione del Paese"**

La Sottosegretaria al Ministero dello Sviluppo Economico **Anna Ascani** ha sostenuto che sono previsti investimenti per 6,7 miliardi

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

di euro per la “*infrastrutturazione del Paese*”, ed ha enfatizzato “*quante cose*” si potranno fare – nel settore culturale – grazie “*alla alta velocità ed alla bassa latenza*” della **tecnologia 5G**. Ascani ha sostenuto che “*l’85 % degli utenti utilizza internet per fruire di offerta culturale*” (dato che ci risulta inedito, ma – anche in questo caso – la *fonte* non è stata citata).

Il Presidente della Regione Lazio **Nicola Zingaretti** ha rivendicato il primato della regione in materia di sostegno all’audiovisivo, ha definito il Mia “*evento di caratura mondiale*”, ha sostenuto che l’industria delle immagini è “*il pilastro della rinascita italiana*”. Ha anche annunciato il raddoppio, nella “finestra” di luglio, a 10 milioni di euro, della tranche del fondo *Lazio Cinema International*.

Il Presidente dell’Ice **Carlo Ferro** ha parlato di 600 operatori internazionali accreditati al Mia in presenza cui si aggiungono 60 a distanza: ne deriva che gli altri 1.200 sono italiani?! Il comunicato stampa diramato dall’Ufficio Stampa del Mia, affidato a **Davide Mignardi**, recita queste cifre: “*l’edizione di quest’anno conta 1.700 partecipanti da oltre 50 paesi. Di questi oltre il 90 %, tra operatori internazionali e nazionali, parteciperà fisicamente all’evento*”.

Ferro ha anche annunciato che domani mattina (alle 10:30) verrà presentato lo “*Study on The Audiovisual Industry Results in The International Markets*”, uno studio commissionato da Ice e realizzato dal Centro Ricerche Economiche e Sociali “Manlio Rossi-Doria” dell’**Università Roma Tre** (centro che non ci risulta possa vantare un curriculum specialistico su queste tematiche, ma forse si tratterà di una apprezzabile prima esplorazione). Siamo veramente curiosi di leggerlo e certamente ne riferiremo su queste colonne. Interventi istituzionali di livello anche in questa occasione, a partire dalla Sottosegretaria **Lucia Borgonzoni** del Mic e del Sottosegretario **Manlio Di Stefano** del Maeci.

Senza dubbio fitto il calendario di screening e proiezioni cinematografiche del Mia: più di 140, di cui 80 sono anteprime di mercato e anteprime mondiali, registrando un aumento del + 30% nel numero di proiezioni cinematografiche rispetto alla precedente edizione.

L’elenco dei sostenitori della kermesse diretta da **Lucia Milazzotto** è lungo: il mia è nato e continua a crescere grazie alla consolidata “joint venture” tra l’**Anica** (Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Digital) e l’**Apa** (Associazione Produttori Audiovisivi), ed il rinnovato supporto di Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (**Maeci**), l’**Ice** (Agenzia per la promozione all’estero e l’internazionalizzazione delle imprese italiane), con il contributo di **Mic** (Ministero della Cultura), **Mise** (Ministero dello Sviluppo Economico), **Regione Lazio** e Programma Media dell’**Unione Europea**. Rinnovate anche per quest’anno le principali partnership: **UniCredit** (in chiusura della conferenza stampa di questa mattina, è intervenuto **Roberto Fiorini**, Regional Manager UniCredit Centro) **Apulia Film**

**Daniele Mignardi Promopressagency**

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: **Daniele Mignardi Promopressagency** - Twitter: **@DanieleMignardi**

Partita IVA 12450721001

*Commission e Fondazione Cinema per Roma*, a cui si aggiungono nuovi sostenitori commerciali per il 2021, come *Fastweb* (era previsto l'intervento di *Lisa Di Feliciantonio*, External Relations & Sustainability Officer, ma non è apparsa).

**Quanto costa il Mia, e come viene sovvenzionato?! Solito deficit di trasparenza nella utilizzazione delle risorse pubbliche**

Quanto *costa* la kermesse?

Quali i principali *centri di spesa*?

Quale il *dettaglio dei sovvenzionatori* e sostenitori?

Nessuna traccia di ciò sul sito web della kermesse.

L'abbiamo chiesto all'Ufficio Stampa: restiamo in fiduciosa attesa delle risposte.

In effetti, trattandosi in gran prevalenza di *risorse pubbliche*, riteniamo che sia doveroso rendere di pubblico dominio questi dati. E peraltro esistono precisi obblighi di legge, in materia di trasparenza sull'utilizzo dei danari dello Stato.

E sarebbe doveroso produrre anche, per iniziative così ambiziose (e generosamente sostenute), se non anche un "*bilancio sociale*" (forse chiediamo troppo, per come è fatta l'Italia...) delle analisi di valutazione di impatto di queste kermesse, con un approccio quali-quantitativo.

Altrimenti, il rischio sempre latente è quello di una *deriva autoreferenziale* (e finanche narcisistica) da parte degli ideatori, promotori, organizzatori di queste grandiose kermesse. Si domanda troppo, se si chiede una qualche valutazione di efficienza ed efficacia, rispetto ai bisogni (reali) dei settori di riferimento?!

Per esempio, approfittando di questo congresso internazionale, viene forse somministrato ai partecipanti un *questionario strutturato*, che potrebbe essere prezioso non soltanto per valutare la qualità e l'efficacia dell'iniziativa, ma anche come occasione di sondaggio internazionale sulle complesse dinamiche del sistema audiovisivo planetario?! Non ci risulta, ed è un vero peccato.

Come abbiamo già segnalato, tra le iniziative di analisi più attese, sicuramente la presentazione del 3° "*Rapporto Apa sulla produzione audiovisiva nazionale*" (domani alle 12) ed il convegno promosso dalla Direzione Cinema e Audiovisivo del Mic (retta da **Nicola Borrelli**) "*Spazio Festival: quali nuovi territori*" (domani alle ore 17): e nuovamente ci si augura che da entrambi gli incontri emerga finalmente un qualche dato realistico (e non drogato da tenace entusiasmo per l'overdose di sovvenzioni pubbliche) sulla ancora misteriosa economia dell'industria audiovisiva nazionale...

<http://www.key4biz.it/DA-FRANCESCHINI-ALLA-ASCANI-ENTUSIASMO-ALLINAUGURAZIONE-DEL-MERCATO-AUDIOVISIVO-MIA/377665/>

## Roma capitale di cinema e audiovisivo: al via il Mia e la Festa del Cinema



Da oggi e per i prossimi dieci giorni **Roma** sarà la **capitale del cinema e dell'audiovisivo**. Oggi parte il **Mia – Mercato internazionale audiovisivo** (13-17 ottobre 2021), mentre domani tornerà un altro importante evento: la **Festa del Cinema** (14-24 ottobre 2021).

**Mia al via** – Il primo appuntamento, il Mia, è alla sua settima edizione. Diretto da **Lucia Milazzotto**, la kermesse è ormai un evento di riferimento per l'industria audiovisiva, in cui le eccellenze del settore si incontrano per rafforzare il proprio network e accrescere il proprio potenziale. Dopo essere stato uno dei primi eventi a tornare in presenza, gli appuntamenti e le proiezioni del Mia si terranno negli spazi di **Palazzo Barberini**, del **cinema Moderno** e del **cinema Quattro Fontane**. Come nella precedente edizione, l'attività in presenza sarà potenziata e integrata da quella online, attraverso la **piattaforma Mia digital**.

La nuova edizione sarà caratterizzata dall'aumento del +30% nel numero di proiezioni cinematografiche, più di 140 proiezioni e 80 tra anteprime di mercato e anteprime mondiali, ad ulteriore riprova della voglia di tornare a vedere il cinema al cinema e di incontrarsi di nuovo dal vivo con distributori, registi e con tutta la comunità cinematografica internazionale. Appuntamenti che serviranno a favorire l'esportazione di prodotto, le co-produzioni e le relazioni di business a livello internazionale.

L'evento è stato presentato stamattina in una conferenza stampa in cui sono intervenuti il Ministro della Cultura, **Dario Franceschini**, **Anna Ascani**, sottosegretaria allo Sviluppo economico, **Francesco Rutelli**, presidente dell'Anica, **Giancarlo Leone**, presidente dell'Associazione produttori televisivi e **Nicola Zingaretti**, presidente della Regione Lazio.

"Il mercato è certamente sempre più fluido – ha dichiarato la direttrice Lucia Milazzotto – ma anche sempre più grande. Il Mia quest'anno vede una grandissima partecipazione straniera di importanti decision makers pronti a investire: dai commissioner della serialità fiction, documentaria e factual ai buyer cinematografici, ai potenziali coproduttori da 53 paesi. Un mercato che vale 60 miliardi di euro, di cui l'Italia è protagonista. Soprattutto un comparto che ha la capacità di essere volano per l'immagine del Paese, in questo momento molto forte in termini di fiducia e interesse, e di creare indotto su molte filiere diverse, industriali e artigianali, preservando e potenziando le nostre eccellenze".

Per il Ministro **Franceschini**, intervenuto alla presentazione della manifestazione, "il mercato audiovisivo sta crescendo e l'Italia avrà un ruolo di guida. Investire nel cinema non è solo un investimento culturale ma un'opportunità economica che trainerà l'economia italiana".

**Gli appuntamenti** – Tra gli appuntamenti principali del Mia ricordiamo, domani 14 ottobre, l'incontro Spazio Festival: Quali Nuovi Territori?, mentre tra gli ospiti internazionali segnaliamo la presenza del regista **Joe Russo** (tra le sue opere Captain America: The Winter Soldier; Captain America: Civil War; Avengers: Infinity War; Avengers: Endgame).

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

**La festa del Cinema** – Domani, poi, sarà la volta dell'inaugurazione della Festa dei Cinema di Roma, giunta alla sua 16esima edizione. Nella ormai classica cornice dell'**Auditorium Parco della Musica**, il cartellone prevede più di 30 prime mondiali con 22 registe donne tra le protagoniste.

**I film in concorso** – Tra i film presentati nella selezione ufficiale: **The Eyes of Tammy Faye**, **L'arminuta** di Giuseppe Bonito, **Promises** con Pierfrancesco Favino e Kelly Reilly, il musical **Cyrano** di Joe Wright, **Passing** di Rebecca Hall, **C'mon c'mon** di Mike Mills con Joaquin Phoenix, **I am Zlatan**, biopic su Zlatan Ibrahimovic, **Frank Miller: American Genius** e in collaborazione con Alice Nella Città vedremo **Belfast**, nuovo film di Kenneth Branagh vincitore del TIFF 2021, **Dear Evan Hansen** ed **Eternals**, attesissimo cinematico Marvel di Chloé Zhao e film di chiusura che porterà sul red carpet **Angelina Jolie**, fra i protagonisti del film.

**Gli ospiti** – Ospiti d'eccezione saranno **Quentin Tarantino** e **Tim Burton** che riceveranno il premio alla carriera e saranno protagonisti di due incontri ravvicinati già annunciati e che si preannunciano gremiti. Altro ospite attesissimo è **Jhonny Depp**, che sarà protagonista di una masterclass, già tutta esaurita, organizzata da Alice nella Città. L'attore americano sarà nella Capitale anche per presentare **Puffins**, la web-serie animata prodotta da Iervolino & Lady Bacardi Entertainment e spin-off del film d'animazione "Arctic - Un'avventura glaciale".

Tra gli altri incontri col pubblico annunciati segnaliamo quelli con Zadie Smith, i fratelli Manetti, Marco Bellocchio, Luca Guadagnino, Peter Dinklage (solo online), Zerocalcare, Joe Wright, Claudio Baglioni, Frank Miller, Alfonso Cuarón, Jessica Chastain, Carlo Verdone, Pierfrancesco Favino, Luciano Ligabue e Fabrizio Moro.

<https://www.adginforma.it/roma-capitale-di-cinema-e-audiovisivo-al-via-il-mia-e-la-festa-del-cinema/>



# Fincons Group e il MIA sconfiggono le incertezze con la piattaforma ibrida MIA DIGITAL



*Per il secondo anno consecutivo Fincons Group e il MIA – Mercato Internazionale Audiovisivo presentano l'annuale appuntamento a servizio dell'industria audiovisiva tramite un'innovativa piattaforma digitale che integra l'esperienza on-site dell'evento con la partecipazione online*

Fincons Group, società di IT business consulting e system integration internazionale con oltre 2000 dipendenti distribuiti su sedi in Italia, Svizzera, US, UK, Francia e Germania, ha sviluppato un'innovativa piattaforma per il palinsesto ibrido di eventi digitali e in presenza dell'annuale evento MIA (Mercato Internazionale Audiovisivo), previsto a Roma dal 13 al 17 Ottobre 2021.

L'evento MIA, nato dalla consolidata joint venture e dall'impegno congiunto tra ANICA e APA, ha l'obiettivo di favorire nuove opportunità di finanziamento e di circolazione del prodotto audiovisivo. A questo scopo l'evento propone screenings dei contenuti, conferenze e opportunità di networking.

La piattaforma, sviluppata ad hoc da Fincons Group su Amazon AWS, permette non solo di proteggere i contenuti originali degli screening, eliminando il rischio di condivisione illecita grazie alla soluzione di Digital Rights Management (DRM), ma garantisce anche l'integrazione con la regia locale per la trasmissione su canale live DRM protected degli eventi svolti in presenza nei consueti spazi di Palazzo Barberini a Roma.

Il sistema di calendarizzazione interattivo permette agli utenti di creare una propria agenda di eventi e videoconferenze d'interesse, consultando l'intero palinsesto, ed anche di organizzare incontri di networking visualizzando la disponibilità effettiva dei partecipanti e scegliendo se svolgere l'incontro in digitale, via chat, oppure in presenza. Il sistema webinar integrato supporta anche la gestione di tavole rotonde e talks. Infine, la piattaforma offre uno spazio virtuale nel quale allestire booth digitali, permettendo così agli exhibitor di pubblicizzare contenuti e iniziative.

"Siamo molto lieti di poter contare, per il secondo anno di fila, sulla collaborazione di un gruppo solido come Fincons, la cui competenza e professionalità ha consentito lo sviluppo e

**Daniele Mignardi Promopressagency**

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: **Daniele Mignardi Promopressagency** - Twitter: **@DanieleMignardi**

Partita IVA 12450721001

Evento: MIA MARKET

Testata: Data Manager

Data: 13/10/2021

implementazione della piattaforma MIA Digital, strumento importante per i nostri partecipanti per potenziare l'esperienza di mercato", dichiara **Lucia Milazzotto, Direttore di MIA Market.**

"La piattaforma MIA DIGITAL di fatto coniuga l'esperienza fisica svolta in sicurezza, con quella digitale, realizzando uno dei nostri obiettivi principali: agevolare il percorso dei nostri clienti verso la trasformazione digitale. Da sempre Fincons coniuga l'attenzione per il cliente e la condivisione degli obiettivi in spirito di vera partnership con una visione proiettata al futuro, fondata sull'investimento nell'integrazione di tecnologie emergenti e sull'innovazione", spiega **Michele Moretti, CEO di Fincons Group.**

"L'impegno di Fincons Group nel settore Media e Broadcast è ormai riconosciuto a livello internazionale, dove le nostre soluzioni e il nostro approccio fortemente basato sull'innovazione sono stati più volte premiati da questa industry. Siamo fieri di annoverare il MIA tra le tante prestigiose realtà che abbiamo potuto supportare in un settore per noi di riferimento e riteniamo che questa piattaforma risponda ad un'esigenza di questo mercato sentita a livello globale", conferma **Francesco Moretti, Group Deputy CEO e CEO International.**

<https://www.datamanager.it/2021/10/fincons-group-e-il-mia-sconfiggono-le-incertezze-con-la-piattaforma-ibrida-mia-digital/>

## **Linkem : con Arsenale 23 lancia VR BUS 5G**

MILANO (MF-DJ)--Un viaggio virtuale tra le antiche Domus, i fori imperiali, il Colosseo e il Circo Massimo. Un progetto diventato realtà grazie a VR BUS 5G la prima applicazione di Invisible Cities Srl, la start up costituita da Arsenale 23 e Linkem con l'obiettivo di progettare soluzioni di realtà aumentata, virtuale e immersiva basate su un'ibridazione unica di competenze digitali e innovazione tecnologica. Il primo progetto di questa Start Up porta i cittadini e i visitatori alla scoperta delle meraviglie nascoste della Roma Imperiale grazie a, ricostruzioni 3D, realtà aumentata e brevetti tecnologici proprietari.

Daniele Righi, Chief Innovation & Business Development Officer di Linkem, spiega una nota, ha annunciato il progetto durante "Sviluppo e integrazione dell'avanguardia 5G", il panel sulle potenzialità delle nuove tecnologie 5G tenutosi nell'ambito della 7ª edizione del Mia Market che si tiene in questi giorni a Roma.

"Con la creazione di Invisible Cities e del primo use case rivolto al mondo del turismo e dei beni culturali Linkem conferma la propria visione per lo sviluppo di servizi innovativi abilitati dalla tecnologia 5G. Il modello di open innovation che abbiamo creato dal 2019 ci ha consentito di partecipare con proposizioni di valore alle sperimentazioni del MISE sulle applicazioni del 5G e di andare molto oltre con la creazione di investimenti mirati in start up e PMI e innovative. L'obiettivo è quello di rendere disponibile un numero sempre maggiore di servizi sviluppati con competenze digitali e creatività di giovani talenti italiani anche a supporto della riqualificazione dei servizi pubblici in ottica Smart City. Il VR BUS 5G è un innovativo strumento di marketing turistico e culturale", ha dichiarato Righi. "Il VR BUS 5G è la prima applicazione di Invisible Cities messa a terra. Il nostro obiettivo è di rivoluzionare il modo di vivere e apprendere la storia delle nostre città: per la prima volta abitanti, turisti, scolaresche e visitatori avranno l'occasione di vivere "la storia in prima persona".

Si tratta di un nuovo strumento educativo, innovativo ed emozionante." ha spiegato Giorgio Capaci, CEO di Invisible Cities dopo la visione di un breve video, disponibile anche sul sito <https://www.invisiblecities.it/>. "Sono convinto che grazie alla nostra esperienza nella creazione di applicazioni di virtual reality e al nostro brevetto esclusivo siamo oggi in grado di offrire un'esperienza nuova e totalmente immersiva, permettendo a chiunque di viaggiare nel tempo. Invisible Cities ha l'ambizione di poter diventare il mediatore digitale capace di costruire un dialogo proficuo tra la Direzione Scientifica, il mondo tecnologico e divulgativo e dell'intrattenimento" ha dichiarato Capaci.

<https://it.marketscreener.com/notizie/ultimo/Linkem-con-Arsenale-23-lancia-VR-BUS-5G--36683480/>

## MIA Mercato Internazionale Audiovisivo l'edizione #7 del più importante evento di settore in Italia



Dal 13 al 17 ottobre 2021, torna l'appuntamento con il MIA - MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO, diretto da Lucia Milazzotto, meta privilegiata dei top players del settore ed evento che si è affermato nel corso degli anni come uno dei più importanti eventi di Mercato in Europa per numero di presenze e risultati delle attività, al fine di incrementare l'esportazione di prodotto, le co-produzioni e le relazioni di business a livello internazionale. Stefano Accorsi, Phaim Bhuiyan, Marco Bellocchio, Fabrizio Bentivoglio, Alessandro Borghi, Alessandro Gassmann, Luigi Lo Cascio, Neri Marcorè,

Valerio Mastandrea, Ferzan Ozpetek, Alessandro Rak, Giorgio Tirabassi, Zerocalcare: sono solo alcuni dei protagonisti dell'edizione 2021, una "cinque giorni" ricca di appuntamenti in cui il MIA presenterà oltre 350 nuovi contenuti (in sviluppo e in produzione). L'edizione di quest'anno conta 1.700 partecipanti da oltre 50 paesi. Di questi oltre il 90%, tra operatori internazionali e nazionali, parteciperà fisicamente all'evento, a riprova non solo della volontà da parte della comunità audiovisiva internazionale di tornare nuovamente a incontrarsi dal vivo, ma anche e soprattutto, del rinnovato interesse e fiducia verso la capacità produttiva italiana e il Sistema Paese.

A questi dati si aggiunge un fitto calendario di screening e proiezioni cinematografiche: più di 140, di cui 80 sono anteprime di mercato e anteprime mondiali, registrando un aumento del +30% nel numero di proiezioni cinematografiche.

Con l'obiettivo di continuare ad anticipare le tendenze e i modelli di business del settore e sostenere l'ecosistema in modo efficiente nella prospettiva internazionale, il MIA ha rinnovato l'offerta di contenuti, strumenti di networking e di mercato, attraverso il potenziamento di tre divisioni: Scripted, curata da Gaia Tridente e nella quale convergono le sezioni Film e Drama; Unscripted, curata da Marco Spagnoli, che comprende Doc e Factual e Strategic Development - cui fanno capo anche i market screenings, i content showcase del film e le attività legate alla compravendita del prodotto completo - affidata a Francesca Palleschi.

Il MIA è nato e continua a crescere grazie alla consolidata joint venture tra ANICA - l'Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Digitali presieduta da Francesco Rutelli e APA - l'Associazione Produttori Audiovisivi di Giancarlo Leone, e il rinnovato supporto di Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, ICE (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane), con il contributo di MIC (Ministero della Cultura), Ministero dello Sviluppo Economico, Regione Lazio e programma MEDIA dell'Unione Europea. Rinnovate anche per quest'anno le principali partnership del MIA, quali UniCredit, Apulia Film Commission e Fondazione Cinema per Roma, a cui si aggiungono nuovi sostenitori commerciali per il 2021, come Fastweb.

Il posizionamento e la credibilità del MIA e della sua squadra si dimostra anche nelle numerose partnership illustri, nazionali e internazionali, tra cui ACE Producers, Alice nella Città, Doc Barcelona, Europa Distribution, European Producers Club, GZ Doc di Guangzhou, Video Game Lab, Visionarie.

La settima edizione del MIA si terrà dal 13 al 17 ottobre 2021, nella scenografia unica dei palazzi storici del centro di Roma, distribuita tra Palazzo Barberini, Cinema Moderno e Cinema Quattro Fontane, per accogliere in totale sicurezza, in ambienti protetti e Covid proof, l'industria nazionale e internazionale dell'audiovisivo, all'insegna della sostenibilità ambientale. MIA, infatti, è uno dei pochissimi eventi audiovisivi in Europa che, già dalle precedenti due edizioni, può fregiarsi della Certificazione ISO 20121. L'attività on-site risulterà nuovamente potenziata dal MIA DIGITAL, piattaforma online di chiara e facile navigazione, che consentirà a tutti gli operatori la fruizione digitale di tutte le attività e di tutti i servizi del Mercato anche dopo la fine dell'evento e offrirà la possibilità di accedere ad un vasto catalogo di contenuti multimediali inediti.

<https://www.mediakey.tv/leggi-news/mia-mercato-internazionale-audiovisivo-ledizione-7-del-piu-importante-evento-di-settore-in-italia>

Evento: MIA MARKET

Testata: Company Radio

Data: 13/10/2021



## ***Al via 7/a edizione del Mia***

Oltre 350 nuovi contenuti, dai nuovi progetti di Marco Bellocchio e Stefano Accorsi o Zerocalcare alle serie che Ferzan Ozpetek sta realizzando dalle sue Fate ignoranti. Più di 1.700 partecipanti da oltre 50 paesi, con due nuove vetrine dedicate ai contenuti factual e d'animazione. E ancora, 140 proiezioni, di cui 80 sono anteprime di mercato e anteprime mondiali, e un 30% di proiezioni in più. Sono alcuni dei numeri con cui si apre la 7/a edizione del Mia – Mercato Internazionale dell'audiovisivo, appuntamento fondamentale del settore ed evento di mercato in Europa tra i più importanti per numero di presenze e risultati, che torna a Roma da oggi al 17 ottobre. (foto ANSA)

<https://www.radiocompany.com/redazione-company/al-via-7-a-edizione-del-mia/>



# Cultura: a Roma torna il Mia. Franceschini: "Cinema trainerà l'economia"

*Oltre 1700 partecipanti da 50 Paesi, di questi 90% in presenza. Dal 13 al 17 ottobre torna a Roma il Mia - Mercato internazionale audiovisivo - il più importante evento del settore in Italia e uno fra i più importanti in Europa.*



**ROMA** – Oltre 1700 partecipanti da 50 Paesi, di questi 90% in presenza. Dal 13 al 17 ottobre torna a Roma il Mia – Mercato internazionale audiovisivo – il più importante evento del settore in Italia e uno fra i più importanti in Europa. Stefano Accorsi, Phaim Bhuiyan, Marco Bellocchio, Fabrizio Bentivoglio, Alessandro Borghi, Alessandro Gassmann, Luigi Lo Cascio, Neri Marcorè, Valerio Mastrandrea, Ferzan Ozpetek, Alessandro Rak, Giorgio Tirabassi, Zerocalcare: sono solo alcuni dei protagonisti dell'edizione 2021 una cinque giorni ricca di appuntamenti in cui il Mia presenterà oltre 350 nuovi contenuti in sviluppo e in produzione. A questi dati si aggiunge un fitto calendario di screening e proiezioni cinematografiche: più di 140, di cui 80 sono anteprime di mercato e anteprime mondiali, registrando un aumento del +30% nel numero di proiezioni cinematografiche. L'evento si svolge nella scenografia unica dei palazzi storici del centro di Roma tra Palazzo Barberini, Cinema Moderno, e Cinema Quattro Fontane.

"Per il Mia è un anno eccezionale perché da una parte c'è il buio della pandemia dall'altra la luce dei set. Il buio nelle sale è stato troppo a lungo, ora si ritorna al 100%. Un messaggio di speranza interamente positivo per il cinema e tutta l'industria audiovisiva", le parole di Francesco Rutelli, presidente di Anica con cui continua a crescere una consolidata joint venture. "Il Lazio è leader nel mercato audiovisivo. Un rapporto con questo pezzo della cultura italiana vitale per poter riprendere questo appuntamento. Il Mia è un altro segnale che stiamo vincendo la battaglia contro il covid grazie ai vaccini", gli fa eco il presidente della Regione Lazio, Nicola Zingaretti. E che sul cinema sia stato fatto un investimento "importante" lo mette nero su bianco il ministro della Cultura, Dario Franceschini. "Il mercato audiovisivo sta crescendo e l'Italia avrà un ruolo di guida. Investire nel cinema non è solo un investimento culturale ma un'opportunità economica che trainerà l'economia italiana", la convinzione di Franceschini.

<https://cronachedi.it/cultura-a-roma-torna-il-mia-franceschini-cinema-trainera-leconomia/>

## Anche due aziende cinematografiche pescaresi al "Mia Market" di Roma per incontrare produttori da tutto il mondo

Sei aziende dell'industria cinematografica abruzzese parteciperanno al Mia Market, mercato internazionale dell'audiovisivo, che si svolgerà a Roma dal 13 al 17 ottobre 2021



Ci sono anche due **aziende pescaresi** fra le sei abruzzesi che dal 13 al 17 ottobre prossimo parteciperanno al **Mia Market**, mercato internazionale dell'audiovisivo, che si svolgerà a Roma dal 13 al 17 ottobre dove arriveranno operatori e produttori da Francia, Regno Unito, Svezia, Danimarca, Norvegia, Finlandia e Canada. Un'occasione importante che rientra nell'ambito delle iniziative previste dal Piano Export Sud II di Ice – Istituto Commercio Estero coordinato dall'agenzia di sviluppo della camera di commercio Chieti - Pescara.

L'obiettivo è quello di sostenere l'industria cinematografica e di promuovere l'Abruzzo anche attraverso canali non convenzionali. Il presidente della camera di commercio Gennaro Strever ha evidenziato come l'arte cinematografica dia forza agli aspetti culturali e turistici del territorio, valorizzando l'economia regionale. Letizia Scastiglia, presidente agenzia di sviluppo: "Abbiamo seguito e coordinato questa sei aziende abruzzesi per più di un anno grazie alle risorse provenienti da Export Sud e mi auguro che le collaborazioni nel settore del cinema e dell'audiovisivo proseguano anche nel futuro".

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

Evento: MIA MARKET

Testata: Il Pescara

Data: 12/10/2021

In scena anche un documentario girato in Abruzzo sulla disabilità, completamente autoprodotta dall'associazione Orizzonti dal titolo "La vita ti toglie, la vita ti dà": uno spaccato non pietistico sulla vita dei disabili. Le aziende che parteciperanno sono: Tailor Studio (Francesco Colantoni) - L'Aquila, Evoque Art House (Mauro John Capece) - Alba Adriatica, Peperonitto (Anna Paolini) - Avezzano, Piroetta (Berardo Carboni) - Pescara, Visioni Future (Luca Cococchetta) - L'Aquila, Il Varco (Marco Crispano) - Pescara, Associazione Orizzonte (Giulia Di Sipio) - Francavilla al Mare.

<https://www.ilpescara.it/cultura/aziende-cinematografiche-pescaresi-mia-market.html>

## **Mercato pubblicità Italia recupera in agosto livelli pre-Covid - Nielsen**



MILANO (Reuters) - Il mercato degli investimenti pubblicitari in Italia chiude il mese di agosto stabile rispetto allo stesso periodo del 2020, portando la raccolta dei primi otto mesi a +21,3%.

E' quanto emerge dai dati mensili di Nielsen. Se si esclude dalla raccolta web la stima Nielsen sul search, social, classified (annunci sponsorizzati) e dei cosiddetti 'Over The Top' (Ott), l'andamento nel periodo gennaio-agosto si attesta a +21,9%.

"Con il mese di agosto il mercato pubblicitario torna agli stessi valori del 2019, +0,1% sul periodo gennaio-agosto 2019", spiega nella nota Alberto Dal Sasso, Ais Managing Director di Nielsen.

Relativamente ai singoli mezzi, la tv è in calo del 9,4% ad agosto e chiude i primi otto mesi a +28,1%.

Per quanto riguarda i singoli operatori TV, lo spaccato delle stime Nielsen, visto da Reuters, indica per Mediaset una contrazione del 16,8% della raccolta ad agosto rispetto allo stesso mese del 2020, mentre il saldo cumulato per i primi otto mesi segna +26,7% rispetto al periodo gennaio-agosto 2020.

Nielsen ricorda però che il confronto con il 2020 è falsato dal fatto che l'anno scorso la finale e le semifinali di Champions League, trasmesse da Sky e Mediaset, si sono tenute eccezionalmente ad agosto per la sospensione della competizione in primavera a causa della pandemia da coronavirus.

D'altra parte, Rai e Discovery, che ad agosto di quest'anno hanno potuto trasmettere i Giochi Olimpici, hanno segnato un incremento mensile della raccolta rispettivamente del 40% e dello 0,1% su base annua.

In crescita i quotidiani che ad agosto segnano un aumento del 3,1% (+6,3% nei primi otto mesi), mentre i periodici calano dell'11,8% (+1,7% nei primi otto mesi).

Sulla base delle stime realizzate da Nielsen, la raccolta dell'intero universo del web advertising nei primi otto mesi dell'anno chiude con un +20,8% (+24,3% se si considera il solo perimetro Fcp AssolInternet).

<https://it.notizie.yahoo.com/mercato-pubblicità-italia-recupera-agosto-162706438.html>



## True Colors lancia le vendite dei "Profeti" Alessio Cremonini al Museo d'Arte Islamica

Italia True Colors ha realizzato le vendite di due nuovi titoli che offrirà ai buyer internazionali al MIA Market di Roma: "Prophets", dramma a tema ISIS di Alessio Cremonini ("Sulla mia pelle") e "A Breath of Life", un documento su Lucy, una donna italiana transgender di 97 anni, è tra i pochi sopravvissuti al campo di concentramento di Dachau.

Entrambi i film sono in post e verranno presentati come work in progress al Museo d'Arte Islamica, il primo nella sezione "What's Next Italy", e l'ultimo durante la sessione "Italian Doc it Better" del MIA.

"The Prophets" dipinge l'a-lister italiana Yasmine Trinca ("Fortunata") come Sarah, la giornalista italiana rapita dall'ISIS in Siria mentre lavorava a un servizio di notizie di guerra nel 2015. È detenuta nel mezzo di un campo di addestramento da Nour, giovane combattente, moglie di un soldato del califfato. La forte volontà di proselitismo di Nur insieme ai severi ordini del capo del campo lo ha spinto a cercare di convertire Sarah e farla aderire all'estremismo islamico.

Il brutale dramma poliziesco di Cremonini "Sulla mia pelle" si è trasferito a Venezia nel 2018 ed è stato successivamente distribuito nei cinema italiani e su Netflix, che ha fatto cadere il film a livello globale. Il dramma politico ha vinto numerosi premi, tra cui Miglior Opera Prima e Miglior Produttore, ai David di Donatello in Italia. Il team di produzione dietro "Prophets" è lo stesso del team di produzione "Skin", che comprende Cinemaudici e Lucky Red, che si occuperà anche dell'uscita nazionale del film, questa volta in partnership con RAI Cinema.

"A Breath of Life" è il primo film documentario diretto da Matteo Botrugno e Daniele Coluccini dopo i lungometraggi drammatici "Et In Terra Pax" e "Tainted Souls" ("Il Contagio"), presentati in anteprima nella sezione Venice Days. Sul lido e percorse il circuito dei festival.

**READ Data di uscita di My Next Life as a Villainess Stagione 2 Episodio 6, guarda il doppiaggio in inglese online, spoiler**

Il documento è un ritratto di Lucy, 97 anni, considerata la donna transgender più anziana d'Italia, testimone vivente del XX secolo e di tutte le sue ombre oscure. Nel suo appartamento, le fotografie sono diventate gialle nel tempo come prova di una ragazza adolescente che visse da ragazzo e poi di un giovane di nome Luciano che visse e sopravvisse nel campo di concentramento di Dachau.

Il materiale promozionale recita: "Gli eventi della sua vita turbolenta sono diventati una metafora di un'umanità impenitente, che valorizza il dono più importante della storia, la memoria, come punto di partenza unico e insostituibile".

"Breath of Life" è una coproduzione italo-tedesca tra la società di produzione di registi Blue Mirror, l'italiana Bielle Re, Kimera Film e la tedesca Tama Filmproduktion.

True Colors, lanciata dal mercato MIA di Roma nel 2015 dopo essere stata co-fondata da Lucky Red e Indigo Film, da allora è diventata una delle principali società di vendita italiana ora guidata dall'amministratore delegato Gaetano Maiorino, che lavora a stretto contatto con la responsabile della società di vendita Giulia Casavecchia.

<https://sansevero.tv/true-colors-lancia-le-vendite-dei-profeti-alessio-cremonini-al-museo-darte-islamica/>



DANIELE MIGNARDI  
PROMOPRESS AGENCY



**MIA | MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO**

**25 SETTEMBRE – 28 AGOSTO**

***Torna il Mia | Mercato Internazionale Audiovisivo. Dal 13 al 17 ottobre 2021 torna il Mia, diretto da Lucia Milazzotto, evento nato per favorire l'esportazione di prodotto, le co-produzioni e le relazioni di business a livello internazionale. La settima edizione si svolgerà come di consueto a Roma, negli spazi di Palazzo Barberini, del Cinema Moderno e del Cinema Quattro Fontane oltre che online sul Mia Digital. Il keynote d'apertura della divisione Mia Scripted sarà affidato al pluripremiato regista, autore e produttore Joe Russo.***

— © Riproduzione riservata — ■





# DOVE SI FANNO GLI AFFARI

UN VIAGGIO TRA I PRINCIPALI FILM MARKET, EVENTI INDUSTRY E FESTIVAL IN GIRO PER IL MONDO CHE OGNI ANNO RICHIAMANO (ORMAI ANCHE ONLINE) MIGLIAIA DI BUYERS, SALES AGENTS E PROFESSIONISTI DELL'AUDIOVISIVO. MANIFESTAZIONI CHE SONO IMPERDIBILI OCCASIONI DI INCONTRI, VISIONI E BUSINESS

di Valentina Torlaschi



48 BOX OFFICE  
31 agosto-15 settembre 2021



## MIA - MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO

Primo mercato italiano a focalizzarsi su tutti i segmenti dell'industria audiovisiva (cinema, serialità e documentari), il MIA - Mercato Internazionale Audiovisivo è nato nel 2015 e si svolge tradizionalmente durante la Festa del Cinema di Roma. Dalla prima edizione il MIA è cresciuto di quasi il doppio in termini di presenze e numero di contenuti presentati (+ 84% dal 2015), mentre dal 2017 gli operatori registrati sono aumentati del 35%, e dal 2018 del 20%. Nell'edizione 2019 sono state 2.600 le presenze a Palazzo Barberini in 4 giorni di mercato, tra panel, screenings, pitching forums e content showcase, di cui il 44% internazionali. Progetto ideato e realizzato da Anica e Apa, con oltre 1.500 professionisti provenienti da 58 Paesi, sta diventando sempre più un punto di riferimento per i top players dell'industria audiovisiva nazionale e internazionale, con una stima di 700 milioni di euro quale valore complessivo dei contenuti presentati. L'anno scorso, l'emergenza sanitaria aveva reso necessario lo sviluppo dell'attività online da affiancare a quella onsite attraverso la piattaforma MIA DIGITAL: uno strumento di grande efficacia che verrà riproposto anche per il 2021.

Roma, Italia  
Prossima edizione: 13-17 ottobre 2021  
[www.miamarket.it](http://www.miamarket.it)





## FESTA DEL CINEMA DI ROMA

# MIA, (RI)PENSARE IN GRANDE

DOPO AVER CHIUSO CON SUCCESSO LA DIFFICILE EDIZIONE 2020, ARCHIVIATA CON SODDISFAZIONE NONOSTANTE LA FORMA IBRIDA TRA LIVE E REMOTO, IL MIA TORNA NEL 2021 COL DOPPIO DEGLI ESPOSITORI, UNA FORTE PRESENZA DI CINEMA EUROPEO E STATUNITENSE, SPAZI RINNOVATI E UN OBIETTIVO: RIPORTARE L'ITALIA AL CENTRO DEGLI INTERESSI DELL'INDUSTRIA INTERNAZIONALE. NE PARLA LA DIRETTRICE LUCIA MILAZZOTTO

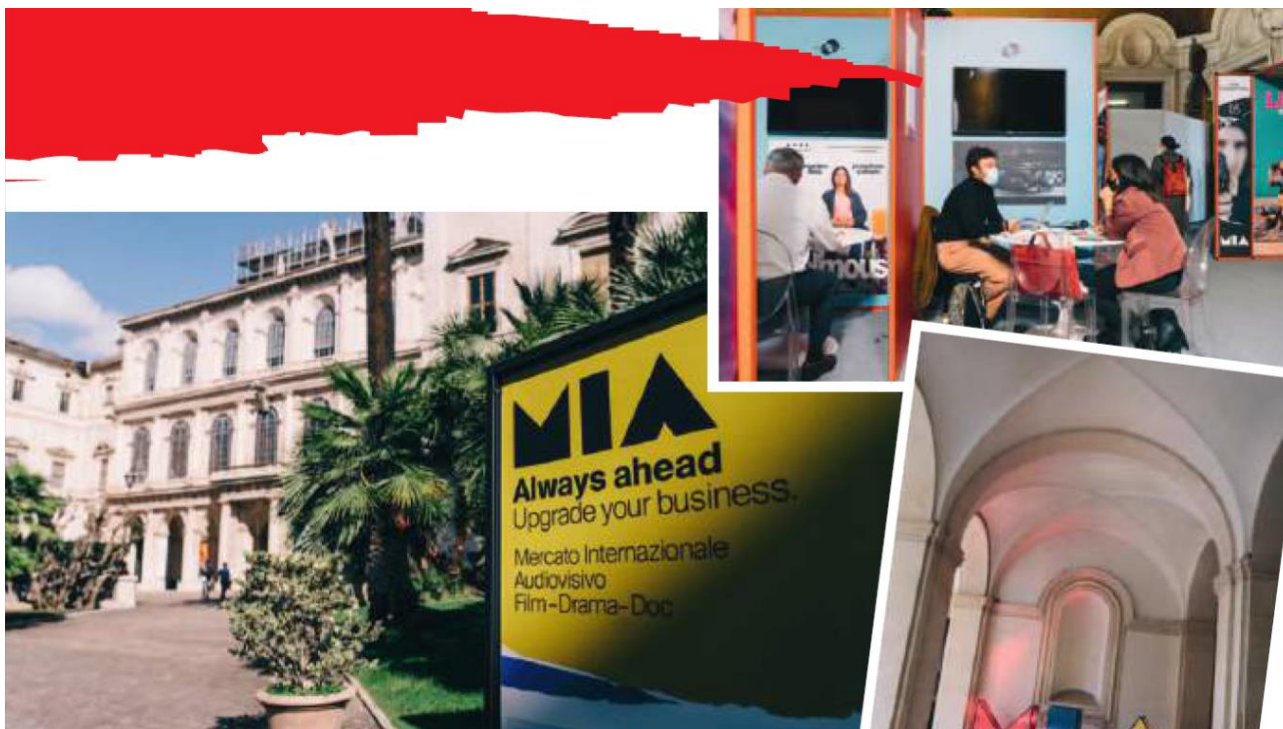
di Ilaria Ravarino

**I**n programma dal 13 al 17 ottobre a Roma, il MIA - Mercato Internazionale Audiovisivo diretto da Lucia Milazzotto si conferma, nonostante la pandemia, un appuntamento estremamente apprezzato dall'industria anche a livello internazionale. Dal 2015 - anno di fondazione - a oggi il MIA ha registrato una crescita dell'84% in termini di presenze (8.000 l'anno scorso, tra live e online) e di contenuti, con un sensibile aumento dei Paesi rappresentati (+20% tra 2019 e 2020). Per quest'anno l'obiettivo è ancora più ambizioso: fare tesoro dei mutamenti strutturali che hanno travolto il mercato per trasformarli in nuove opportunità, soprattutto per l'Italia.

### Quali saranno le novità del MIA 2021?

Quest'anno ci concentreremo ulteriormente sull'innovazione e sui contenuti, proponendo l'Italia come best case nella gestione della pandemia: ci siamo dimostrati uno dei Paesi più sicuri in cui girare, molto efficienti a livello di protocolli e reattivi in emergenza. In-





vestiremo le nostre energie per riportare gli stranieri sul territorio, dedicando al work in progress italiano tre sezioni, con numerosi screening dei nostri film. Abbiamo aggiunto un intero programma legato all'innovazione, alle imprese creative, alla tecnologia VR e alla realtà aumentata. Sono asset fondamentali su cui lavoriamo in collaborazione con il Ministero dello Sviluppo Economico e la Regione Lazio. In generale restiamo un hub informale, senza forti barriere, rigidi in termini di sicurezza e assistenziali rispetto agli operatori esteri.

#### Quali saranno i focus principali?

Avremo un focus sull'animazione con molto contenuto italiano e un focus sul factual, con prodotti che spaziano dal cooking show a *Il boss delle cerimonie*, che abbiamo voluto in funzione dell'incremento dei nostri format originali.

#### Quali Paesi parteciperanno?

C'è un'ottima partecipazione dall'Europa e dagli Stati Uniti: a oggi contiamo su una presenza notevole, almeno il doppio dell'anno scorso. Dall'Asia la presenza è mista, tra live e online. Dal Sudamerica soltanto online.

#### Quali saranno gli ospiti?

Tra Drama Board e Film Board avremo, tra gli altri, Jennifer Kim di HBO

Max, Edoardo Bussi di MGM Entertainment, Steve Macy per Shoreline Entertainment, Francoise Guyonnet di Studio-canal TV e Laura Abril per Viacom CBS. Nel Board Unscripted avremo, tra i molti nomi, Marco Berardi di WarnerMedia, Laura Carafoli per Discovery, Roberto Pisoni per Sky Italia, Dante Sollazzo per Amazon Studios e naturalmente Istituto Luce - Cinecittà e Rai.

#### Come si relaziona il MIA con le piattaforme OTT?

Li abbiamo nei nostri board perché riteniamo importante che siano rappresentati. Le piattaforme sono presenti sia nei momenti di ragionamento e discussione sia in quelli di presentazione del prodotto. È una nostra caratteristica: li abbiamo sempre inclusi nel MIA, anche quando erano fantasmi che nessuno riusciva a incontrare. Oggi il rapporto è più strutturato, sia con le case madri che con le realtà italiane.

#### Cosa resta dell'esperienza ibrida del MIA 2020?

Resta l'approccio mentale, la volontà di prendere quel che è successo come un'opportunità per ripensare il format del mercato, per capire dove vanno i modelli di business, quale sia il comportamento degli operatori e le abitudini della gente. Rispetto all'edizione 2020 - in cui

non abbiamo registrato nessun contagio - siamo più abili nei protocolli, sappiamo gestire meglio i flussi delle persone.

#### Continuerete a servirvi anche degli strumenti digitali?

Sì, l'anno scorso la nostra piattaforma digitale ha funzionato e ci ha permesso di integrare fluidamente le presenze in remoto. Dopo il lancio nel 2020, la piattaforma tornerà anche nel 2021, rinnovata e limata.

#### Quale sarà il budget?

Sarà in linea con l'anno scorso.

#### E le location?

Palazzo Barberini si conferma il nostro quartier generale, con gli stand e gli spazi per gli incontri. Avendo il doppio delle richieste di stand dai venditori, abbiamo immaginato un villaggio esterno più strutturato. Abbiamo i due giardini del palazzo, le quattro sale del Cinema Moderno - tre delle quali destinate ai panel - e il Cinema Quattro Fontane per gli screening. Quest'anno, insomma, torniamo a pensare in grande. **BO**

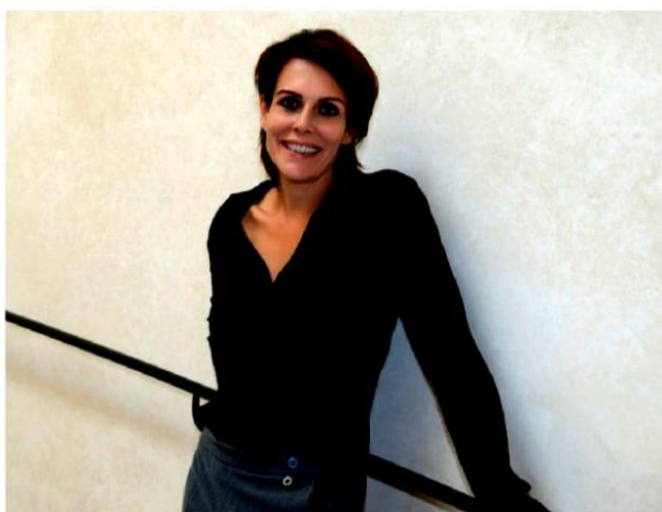
© Courtesy of MIA (c)

## BACKSTAGE

La fiction, il cinema, i video su televisione, web e social network  
di Anna Rotili

# Mia, da Roma nel mondo

Arrivato all'ottava edizione, il Mercato internazionale audiovisivo è diventato un appuntamento fondamentale per il mondo dell'intrattenimento



Palazzo Barberini, prestigiosa sede del Mia Market, a cui quest'anno si aggiungono le sale dei cinema Moderno e Quattro Fontane, per far fronte alla maggiore affluenza e garantire i distanziamenti. Lucia Milazzotto, direttrice del Mercato internazionale audiovisivo, spiega: "Quest'anno ci siamo concentrati sulle due macro aree del prodotto scripted, con cinema e serialità, e dell'unscripted, che dal documentario si allarga al factual". Il Mia si terrà a Roma dal 13 al 17 ottobre.

L'anno scorso aveva stupito con l'effetto speciale della formula ibrida, unico market al mondo a sperimentare la doppia modalità onsite e online, messa in piedi in piena pandemia senza incidenti. Quest'anno si replica lo stesso modello, che si è rivelato vincente perché preserva il mercato in presenza in nessun modo sostituibile con il mercato virtuale. La piattaforma digitale ha d'altra parte il vantaggio di espandere la partecipazione e consente agli operatori di completare le attività rimaste in sospeso a evento finito.

La nuova edizione del Mia (Mercato internazionale audiovisivo), che si terrà dal 13 al 17 ottobre a Roma durante la Festa del cinema, presenta novità di tipo strategico editoriale. Nato come mercato di nicchia, il Mia si è conquistato una crescente attenzione da parte degli operatori internazionali, per i quali sta diventando un appuntamento da non mancare per scambiare idee e costruire pro-

getti di serie e film con professionisti di tutto il mondo.

La crescita dell'ancora giovane mercato romano approfitta anche del fatto che le grandi fiere internazionali molto costose cominciano ad avere problemi nel rapporto costi-benefici. Se il Mipcom di Cannes di ottobre continua a tenere, è invece in forte crisi il Mip di primavera che anche quest'anno è stato solo virtuale. Nell'anomala data di luglio ha debuttato nel 2021 il Marché du film di Cannes, legato al Festival, ma è stata una prova test. Mentre il grande mercato californiano, American Film Market, si terrà anche questa volta solo in forma digitale.

Così è naturale che, giunto all'ottavo anno di vita, per servire meglio il mercato e i suoi interlocutori il Mia abbia voluto fare un 'tagliando'. Ne spiega le ragioni la direttrice Lucia Milazzotto: "Se l'anno scorso abbiamo fatto un ragionamento di tipo organizzativo, adesso ci siamo concentrati sull'aspetto strate-

gico editoriale e abbiamo fatto una ristrutturazione ragionando sulle due macro aree del prodotto scripted, con cinema e serialità, e dell'unscripted, che dal documentario si allarga al factual". Una razionalizzazione che con un mercato sempre più ibridato e interconnesso "ci consente di creare connessioni virtuose maggiori tra gli operatori che si occupano in maniera complessiva di un tipo di prodotto e di dare maggiore coerenza al programma, soprattutto nell'approccio alle coproduzioni e alle produzioni globali che sono un po' il core del nostro mercato".

Mettere in un unico paniere film e serialità (dello scripted la curatrice è Gaia Tridente) ha cambiato l'approccio al cinema, spostando l'attenzione sulla produzione e sul progetto, quindi sulle modalità di finanziamento, i grandi fondi, le coproduzioni con operatori internazionali, invece che sul prodotto finito e sulla distribuzione, come è stato nelle precedenti edizioni.

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001



Quanto al drama – l'area finora trainante del market romano, anche per il sodalizio con importanti società americane – sono attesi ospiti internazionali di rilievo. Ci saranno per esempio Alon Aranya, il produttore creativo israeliano di 'Your Honor', remake americano dell'israeliana 'Kvodo', e della serie di Apple Tv 'Teheran'; Jennifer Kim, responsabile delle serie originals della pregiata ditta Hbo; David Levine, grande produttore di Anonymous Content.

Altro punto di forza del Mia è aver saputo valorizzare – grazie al curatore della sezione Marco Spagnoli – il documentario italiano e internazionale mettendo in scena la sua rinascita. La rinascita è stata trainata dalle ricche docuserie degli streamer internazionali. In testa quelle di Netflix che, impegnata anche nel doc italiano, ha fatto il botto con 'SanPa', la docuserie su Vincenzo Muccioli e San Patrignano. Diventata un caso mediatico, 'SanPa' verrà raccontata al Mia dalla regista Cosima Spender e dal montatore Valerio Bonelli. Coppia, anche nella vita, che beneficia della doppia identità italo-inglese.

Altro appuntamento di richiamo, il focus sui doc musicali con R.J. Cutler, l'autore di 'The World's a Little Blurry' di Apple Tv sulla cantante Billie Eilish. Anche se la grande scoperta del Mia 2021 sarà il factual, genere gettonatissimo e forse il più ibridato: si proporranno titoli inediti e panel con speaker importanti che cercheranno di sciogliere l'interrogativo su che cosa è oggi il factual.

Inevitabile un approfondimento sul destino dell'industria theatrical alla prova delle piattaforme streaming, e da non perdere quel che riguarda il futuro prossimo dell'industria sull'intelligenza artificiale e le sue applicazioni all'audiovisivo.

Facendo i debiti scongiuri per il Covid, è annunciata una forte partecipazione internazionale: americani ed europei in presenza, Asia e Sud America in collegamento online. Se negli ultimi due anni Palazzo Barberini è stata l'unica location del market, quest'anno si utilizzeranno anche le sale cinematografiche del Moderno e del Quattro Fontane (non è agibile il più vicino cinema Barberini, ancora impegnato in un grande restauro) per far fronte alla maggiore affluenza e alle più numerose attività, nonché per gestire al meglio i distanziamenti.

Entrando nella fase della maturi-

tà il Mia punta anche alla crescita stessa del market, tanto che è nata la divisione Strategic development, curata da Francesca Paleschi. Obiettivo? "Potenziare tutti gli spazi e gli strumenti di mercato", chiarisce Milazzotto, "per poter fornire maggiori e migliori servizi agli operatori accreditati (spazi per gli screening, tavole rotonde molto specialistiche e focus sui territori, eccetera) senza per questo conformarci a una fiera".

MIA MARKET DAL 13 AL 17 OTTOBRE

# ROMA, CAPITALE DELL'INDUSTRIA AUDIOVISIVA

di Orsola Severini Darot @Orsolasev

Diretto da Lucia Milazzotto e nato dalla consolidata collaborazione di ANICA e APA, il MIA – Mercato Internazionale dell'Audiovisivo è realizzato con il supporto di Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, ICE (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane), MiC (Ministero della Cultura), Ministero dello Sviluppo Economico, Regione Lazio, programma MEDIA dell'Unione Europea. Ed è così che dal 13 al 17 ottobre 2021, si svolgerà a Roma la settima edizione di questo evento fondamentale dell'intero sistema cine-audiovisivo italiano pensato per incrementare l'esportazione di prodotto, le produzioni e le relazioni di business a livello internazionale, con l'obiettivo di continuare ad anticipare le tendenze e i modelli di business del settore, il MIA ha rinnovato l'offerta di contenuti, strumenti di networking e di mercato, attraverso il potenziamento di tre divisioni: *Scripted*, curata da Gaia Tridente, *Unscripted*, curata da Marco Spagnoli e Strategic Development affidata a Francesca Palleschi.

La sezione MIA Unscripted, propone una serie di incontri internazionali di altissimo livello, che vedrà alternarsi alcune illustri personalità del settore. Tra queste l'acclamato produttore e regista RJ Cutler, in prima linea nella produzione di documentari americani negli ultimi trent'anni. Dal suo documentario candidato all'Oscar *The War Room* alla sua rivoluzionaria serie in prima serata vincitrice di un Emmy,

*American High*; dal suo vincitore del Sundance Award *The September Issue* al successo globale di quest'anno Billie Eilish: *The World's A Little Blurry*, il lavoro di Cutler ha dimostrato l'ampio fascino e la vitalità del mercato della saggistica da molto prima che qualcuno parlasse di età d'oro del documentario. Nel keynote R.J. Cutler: *Dispatches from The Golden Age*, il regista approfondirà lo stato dell'arte, analizzando l'attuale panorama dei documentari, in un momento storico in cui film e serie di saggistica dominano di fatto la conversazione culturale.

Tra i protagonisti della settima edizione anche Cosima Spender e Valerio Bonelli, rispettivamente regista e team editoriale di *Palio* e *SANPA - Peccati del Salvatore*, al centro del keynote Documentary Storytelling. In questo appuntamento i due, attingendo dalla propria esperienza che li ha visti collaborare per oltre vent'anni, esploreranno le diverse modalità con cui sviluppare i personaggi e costruire una narrazione in un documentario, che si tratti di un lungometraggio o di una serie, dall'inizio alla consegna, passando per la delicata fase del montaggio, dove più emerge la visione del regista. Con 13 progetti che spaziano dallo sport alla musica, dall'ambiente alla politica, il Doc Pitching Forum di quest'anno sarà contraddistinto da una grande varietà di contenuti, incentrati su personaggi forti, contraddittori e misteriosi. È il caso, per la categoria "Feature Doc", di *Live Till I Die*, per la regia di Anders Teigen, Oscar Hedin, Gustav Ågerstrand e Åsa Ekman, prodotto da Film and Tell. Topper He-

R.J CUTLER  
SUL SET  
CON BILLY  
EILISH.

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001





adon, *I Fought The Law* di Lionel Guedj, prodotto da To Be Continued, è invece il racconto appassionato della vita del batterista dei The Clash, Nick Topper Headon. Il delicato tema della tratta degli schiavi tra famiglie, tuttora in vigore nella cultura dell'isola di Sumba in Indonesia, è invece al centro di *Slave Island*, prodotto dalla Harald House Belgium BV. Al centro di *The Mayor - Me, Mussolini And The Museum*, del regista Piergiorgio Curzi, prodotto da Maurizio Carta per Road Television, troviamo la figura del sindaco di Predappio Giorgio Frassinetti e il suo ambizioso e criticato progetto di aprire un nuovo museo e un centro per lo studio del fascismo. *Stonebreakers* di Valerio Ciriacci, prodotto da Awen Films e ambientato durante la pandemia, in un anno segnato da rivolte storiche per la giustizia razziale e sociale, riflette sui modi in cui il passato può ancora infiammare l'azione politica di oggi.

Tra i progetti selezionati anche *Sunken Memories*, prodotto da Leonardo Baraldi per Schicchera production e diretto da Luca Manes. In *5 Nanomoles - The Olympic Dream Of A Trans Woman* Elisa Mereghetti ripercorre la vita di Valentina Petrillo, prima atleta transgender italiana a gareggiare a livello internazionale nella categoria femminile durante i Campionati Europei Paralimpici 2021. Il documentario *I Don't Forgive* di Simone Spampinato ed Elisa Faccioni, prodotto da Manuel Grieco per Jumping Flea, ripercorre il grande sodalizio tra due donne, Claudia e Irene, unite da una tragedia comune, un fatto di cronaca che nel 2011 ha

attirato l'attenzione clamorosa dei media. E ancora *Wanted: Roni Kalderon*, diretto e prodotto da Hilla Medalia, ripercorre la vita di Roni Kalderon, stella del calcio israeliano, diventato spacciatore e sparito nel nulla dopo la fuga dal carcere. Grande spazio nella sezione viene poi riservato alla categoria delle docuserie, tra cui spicca *Queen Of Chess* di Bernadett Tuza Ritter, un progetto in cinque episodi prodotto da Queenside Pictures e selezionato in collaborazione con Docs Barcelona, sulla storia della vera Regina degli Scacchi.

Si continua con *Radicals*, docuserie diretta da Matteo Ferrarini e prodotta da Matteo Pecorara per Small Boss, che ripercorre l'intricato rapporto tra il Partito Radicale e gli italiani, soffermandosi sulla figura di Marco Pannella, leader indiscusso e punto di riferimento in una storia politica lunga mezzo secolo. *Odyssey: Behind The Myth* di Massimo Brega, prodotta da Camilla Tartaglione per Kepach, segue, invece, le orme di Ulisse, eroe quantomai attuale, in un suggestivo viaggio attraverso il Mediterraneo. Infine, il *Remaking Of Love*, prodotto da Zenit Arti Audiovisive di Lucio Basadonne e Anna Pollio.



QUEEN OF CHESS  
DI BERNADETT  
TUZA RITTER.



LA SETTIMANA EDIZIONE DEL MIA MARKET - DAL 13 AL 17 OTTOBRE

# TORNA A ROMA IL PRINCIPALE MERCATO AUDIOVISIVO ITALIANO

di **Orsola Severini Darot** @orsolasev

In sei edizioni, dal 2015, il MIA | MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO, la cui direzione è affidata a Lucia Milazzotto, si è affermato, anno dopo anno, come punto di riferimento per l'industria nazionale e internazionale, appuntamento di business sempre più importante in grado di anticipare le esigenze del settore in un contesto in rapida evoluzione. Con 8.000 presenze on-site e online, nel pieno della pandemia, lo scorso anno MIA è stato uno dei primi esempi di mercato ibrido, capace di offrire un ambiente sicuro dove rafforzare le relazioni globali con i top players dell'industria audiovisiva e scoprire, nei luoghi più straordinari del patrimonio culturale italiano, contenuti di altissima qualità.

La settima edizione si svolgerà dal 13 al 17 ottobre 2021 a Roma nei consueti spazi del Distretto Barberini, all'insegna di un fitto programma di panel, vetrine di contenuti e proiezioni per circa 200 sessioni in quattro giorni. Forte dell'esperienza del 2020, l'attività on-site sarà ancora una volta potenziata e integrata dall'attività online grazie al MIA DIGITAL, la piattaforma che consentirà l'accesso esclusivo a migliaia di utenti, la fruizione digitale di tutte le attività e la possibilità di accedere ad un vasto catalogo di contenuti multimediali inediti.

Con l'obiettivo di continuare ad anticipare le tendenze e i modelli di business del settore e sostenere l'ecosistema in modo efficiente nella prospettiva internazionale, il MIA ha rinnovato l'offerta di contenuti, strumenti di networking e di mercato, attraverso il potenziamento di tre divisioni: Scripted, curata da Gaia Tridente, Unscripted, curata da Marco Spagnoli e Strategic Development affidata a Francesca Palleschi.

Film e Drama, componenti essenziali della divisione MIA SCRIPTED offriranno programmi specifici e trasversali, avvalendosi della guida esperta di un gruppo selezionato di eccellenze del settore, che andranno a comporre i Drama e Film Advisory Board 2021, il Mercato sarà in grado di offrire ancora una volta contenuti di altissimo livello, capaci di rispondere



DAL 2015, IL MIA HA REGISTRATO UNA CRESCITA DELL'84% DI PRESENZE.

alle nuove abitudini di consumo e ai nuovi schemi di produzione.

Visto il successo delle passate edizioni e l'importante riscontro internazionale, in linea con le rapide evoluzioni del mercato, la sezione Doc si rinnova ampliando il proprio orizzonte produttivo e trasformandosi in MIA UNSCRIPTED, per occuparsi di factual e di tutti i nuovi linguaggi dell'audiovisivo che hanno a che fare con la realtà, il suo racconto e la sua interpretazione. Tra gli eventi già confermati, il Doc Pitching Forum che ha ricevuto un centinaio di progetti da tutto il mondo e Italians Doc It Better, il tradizionale appuntamento con il meglio della produzione italiana documentaria.

Non mancheranno, inoltre, una serie di attività legate al mondo dell'animazione tra cui uno showcase con il meglio della produzione italiana.

Nel Board Unscripted, come sempre formato da membri prestigiosi, figurano: Marco Berardi, (VP GM Italy, Spain Portugal WarnerMedia Entertainment Networks and Sales - CEO Boing, WarnerMedia); Enrico Bufalini, (Direttore della distribuzione cinematografica, della produzione documentaristica e della gestione, conservazione e valorizzazione dell'archivio storico LUCE, di Cinecittà SpA, Istituto Luce - Cinecittà); Laura Carafoli, (SVP Chief Content Officer Discovery,

Discovery); Riccardo Chiattelli, (Content and Communication Director, La EFFE); Pierluigi Colantoni, (Direttore Sviluppo Nuovi Formati, RAI Format); Simone D'Amelio Bonelli, (Content and Creative Director, A+E Networks); Simona Ercolani, (CEO and Producer, Stand by Me); Gabriele Genuino, (Responsabile doc, RAI Cinema); Giovanni Bossetti, (Unscripted & Doc Series Italy, Netflix); Duilio Giammaria, (Director Documentary Production RAI, RAI Documentari); Gloria Giorgianni (CEO and producer, Anele); Simone Isola (Producer, Director, Kimerafilm); Erko Lyytinen (Commissioning Editor, Yle); Roberto Pisoni (Head of Sky Arte, Sky Italia); Rudy Buttignol (President & C.E.O., Knowledge Network Corporation); Andrea Sassano, (Director Television and Artistic Resources Department, RAI); Dante Sollazzo (Head of Unscripted Originals - Italy, Amazon Studios).

Dal 2015, il MIA ha registrato una crescita dell'84% in termini di presenze e numero di contenuti presentati. L'edizione 2020, grazie ad una nuova esperienza di mercato ibrido, ha registrato un totale di 3.000 presenze on site e 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 operatori stranieri, divisi tra on site e online.

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

**DIRE**

**Cinema. Roma, torna mercato MIA con +30% proiezioni con 80 anteprime. Dal 13 Al 17 ottobre a Palazzo Barberini, Moderno e Quattro Fontane**

Roma, 24 set. - Dal 13 al 17 ottobre 2021 a Roma - negli spazi di Palazzo Barberini, del Cinema Moderno e del Cinema Quattro Fontane - torna il Mia|Mercato internazionale audiovisivo, diretto da Lucia Milazzotto. Dopo essere stato uno dei pochi appuntamenti in presenza nel 2020, il Mia si riconferma anche quest'anno polo di attrazione per i top players del settore, la cui partecipazione si preannuncia già numerosa. Inoltre, si segnala per il 2021 un aumento del +30% nel numero di proiezioni cinematografiche, più di 140 proiezioni e 80 tra anteprime di mercato e anteprime mondiali. Tra le illustri personalità del settore, ospiti della settima edizione, figurano - per la divisione Mia Scripted, curata da Gaia Tridente - il celebre regista, autore e produttore Joe Russo, Co-Chairman con il fratello Anthony Russo della casa di produzione Agbo, ma anche il produttore e scrittore Alon Aranya, al Mia per un keynote focalizzato sui suoi numerosi successi. Per la sezione Mia Unscripted, curata da Marco Spagnoli, saranno presenti l'acclamato produttore e regista di documentari R.J. Cutler, ma anche Cosima Spender e Valerio Bonelli, rispettivamente regista e montatore di Palio e Sanpa - Peccati del Salvatore. Anche quest'anno il Mia presenterà a un pubblico di key players nazionali e internazionali oltre 40 titoli in anteprima al Co-Production Market & Pitching Forum, tra cui 14 progetti di lungometraggio cinematografico, provenienti da 8 Paesi, 14 progetti di serie internazionali in anteprima da 12 Paesi e 13 progetti tra documentari e docuserie che spaziano dallo sport alla musica, dall'ambiente alla politica. Cinque film sono stati selezionati a C Eu Soon, il programma di film work in progress curato da Francesca Palleschi e dedicato alle opere prime e seconde europee in post-produzione. Il Mia è nato e continua a crescere grazie alla consolidata joint venture tra Anica - l'Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive Multimediali presieduta da Francesco Rutelli e Apa - l'Associazione Produttori Audiovisivi di Giancarlo Leone, e il rinnovato supporto di ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, Ice (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane), con il contributo di MiC (ministero della Cultura), ministero dello Sviluppo Economico, Regione Lazio e programma Media dell'Unione Europea.

(Com/Dip/ Dire) 18:01 24-09-21 NNNN

**9 COLONNE**

**MIA, dal 13 al 17 ottobre la fiera dell'audiovisivo**

Roma, 24 set - Dal 13 al 17 ottobre 2021 a Roma - negli spazi di Palazzo Barberini, del Cinema Moderno e del Cinema Quattro Fontane - torna il Mia| Mercato Internazionale Audiovisivo, diretto da Lucia Milazzotto, evento fondamentale e imperdibile dell'intero sistema cine-audiovisivo italiano. Dopo essere stato uno dei pochi appuntamenti in presenza nel 2020, il MIA si riconferma anche quest'anno polo di attrazione per i top players del settore, la cui partecipazione si preannuncia già numerosa. Inoltre, si segnala per il 2021 un aumento del +30% nel numero di proiezioni cinematografiche, più di 140 proiezioni e 80 tra anteprime di mercato e anteprime mondiali. Tra le illustri personalità del settore, ospiti della settima edizione, figurano - per la divisione MIA Scripted, curata da Gaia Tridente - il celebre regista, autore e produttore Joe Russo, Co-Chairman con il fratello Anthony Russo della casa di produzione AGBO, ma anche il produttore e scrittore Alon Aranya, al MIA per un keynote focalizzato sui suoi numerosi successi. Per la sezione MIA Unscripted, curata da Marco Spagnoli, saranno presenti l'acclamato produttore e regista di documentari R.J. Cutler, ma anche Cosima Spender e Valerio Bonelli, rispettivamente regista e montatore di Palio e SANPA - Peccati del Salvatore. Anche quest'anno il MIA presenterà a un pubblico di key players nazionali e internazionali oltre 40 titoli in anteprima al Co-Production Market & Pitching Forum, tra cui 14 progetti di lungometraggio cinematografico, provenienti da 8 Paesi, 14 progetti di serie internazionali in anteprima da 12 Paesi e 13 progetti tra documentari e docuserie che spaziano dallo sport alla musica, dall'ambiente alla politica. Cinque film sono stati selezionati a C EU Soon, il programma di film work in progress curato da Francesca Palleschi e dedicato alle opere prime e seconde europee in post- produzione. Il MIA è nato e continua a crescere grazie alla consolidata joint venture tra ANICA - l'Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive Multimediali presieduta da Francesco Rutelli e APA - l'Associazione Produttori Audiovisivi di Giancarlo Leone, e il rinnovato supporto di Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, ICE (Agenzia per la

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

Evento: MIA MARKET Agenzie di stampa Data: 24/09/2021  
promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane), con il contributo di MiC (Ministero della Cultura), Ministero dello Sviluppo Economico, Regione Lazio e programma MEDIA dell'Unione Europea. 241705 SET  
21



## Joe Russo tra i protagonisti della 7° edizione di MIA, MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO

Dal 13 al 17 ottobre 2021 torna il MIA|MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO, diretto da Lucia Milazzotto, evento dedicato al sistema cine-audiovisivo italiano – per favorire l'esportazione di prodotto, le co-produzioni e le relazioni di business a livello internazionale – che, nella nota che segue, anticipa i primi dettagli e appuntamenti del variegato programma della settima edizione.



Dopo essere stato uno dei pochi appuntamenti in presenza nel 2020, il MIA si riconferma anche quest'anno polo di attrazione per i top players del settore, la cui partecipazione si preannuncia già numerosa. Centinaia di richieste che testimoniano la sempre più grande fiducia degli operatori verso il territorio e la volontà di potenziare il business e le collaborazioni con l'Italia, che anche grazie al MIA diventa ancora più centrale nella produzione scripted e unscripted. Inoltre, si segnala per il 2021 un aumento del +30% nel numero di proiezioni cinematografiche, più di 140 proiezioni e 80 tra anteprime di mercato e anteprime mondiali, ad ulteriore riprova della voglia di tornare a vedere il cinema al cinema e di incontrarsi di nuovo dal vivo con distributori, registi e con tutta la comunità cinematografica internazionale.

Il MIA è nato e continua a crescere grazie alla consolidata joint venture tra ANICA – l'Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive Multimediali presieduta da Francesco Rutelli e APA – l'Associazione Produttori Audiovisivi di Giancarlo Leone, e il rinnovato supporto di Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, ICE (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane), con il contributo di MiC (Ministero della Cultura), Ministero dello Sviluppo Economico, Regione Lazio e programma MEDIA dell'Unione Europea. Rinnovate anche per quest'anno le partnership con i principali sostenitori del MIA, quali UniCredit, Apulia Film Commission e Fondazione Cinema per Roma, a cui si aggiungono nuovi sponsor per il 2021, come Fastweb.

La settima edizione si svolgerà come di consueto a Roma, negli spazi di Palazzo Barberini, del Cinema Moderno e del Cinema Quattro Fontane, per accogliere in totale sicurezza l'industria nazionale e internazionale. Come nella precedente edizione, l'attività on-site sarà potenziata e integrata da quella online, attraverso la piattaforma MIA DIGITAL.



Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

**MIA SCRIPTED: GRANDI OSPITI INTERNAZIONALI**

Joe Russo e Alon Aranya

Il Keynote d'apertura della divisione MIA Scripted, curata da Gaia Tridente, sarà affidato al pluripremiato e celebre regista, autore e produttore JOE RUSSO, Co-Chairman con il fratello Anthony Russo della casa di produzione AGBO. I Russos sono i fratelli più famosi di Hollywood, con film che hanno registrato record di incassi, come il quartetto di film realizzati per la Marvel Cinematic Universe Captain America: The Winter Soldier (2014), Captain America: Civil War (2016), Avengers: Infinity War (2018) e Avengers: Endgame (2019). La loro società di produzione, AGBO, crea contenuti con uno storytelling dirompente e innovativo, sempre alla ricerca di nuovi modelli da sperimentare. Attraverso AGBO, i Russos hanno prodotto 21 Bridges, Mosul, Relic ed Extraction. Hanno anche diretto Cherry, uscito su Apple TV nel 2021, e sono attualmente in produzione alla regia di The Grey Man che uscirà nel 2022. Oltre ai loro successi cinematografici e televisivi, i Russos sono anche co-fondatori – insieme a quasi venti colleghi tra registi e artisti – di Bullitt, uno studio creativo e collettivo di registi incentrato sulla creazione di brand-integrated entertainment e contenuti pubblicitari, utilizzando la tecnologia più avanzata per abbattere le barriere tra inserzionisti e pubblico. Joe Russo sarà intervistato in esclusiva al MIA da Sean Furst, Presidente Film & TV di Skybound Entertainment.

Tra i protagonisti della settima edizione anche il produttore e scrittore Alon Aranya, al MIA per un keynote focalizzato sui suoi numerosi successi. Tra questi la serie TV Your Honor, di cui è Executive Producer, con Bryan Cranston e prodotta per Showtime, remake americano della serie israeliana Kvodo, di cui è stata appena confermata una seconda stagione. Alon è inoltre Executive Producer della serie AppleTV+, Tehran, e di molti show televisivi internazionali. Alon è fondatore della società di produzione Paper Plane Productions, che ha attualmente un accordo di first look con Apple TV+. Paper Plane Productions è attualmente in produzione con Best Seller Boy, uno show originale olandese in co-produzione con CBS Studios International, Willy Waltz International e NPO. La società di produzione sta inoltre sviluppando molte serie negli Stati Uniti, in Israele, Olanda, Germania, Francia e Irlanda. Modererà l'incontro Michael Gordon, Global Television Agent di CAA.

**MIA SCRIPTED: CO – PRODUCTION MARKET E PITCHING FORUM**

28 progetti di film e serie in anteprima

Il Film Co-Production Market & Pitching Forum presenterà a un pubblico di key players nazionali e internazionali una selezione di 14 progetti di lungometraggio cinematografico, provenienti da 8 Paesi. Ben 5 dei 12 progetti selezionati sono di registe donne, a riprova dell'impegno del Mercato a favore dell'inclusività e della valorizzazione del lavoro femminile e, inoltre, la metà dei titoli sono di registi alla propria opera prima o seconda.

Tra i titoli che verranno presentati: AFTER THE HURRICANE di Julian Jarrold, già regista di diversi episodi di The Crown per Netflix; ARTURO'S VOICE, opera seconda di Irene Dionisio, già vincitrice di diversi premi (tra cui Nastro d'Argento e Solinas); FEROUGH: A LONELY WOMAN dell'autrice Tina Gharavi; LAST CHORD IN THESSALONIKI di Eran Riklis, uno dei più importanti rappresentanti del cinema israeliano; LES ITALIENS di Silvio Muccino, insieme a Carla Vangelista, co-sceneggiatrice di tutti i suoi film; TODAY...TOMORROW... di Ray Yeung, regista di Suk Suk, presentato con successo alla Berlinale.

Oltre alla selezione internazionale, per il secondo anno il Film Co-Production Market & Pitching Forum presenta inoltre WANNA TASTE IT?, sezione dedicata esclusivamente a progetti cinematografici italiani in sviluppo e piattaforma di lancio e crescita per l'industria e il talento italiani, grazie al networking mirato con potenziali sales e finanziatori e incontri con esperti del settore e rappresentanti di istituzioni e fondi.

Sono 14 i progetti di serie internazionali presentati in anteprima nel Drama Co-production Market & Pitching Forum di quest'anno. Sul palco si alterneranno produttori di ben 12 diverse nazionalità e provenienti Italia, Regno Unito, Canada, Cipro, Francia, Finlandia, Belgio, Ucraina, Germania, Islanda, Spagna e Bulgaria.

Tra i titoli che verranno presentati: COVERDÅLE prodotta da Pinball London e creata da Paula A. Vaccaro e Aaron Brookner; FARPOINT co-prodotto da Caretta Films, Three River Fiction e distribuito da ZDF Enterprises; D'ARTAGNAN AND CO, creata da Yann Le Gal e prodotta da AT-Production; NEST OF SNAKES, prodotta da Film.UA Group e creata da Anastasiia Lodkina; la serie 177 DAYS. THE KIDNAPPING OF FAROUK KASSAM,

**Daniele Mignardi Promopressagency**

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: [Daniele Mignardi Promopressagency](https://www.facebook.com/DanieleMignardi) - Twitter: [@DanieleMignardi](https://twitter.com/DanieleMignardi)

Partita IVA 12450721001



prodotta da Bim Produzione e scritta da Vincenzo Marra, Lea Tafuri e Antonio Manca; arriva sempre dall'Italia la serie GANGS OF ROME, prodotta da Minerva Pictures Group e scritta da Peppe Fiore da un'idea di Gianluca Curti; e ancora FIREWORKS co-prodotta da Fandango e Matrioska, diretta da Susanna Nicchiarelli e scritta con Marianna Cippi; si aggiunge la serie antologica THE RECRUITER, prodotta da Sienna Films e creata da David Vainola e Allan MacDougall; THE TRIP, prodotta da Glassriver e scritta da Andri Ottarsson e Baldvin Z.

#### MIA SCRIPTED: PANEL E TALKS

Il fitto programma della divisione Scripted prevederà specifici appuntamenti dedicati al mondo cinematografico e a quello televisivo e delle piattaforme digitali. Tra questi il panel New Business Models in Television si concentrerà sul nuovo panorama della AD-supported TV, passando per una riflessione sul ruolo che può svolgere l'analisi dei contenuti basata sull'intelligenza artificiale per film e serie tv. Interverranno nel panel Stuart McLean, CEO di Fast Studios; Cristina Sala, Senior Business Development Italy TV Plus ESBO di Samsung; Tobias Queisser, Co-founder & CEO, di Cinelytic. Modererà l'incontro Rick Jacobs, CEO di Skybound Galactic, co-curatore della sessione.

Nel panel Film Financing Bundles si analizzeranno, invece, con i principali attori del settore le opportunità di finanziamento dei film e i modi in cui si è evoluto l'approccio al finanziamento dei film negli ultimi anni. Interverranno: Carolyn Steinmetz, EVP, Head of Content Finance di STX Entertainment; Alexandra Hoesdorff Co-Founder e CEO di Deal Productions; Maxime Cottray, VP Finance and Production di XYZ Films, Matteo Perale, Co-Founder di WIIP e Andrea Scrosati, COO Fremantle. Modererà la sessione Andrea Scarso, Director of Investments di Ingenious Media e co-produttore del panel.

Siamo lieti di annunciare la partnership della divisione Scripted con il TorinoFilmLab che, in una sessione di Hosted Pitch al MIA 2021, presenterà in anteprima i 9 progetti della quinta edizione di SeriesLab, programma di alta formazione dedicato a progetti di serie TV europee innovativi e di alto profilo. Sotto la guida dell'Head of Studies, Nicola Lusuardi e di tutor di livello internazionale, i partecipanti 2021 hanno sviluppato il trattamento del pilota e il pitch del concept che verranno presentati proprio in occasione del MIA.

#### C EU SOON

Il programma dedicato alle opere prime e seconde di registi europei

Cinque film sono stati selezionati a C EU Soon, il programma di film work in progress curato da Francesca Palleschi e dedicato alle opere prime e seconde europee in post-produzione. Tra i titoli, NASIM, dei registi Ole Jacobs e Arne Büttner; TEMPS MORT (Time Out), prodotto dalla società belga Kwassa Films e coprodotto con la francese Les Films de l'Autre Cougar, della regista francese Eve Duchemin. Opera prima del regista slovacco Michal Blaško, OBETĚ (Victim); MĀSAS (Sisters), opera prima della promettente regista lettone Linda Olte; BERDREYMI (Beautiful beings), diretto da Guðmundur Arnar Guðmundsson, il cui primo lungometraggio Hjartasteinn (Heartstone) è stato presentato in anteprima alle Giornate degli Autori e premiato con il Queer Lion alla 73. Mostra internazionale d'arte cinematografica di Venezia, passando poi per gli European Film Awards e la sezione Discovery del Toronto International Film Festival.

#### MIA UNSCRIPTED

R.J. Cutler, Cosima Spender e Valerio Bonelli

La sezione MIA Unscripted, curata da Marco Spagnoli, proporrà una serie di incontri internazionali di altissimo livello, che vedrà alternarsi alcune illustri personalità del settore. Tra queste l'acclamato produttore e regista R.J. CUTLER, in prima linea nella produzione di documentari americani negli ultimi trent'anni. Dal suo documentario candidato all'Oscar The War Room alla sua rivoluzionaria serie in prima serata vincitrice di un Emmy, American High; dal suo vincitore del Sundance Award The September Issue al successo globale di quest'anno Billie Eilish: The World's A Little Blurry, il lavoro di Cutler ha dimostrato l'ampio fascino e la vitalità del mercato della saggistica da molto prima che qualcuno parlasse di età d'oro del documentario. Nel keynote R.J. Cutler. Dispatches from The Golden Age, il regista approfondirà lo stato dell'arte, analizzando l'attuale panorama dei documentari, in un momento storico in cui film e serie di saggistica dominano di fatto la conversazione culturale.

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

Evento: MIA MARKET

Testata: Prima online

Data: 23/09/2021

Tra i protagonisti della settima edizione anche COSIMA SPENDER e VALERIO BONELLI, rispettivamente regista e team editoriale di Palio e SANPA – Peccati del Salvatore, al centro del keynote Documentary Storytelling. In questo appuntamento i due, attingendo dalla propria esperienza che li ha visti collaborare per oltre vent'anni, esploreranno le diverse modalità con cui sviluppare i personaggi e costruire una narrazione in un documentario, che si tratti di un lungometraggio o di una serie, dall'inizio alla consegna, passando per la delicata fase del montaggio, dove più emerge la visione del regista.

#### MIA UNSCRIPTED: DOC PITCHING FORUM

13 progetti di feature doc e docuserie in anteprima internazionale

Con 13 progetti che spaziano dallo sport alla musica, dall'ambiente alla politica, il Doc Pitching Forum di quest'anno sarà contraddistinto da una grande varietà di contenuti, incentrati su personaggi forti, contraddittori e misteriosi.

È il caso, per la categoria "Feature Doc", di LIVE TILL I DIE, per la regia di Anders Teigen, Oscar Hedin, Gustav Ågerstrand e Åsa Ekman, prodotto da Film and Tell; TOPPER HEADON, I FOUGHT THE LAW di Lionel Guedj, prodotto da To Be Continued; SLAVE ISLAND, prodotto dalla Harald House Belgium BV e diretto da Jimmy Hendrickx e Jeremy Kewuan; THE MAYOR – ME, MUSSOLINI AND THE MUSEUM di Piergiorgio Curzi e Sabika Shah Povia, prodotto da Maurizio Carta per Road Television. STONEBREAKERS di Valerio Ciriaci, prodotto da Awen Films e ambientato durante la pandemia. Tra i progetti selezionati anche SUNKEN MEMORIES, prodotto da Leonardo Baraldi per Schicchera production e diretto da Luca Manes; 5 NANOMOLELS – THE OLYMPIC DREAM OF A TRANS WOMAN di Elisa Mereghetti; I DON'T FORGIVE di Simone Spampinato ed Elisa Faccioni, prodotto da Manuel Grieco per Jumping Flea; WANTED: RONI KALDERON, diretto da Erez Laufer e Hilla Medalia. Grande spazio nella sezione viene poi riservato alla categoria delle docuserie, tra cui spicca QUEEN OF CHESS di Bernadett Tuza Ritter, un progetto in cinque episodi prodotto da Queenside Pictures e selezionato in collaborazione con Docs Barcelona, sulla storia della vera Regina degli Scacchi. Si continua con RADICALS, diretta da Matteo Ferrarini e prodotta da Matteo Pecorara per Small Boss; ODYSSEY: BEHIND THE MYTH di Massimo Brega, prodotta da Camilla Tartaglione per Kepach; REMAKING OF LOVE, prodotto da Zenit Arti Audiovisive dei registi Lucio Basadonne e Anna Pollio.

Moltissime le novità del MIA 2021, che vede un palinsesto sempre più ricco, incluso il nuovo programma dedicato all'innovazione tecnologica "Innovation for Creative Industries" – grazie alla convenzione con il Ministero dello Sviluppo Economico – che esplorerà le avanguardie dell'innovazione applicate all'audiovisivo. Tra le novità anche "Next Generation EU" – che potenzia sempre di più la capacità di essere un incubatore di accesso al mercato dei giovani professionisti e talenti del futuro – e i programmi legati all'innovazione e ai giovani sceneggiatori in collaborazione con la Regione Lazio. Non mancheranno poi gli approfondimenti legati ai modelli di business del settore, all'industria e al prodotto italiano, tra cui i content showcase di film, drama, doc e factual. Questo e molto altro nel ricchissimo programma del MIA 2021, che verrà diffuso per intero nelle prossime settimane.

[Joe Russo tra i protagonisti della 7° edizione di MIA, MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO | Prima Comunicazione \(primaonline.it\)](#)

# Mia Market 2021: gli ospiti della sezione scripted

Atteso, tra gli altri, il regista e produttore Joe Russo



Si scaldano i motori per la settima edizione del **Mia, il Mercato internazionale dell'audiovisivo, in calendario a Roma dal 13 al 17 ottobre**. Come di consueto, il mercato si svolgerà negli spazi di Palazzo Barberini, del Cinema Moderno e del Cinema Quattro Fontane, con l'aggiunta dell'appuntamento online con la piattaforma Mia Digital. Ricco il carnet di ospiti che caratterizzerà le diverse sezioni.

## MIA SCRIPTED

Sarà **JOE RUSSO** a tenere il Keynote d'apertura della divisione curata da Gaia Tridente. Russo è il Co-Chairman con il fratello Anthony Russo della casa di produzione AGBO. A loro si deve la produzione del Marvel Cinematic Universe. I Russo sono inoltre co-fondatori – insieme a quasi venti colleghi tra registi e artisti – di Bullitt, uno studio creativo e collettivo di registi incentrato sulla creazione di brand-integrated entertainment e contenuti pubblicitari. Joe Russo sarà intervistato in esclusiva al MIA da Sean Furst, Presidente Film & TV di Skybound Entertainment. Tra i protagonisti anche il produttore e scrittore **ALON ARANYA** (executive producer di *Your Honor* per Showtime e *Tehran* per AppleTV+). Sua è la Paper Plane Productions, che ha attualmente un accordo di first look con Apple TV.







Alon Aranya

## MIA SCRIPTED: CO – PRODUCTION MARKET E PITCHING FORUM

Si contano 28 progetti di film e serie in anteprima per il Film Co-Production Market & Pitching Forum.

**Sono 14 i progetti di serie internazionali presentati in anteprima nel Drama Co-production Market & Pitching Forum** di quest'anno, prodotti in Italia, Regno Unito, Canada, Cipro, Francia, Finlandia, Belgio, Ucraina, Germania, Islanda, Spagna e Bulgaria. Tra i titoli che verranno presentati: COVERDALE (Pinball London, creata da Paula A. Vaccaro e Aaron Brookner); FARPOINT (co-prodotto da Caretta Films, Three River Fiction e distribuito

da ZDF Enterprises); D'ARTAGNAN AND CO (creata da Yann Le Gal e prodotta da AT-Prod); NEST OF SNAKES (prodotta da Film.UA Group e creata da Anastasiia Lodkina); 177 DAYS. THE KIDNAPPING OF FAROUK KASSAM (prodotta da Bim Produzione e scritta da Vincenzo Marra, Lea Tafuri e Antonio Manca); GANGS OF ROME (prodotta da Minerva Pictures Group e scritta da Peppe Fiore da un'idea di Gianluca Curti); FIREWORKS (co-prodotta da Fandango e Matrioska, diretta da Susanna Nicchiarelli e scritta con Marianna Cippi); THE RECRUITER (prodotta da Sienna Films e creata da David Vainola e Allan MacDougall); THE TRIP (prodotta da Glassriver e scritta da Andri Ottarsson e Baldvin Z).

**14 sono i progetti di lungometraggio cinematografico presentati.** Tra i titoli: AFTER THE HURRICANE di Julian Jarrold; ARTURO'S VOICE, di Irene Dionisio; FOROUGH: A LONELY WOMAN di Tina Gharavi; LAST CHORD IN THESSALONIKI di Eran Riklis; LES ITALIENS di Silvio Muccino; TODAY...TOMORROW... di Ray Yeung. Oltre alla selezione internazionale, per il secondo anno il Film Co-Production Market & Pitching Forum presenta WANNA TASTE IT?, sezione dedicata esclusivamente a progetti cinematografici italiani in sviluppo.

## MIA SCRIPTED: PANEL E TALKS

Diversi gli appuntamenti per l'industria. Tra questi il panel **New Business Models in Television**, dedicato al nuovo panorama della AD-supported TV, passando per una riflessione sul ruolo che può svolgere l'analisi dei contenuti basata sull'intelligenza artificiale. Interverranno panel Stuart McLean, CEO di Fast Studios; Cristina Sala, Senior Business Development Italy TV Plus ESBO di Samsung; Tobias Queisser, Co-founder & CEO, di Cinelytic. Modererà l'incontro Rick Jacobs, CEO di Skybound Galactic, co-curatore della sessione.

Evento: MIA MARKET

Testata: E - Duesse

Data: 23/09/2021

Nel panel **Film Financing Bundles** si analizzeranno, invece, le opportunità di finanziamento dei film. Interverranno: Carolyn Steinmetz, EVP, Head of Content Finance di STX Entertainment; Alexandra Hoesdorff, Co-Founder e CEO di Deal Productions; Maxime Cottray, VP Finance and Production di XYZ Films, Matteo Perale, Co-Founder di WIIP e Andrea Scrosati, COO Fremantle. Modererà la sessione Andrea Scarso, Director of Investments di Ingenious Media e co-produttore del panel. Grazie alla partnership con il TorinoFilmLab verranno presentati in anteprima i 9 progetti della quinta edizione di SeriesLab, programma di alta formazione dedicato a progetti di serie TV europee innovativi e di alto profilo.

## **C EU SOON**

Il programma dedicato alle **opere prime e seconde di registi europei** curato da Francesca Palleschi presenterà cinque titoli. Tra i titoli, NASIM, dei registi Ole Jacobs e Arne Büttner; TEMPS MORT (Time Out), di Eve Duchemin, OBEŤ (Victim) di Michal Blaško.; MĀSAS (Sisters) di Linda Olte; BERDREYMI (Beautiful beings), di Guðmundur Arnar Guðmundsson.

[Mia Market 2021: gli ospiti della sezione scripted - E-DUESSE.IT](#)



# Mia Market 2021: i protagonisti dell'Unscripted

Intervengono, tra gli altri, R.J. Cutler, Cosima Spender e Valerio Bonelli



Non solo **scripted**, alta anche la selezione di ospiti per la divisione **Mia Unscripted**, curata da **Marco Spagnoli**. Interverranno, tra gli altri, il produttore e regista **R.J. CUTLER**, firma di *The War Room*, *American High*; *The September Issue*, *Billie Eilish: The World's A Little Blurry*. Cutler sarà protagonista del keynote *R.J. Cutler. Dispatches from The Golden Age*. Tra i protagonisti della settima edizione anche **COSIMA SPENDER** e **VALERIO BONELLI**, rispettivamente regista e montatore di *Palio* e *SANPA – Peccati del Salvatore*, al centro del keynote *Documentary Storytelling*.

## MIA UNSCRIPTED: DOC PITCHING FORUM

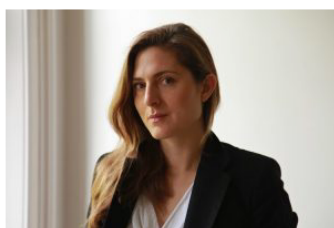
Sono **13 i progetti** che spaziano dallo sport alla musica, dall'ambiente alla politica, nel **Doc Pitching Forum**.



RJ Cutler

Nella categoria delle **docuserie**, spiccano **QUEEN OF CHESS** di Bernadett Tuza Ritter (Queenside Pictures), **RADICALS**, diretta da Matteo Ferrarini e prodotta da Matteo Pecorara per Small Boss; **ODYSSEY: BEHIND THE MYTH** di Massimo Brega, prodotta da Camilla Tartaglione per Kepach; **REMAKING OF LOVE**, prodotto da Zenit Arti Audiovisive dei registi Lucio Basadonne e Anna Pollio.

Nella categoria **Feature Doc** figurano **LIVE TILL I DIE**, per la regia di Anders Teigen, Oscar Hedin, Gustav Ågerstrand e Åsa Ekman, prodotto da Film and Tell; **TOPPER HEADON**, **I FOUGHT THE LAW** di Lionel Guedj, prodotto da To Be Continued; **SLAVE ISLAND**, prodotto dalla Harald House Belgium BV e diretto da



Cosima Spender

Jimmy Hendrickx e Jeremy Kewuan; **THE MAYOR – ME**, **MUSSOLINI AND THE MUSEUM** di Piergiorgio Curzi e Sabika Shah Povia, prodotto da Maurizio Carta per Road Television. **STONEBREAKERS** di Valerio Ciriaci, prodotto da Awen Films. Tra i progetti selezionati anche **SUNKEN MEMORIES**, prodotto da Leonardo Baraldi per Schicchera production e diretto da Luca Manes; **5 NANOMOLES – THE OLYMPIC DREAM OF A TRANS WOMAN** di Elisa Mereghetti; **I DON'T FORGIVE** di Simone Spampinato ed

**Daniele Mignardi Promopressagency**

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: **Daniele Mignardi Promopressagency** - Twitter: **@DanieleMignardi**

Partita IVA 12450721001

Evento: MIA MARKET

Testata: E-Duesse

Data: 24/09/2021

Elisa Faccioni, prodotto da Manuel Grieco per Jumping Flea;  
WANTED: RONI KALDERON, diretto da Erez Laufer e Hilla Medalia.



Valerio Bonelli

Previsto anche un nuovo programma dedicato all'innovazione tecnologica "**Innovation for Creative Industries**" – grazie alla convenzione con il Ministero dello Sviluppo Economico – che esplorerà le avanguardie dell'innovazione applicate all'audiovisivo. Tra le novità anche "**Next Generation EU**", che mira a potenziare sempre più la capacità di essere un incubatore di accesso al mercato dei giovani professionisti e talenti del futuro – e i programmi legati all'innovazione e ai giovani sceneggiatori in collaborazione con la Regione Lazio.

<https://www.e-duesse.it/televisione/mia-market-2021-i-protagonisti-dellunscripted/>

## Joe Russo ospite al Mercato Internazionale Audiovisivo



Dal 13 al 17 ottobre 2021 torna il MIA | Mercato Internazionale Audiovisivo, diretto da Lucia Milazzotto, evento fondamentale e imperdibile dell'intero sistema cine-audiovisivo italiano - per favorire l'esportazione di prodotto, le co-produzioni e le relazioni di business a livello internazionale - che anticipa i primi dettagli e appuntamenti del variegato programma della settima edizione.

Dopo essere stato uno dei pochi appuntamenti in presenza nel 2020, il MIA si riconferma anche quest'anno polo di attrazione per i top players del settore, la cui partecipazione si preannuncia già numerosa. Centinaia di richieste che testimoniano la sempre più grande fiducia degli operatori verso il territorio e la volontà di potenziare il business e le collaborazioni con l'Italia, che anche grazie al MIA diventa ancora più centrale nella produzione scripted e unscripted. Inoltre, si segnala per il 2021 un aumento del +30% nel numero di proiezioni cinematografiche, **più di 140 proiezioni e 80 tra anteprime di mercato e anteprime mondiali**, ad ulteriore riprova della voglia di tornare a vedere il cinema al cinema e di incontrarsi di nuovo dal vivo con distributori, registi e con tutta la comunità cinematografica internazionale.

Il MIA è nato e continua a crescere grazie alla consolidata joint venture tra ANICA - l'Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive Multimediali presieduta da Francesco Rutelli e APA - l'Associazione Produttori Audiovisivi di Giancarlo Leone, e il rinnovato supporto di Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, ICE (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane), con il contributo di MIC (Ministero della Cultura), Ministero dello Sviluppo Economico, Regione Lazio e programma MEDIA dell'Unione Europea. Rinnovate anche per quest'anno le partnership con i principali sostenitori del MIA, quali UniCredit, Apulia Film Commission e Fondazione Cinema per Roma, a cui si aggiungono nuovi sponsor per il 2021, come Fastweb.

La settima edizione si svolgerà come di consueto a Roma, negli spazi di Palazzo Barberini, del Cinema Moderno e del Cinema Quattro Fontane, per accogliere in totale sicurezza l'industria nazionale e internazionale. Come nella precedente edizione, l'attività on-site sarà potenziata e integrata da quella online, attraverso la piattaforma MIA DIGITAL.

Il Keynote d'apertura della divisione MIA Scripted, curata da Gaia Tridente, sarà affidato al pluripremiato e celebre regista, autore e produttore **Joe Russo**, Co-Chairman con il fratello Anthony Russo della casa di produzione AGBO. I Russos sono i fratelli più famosi di Hollywood, con film che hanno registrato record di incassi, come il quartetto di film realizzati per la Marvel Cinematic Universe *Captain America: The Winter Soldier* (2014), *Captain America: Civil War* (2016), *Avengers: Infinity War* (2018) e *Avengers: Endgame* (2019).

Evento: MIA MARKET

Testata: Cinecittà News

Data: 23/09/2021

Tra i protagonisti della settima edizione anche il produttore e scrittore **Alon Aranya**, al MIA per un keynote focalizzato sui suoi numerosi successi. Tra questi la serie TV *Your Honor*, di cui è Executive Producer, con Bryan Cranston e prodotta per Showtime, remake americano della serie israeliana *Kvodo*, di cui è stata appena confermata una seconda stagione. Alon è inoltre Executive Producer della serie AppleTV+, *Tehran*, e di molti show televisivi internazionali.

Il **Film Co-Production Market & Pitching Forum** presenterà a un pubblico di key players nazionali e internazionali una selezione di **14 progetti di lungometraggio** cinematografico, provenienti da 8 Paesi. Ben 5 dei 12 progetti selezionati sono di registe donne, a riprova dell'impegno del Mercato a favore dell'inclusività e della valorizzazione del lavoro femminile e, inoltre, la metà dei titoli sono di registi alla propria opera prima o seconda.

Il fitto programma della divisione **Scripted** prevederà specifici appuntamenti dedicati al mondo cinematografico e a quello televisivo e delle piattaforme digitali. La sezione **MIA Unscripted**, curata da Marco Spagnoli, proporrà una serie di incontri internazionali di altissimo livello, che vedrà alternarsi alcune illustri personalità del settore. Cinque film sono stati selezionati a **C EU Soon**, il programma di film work in progress curato da Francesca Palleschi e dedicato alle opere prime e seconde europee in post-produzione. Con 13 progetti che spaziano dallo sport alla musica, dall'ambiente alla politica, il **Doc Pitching Forum** di quest'anno sarà contraddistinto da una grande varietà di contenuti, incentrati su personaggi forti, contraddittori e misteriosi.

[Joe Russo ospite al Mercato Internazionale Audiovisivo \(cinecitta.com\)](https://www.cinecitta.com)



# MIA, il mercato cinematografico annuncia i suoi pezzi forti

*Anche Joe Russo tra gli ospiti in un programma ricco di anteprime mondiali.*



Nel corso dello svolgimento della prossima Festa del Cinema di Roma, in programma dal 14 al 24 ottobre, avrà luogo la la **7° edizione di MIA, Mercato Internazionale Audiovisivo**. Diretto da Lucia Milazzotto, l'evento di quest'anno ha già iniziato ad annunciare ospiti e titoli importanti, che **dal 13 al 17 ottobre** si alterneranno negli spazi di Piazza Barberini e nel programma della manifestazione.

Dopo la pandemia di Covid-19 e con lo spostamento online dell'American Film Market (1-5 novembre) per il secondo anno, il MIA di Roma promette di essere sempre più l'**appuntamento di maggiore importanza per i top players del settore**. Che hanno già subissato l'organizzazione di centinaia di richieste di partecipazione, a conferma "della fiducia degli operatori verso il territorio e la volontà di potenziare il business e le collaborazioni con l'Italia", sempre più centrale nella produzione *scripted* e *unscripted*.

**140 titoli**, e relative proiezioni, dei quali almeno **80 in anteprima mondiale** o 'di mercato' sono un ottimo motivo, al quale si aggiungono la presenza di **Joe Russo** – regista di Captain America, che in apertura parlerà della società di produzione Agbo fondata con il fratello Anthony – e alla presentazione di 14 progetti di lungometraggi, tra cui **Les Italiens** di **Silvio Muccino**, **Forough: A Lonely Woman** di Tina Gharavi, **Today... Tomorrow...** di Ray Yeung e **Last Chord in Thessaloniki** di Eran Riklis.

Di seguito il dettaglio del programma (fonte *PrimaOnline*):

**MIA SCRIPTED: GRANDI OSPITI INTERNAZIONALI**

Joe Russo e Alon Aranya

Il Keynote d'apertura della divisione MIA Scripted, curata da Gaia Tridente, sarà affidato al pluripremiato e celebre regista, autore e produttore JOE RUSSO, Co-Chairman con il fratello Anthony Russo della casa di produzione AGBO. I Russos sono i fratelli più famosi di Hollywood, con film che hanno registrato record di incassi, come il quartetto di film realizzati per la Marvel Cinematic Universe Captain America: The Winter Soldier (2014), Captain America: Civil War (2016), Avengers: Infinity War (2018) e Avengers: Endgame (2019). La loro società di produzione, AGBO, crea contenuti con uno storytelling dirompente e innovativo, sempre alla ricerca di nuovi modelli da sperimentare. Attraverso AGBO, i Russos hanno prodotto 21 Bridges, Mosul, Relic ed Extraction. Hanno anche diretto Cherry, uscito su Apple TV nel 2021, e sono attualmente in produzione alla regia di The Grey Man che uscirà nel 2022. Oltre ai loro successi cinematografici e televisivi, i Russos sono anche co-fondatori – insieme a quasi venti colleghi tra registi e artisti – di Bullitt, uno studio creativo e collettivo di registi incentrato sulla creazione di brand-integrated entertainment e contenuti pubblicitari, utilizzando la tecnologia più avanzata per abbattere le barriere tra inserzionisti e pubblico. Joe Russo sarà intervistato in esclusiva al MIA da Sean Furst, Presidente Film & TV di Skybound Entertainment.

Tra i protagonisti della settima edizione anche il produttore e scrittore Alon Aranya, al MIA per un keynote focalizzato sui suoi numerosi successi. Tra questi la serie TV Your Honor, di cui è Executive Producer, con Bryan Cranston e prodotta per Showtime, remake americano della serie israeliana Kvodo, di cui è stata appena confermata una seconda stagione. Alon è inoltre Executive Producer della serie AppleTV+, Tehran, e di molti show televisivi internazionali. Alon è fondatore della società di produzione Paper Plane Productions, che ha attualmente un accordo di first look con Apple TV +. Paper Plane Productions è attualmente in produzione con Best Seller Boy, uno show originale olandese in co-produzione con CBS Studios International, Willy Waltz International e NPO. La società di produzione sta inoltre sviluppando molte serie negli Stati Uniti, in Israele, Olanda, Germania, Francia e Irlanda. Modererà l'incontro Michael Gordon, Global Television Agent di CAA.

**MIA SCRIPTED: PANEL E TALKS**

Il fitto programma della divisione Scripted prevederà specifici appuntamenti dedicati al mondo cinematografico e a quello televisivo e delle piattaforme digitali. Tra questi il panel New Business Models in Television si concentrerà sul nuovo panorama della AD-supported TV, passando per una riflessione sul ruolo che può svolgere l'analisi dei contenuti basata sull'intelligenza artificiale per film e serie tv. Interverranno nel panel Stuart McLean, CEO di Fast Studios; Cristina Sala, Senior Business Development Italy TV Plus ESBO di Samsung; Tobias Queisser, Co-founder & CEO, di Cinelytic. Modererà l'incontro Rick Jacobs, CEO di Skybound Galactic, co-curatore della sessione.

Nel panel Film Financing Bundles si analizzeranno, invece, con i principali attori del settore le opportunità di finanziamento dei film e i modi in cui si è evoluto l'approccio al finanziamento dei film negli ultimi anni. Interverranno: Carolyn Steinmetz, EVP, Head of Content Finance di STX Entertainment; Alexandra Hoesdorff Co-Founder e CEO di Deal Productions; Maxime Cottray, VP Finance and Production di XYZ Films, Matteo Perale, Co-Founder di WIIP e Andrea Scrosati, COO Fremantle. Modererà la sessione Andrea Scarso, Director of Investments di Ingenious Media e co-produttore del panel.

Siamo lieti di annunciare la partnership della divisione Scripted con il TorinoFilmLab che, in una sessione di Hosted Pitch al MIA 2021, presenterà in anteprima i 9 progetti della quinta edizione di SeriesLab, programma di alta formazione dedicato a progetti di serie TV europee innovativi e di alto profilo. Sotto la guida dell'Head of Studies, Nicola Lusuardi e di tutor di livello internazionale, i partecipanti 2021 hanno sviluppato il trattamento del pilota e il pitch del concept che verranno presentati proprio in occasione del MIA.

**C EU SOON**

Il programma dedicato alle opere prime e seconde di registi europei

Cinque film sono stati selezionati a C EU Soon, il programma di film work in progress curato da Francesca Palleschi e dedicato alle opere prime e seconde europee in post-produzione. Tra i titoli, NASIM, dei registi Ole Jacobs e Arne Büttner; TEMPS MORT (Time Out), prodotto dalla società belga Kwassa Films e coprodotto con la francese Les Films de l'Autre Cougar, della regista francese Eve Duchemin. Opera prima del regista slovacco Michal Blaško, OBEŤ (Victim); MĀSAS (Sisters), opera prima della promettente regista lettone Linda Olte; BERDREYMI (Beautiful beings), diretto da Guðmundur Arnar Guðmundsson, il cui primo lungometraggio Hjartasteinn (Heartstone) è stato presentato in anteprima alle Giornate degli Autori e premiato con il Queer Lion alla 73. Mostra internazionale d'arte cinematografica di Venezia, passando poi per gli European Film Awards e la sezione Discovery del Toronto International Film Festival.



**MIA UNSCRIPTED**

R.J. Cutler, Cosima Spender e Valerio Bonelli

La sezione MIA Unscripted, curata da Marco Spagnoli, proporrà una serie di incontri internazionali di altissimo livello, che vedrà alternarsi alcune illustri personalità del settore. Tra queste l'acclamato produttore e regista R.J. CUTLER, in prima linea nella produzione di documentari americani negli ultimi trent'anni. Dal suo documentario candidato all'Oscar The War Room alla sua rivoluzionaria serie in prima serata vincitrice di un Emmy, American High; dal suo vincitore del Sundance Award The September Issue al successo globale di quest'anno Billie Eilish: The World's A Little Blurry, il lavoro di Cutler ha dimostrato l'ampio fascino e la vitalità del mercato della saggistica da molto prima che qualcuno parlasse di età d'oro del documentario. Nel keynote R.J. Cutler. Dispatches from The Golden Age, il regista approfondirà lo stato dell'arte, analizzando l'attuale panorama dei documentari, in un momento storico in cui film e serie di saggistica dominano di fatto la conversazione culturale.

Tra i protagonisti della settima edizione anche COSIMA SPENDER e VALERIO BONELLI, rispettivamente regista e team editoriale di Palio e SANPA – Peccati del Salvatore, al centro del keynote Documentary Storytelling. In questo appuntamento i due, attingendo dalla propria esperienza che li ha visti collaborare per oltre vent'anni, esploreranno le diverse modalità con cui sviluppare i personaggi e costruire una narrazione in un documentario, che si tratti di un lungometraggio o di una serie, dall'inizio alla consegna, passando per la delicata fase del montaggio, dove più emerge la visione del regista.

**MIA UNSCRIPTED: DOC PITCHING FORUM**

13 progetti di feature doc e docuserie in anteprima internazionale

Con 13 progetti che spaziano dallo sport alla musica, dall'ambiente alla politica, il Doc Pitching Forum di quest'anno sarà contraddistinto da una grande varietà di contenuti, incentrati su personaggi forti, contraddittori e misteriosi.

È il caso, per la categoria "Feature Doc", di LIVE TILL I DIE, per la regia di Anders Teigen, Oscar Hedin, Gustav Ågerstrand e Åsa Ekman, prodotto da Film and Tell; TOPPER HEADON, I FOUGHT THE LAW di Lionel Guedj, prodotto da To Be Continued; SLAVE ISLAND, prodotto dalla Harald House Belgium BV e diretto da Jimmy Hendrickx e Jeremy Kewuan; THE MAYOR – ME, MUSSOLINI AND THE MUSEUM di Piergiorgio Curzi e Sabika Shah Povia, prodotto da Maurizio Carta per Road Television. STONEBREAKERS di Valerio Ciriaci, prodotto da Awen Films e ambientato durante la pandemia. Tra i progetti selezionati anche SUNKEN MEMORIES, prodotto da Leonardo Baraldi per Schicchera production e diretto da Luca Manes; 5 NANOMOLES – THE OLYMPIC DREAM OF A TRANS WOMAN di Elisa Mereghetti; I DON'T FORGIVE di Simone Spampinato ed Elisa Faccioni, prodotto da Manuel Grieco per Jumping Flea; WANTED: RONI KALDERON, diretto da



Evento: MIA MARKET

Testata: Ciak

Data: 23/09/2021

Erez Laufer e Hilla Medalia. Grande spazio nella sezione viene poi riservato alla categoria delle docuserie, tra cui spicca QUEEN OF CHESS di Bernadett Tuza Ritter, un progetto in cinque episodi prodotto da Queenside Pictures e selezionato in collaborazione con Docs Barcelona, sulla storia della vera Regina degli Scacchi. Si continua con RADICALS, diretta da Matteo Ferrarini e prodotta da Matteo Pecorara per Small Boss; ODYSSEY: BEHIND THE MYTH di Massimo Brega, prodotta da Camilla Tartaglione per Kepach; REMAKING OF LOVE, prodotto da Zenit Arti Audiovisive dei registi Lucio Basadonne e Anna Pollio.

[MIA, il mercato cinematografico annuncia i suoi pezzi forti \(ciakmagazine.it\)](https://ciakmagazine.it)

## ROMA / Prime anticipazioni del MIA: keynote di Joe Russo



Torna dal **13 al 17 ottobre** negli spazi di **Palazzo Barberini**, del **Cinema Moderno** e del **Cinema Quattro Fontane** a Roma il MIA, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo diretto da **Lucia Milazzotto**, e giunto alla settima edizione, con un aumento del +30% nel numero di proiezioni cinematografiche, più di 140 proiezioni e 80 tra anteprime di mercato e anteprime mondiali.

Il Keynote d'apertura della divisione **MIA Scripted**, curata da **Gaia Tridente**, sarà affidato al pluripremiato e celebre regista, autore e produttore **Joe Russo**. Co-Chairman con il fratello **Anthony Russo** della casa di produzione **AGBO**. Joe Russo sarà intervistato in esclusiva al MIA da **Sean Furst, Presidente Film & TV di Skybound Entertainment: parlerà del nuovo progetto della società**, attualmente in produzione **The Grey Man** che uscirà nel 2022, dei successi cinematografici e televisivi, come i film realizzati per la Marvel Cinematic Universe (**Captain America: The Winter Soldier**, **Captain America: Civil War**, **Avengers: Infinity War**, e **Avengers: Endgame**), e dello studio fondato dai due fratelli assieme a un collettivo di registi e incentrato sulla creazione di brand-integrated entertainment e contenuti pubblicitari,

Tra i protagonisti della settima edizione anche il produttore e scrittore **Alon Aranya**, al MIA per un keynote focalizzato sui suoi numerosi successi. Tra questi la serie TV **Your Honor**, di cui è Executive Producer, con Bryan Cranston e prodotta per Showtime, remake americano della serie israeliana **Kvodo**, di cui è stata appena confermata una seconda stagione; la serie AppleTV+, **Tehran**, e lo show originale olandese attualmente in produzione **Best Seller Boy**, realizzato con la nuova società di produzione **Paper Plane Productions**, da lui fondata, in co-produzione con CBS Studios International, Willy Waltz International e NPO.

Tra i protagonisti della settima edizione anche il produttore e scrittore **Alon Aranya**, al MIA per un keynote focalizzato sui suoi numerosi successi. Tra questi la serie TV **Your Honor**, di cui è Executive Producer, con Bryan Cranston e prodotta per Showtime, remake americano della serie israeliana **Kvodo**, di cui è stata appena confermata una seconda stagione; la serie AppleTV+, **Tehran**, e lo show originale olandese attualmente in produzione **Best Seller Boy**, realizzato con la nuova società di produzione **Paper Plane Productions**, da lui fondata, in co-produzione con CBS Studios International, Willy Waltz International e NPO.

14 i progetti di lungometraggio cinematografico selezionati al **Film Co-Production Market & Pitching Forum**, che per il secondo anno presenta inoltre **Wanna Taste It?**, sezione dedicata esclusivamente a progetti cinematografici italiani in sviluppo e piattaforma di lancio e crescita per l'industria e il talento italiani, grazie al networking mirato con potenziali sales e finanziatori e incontri con esperti del settore e rappresentanti di istituzioni e fondi. Fra questi, **Arturo's Voice**, opera seconda di Irene Dionisio, e **Les Italiens** di Silvio Muccino, scritto insieme a Carla Vangelista, co-sceneggiatrice di tutti i suoi film.

14 anche i progetti di serie internazionali presentati in anteprima nel Drama Co-production Market & Pitching Forum: arrivano dall'Italia **177 Days. The Kidnapping Of Farouk Kassam**, prodotta da Bim Produzione e scritta da Vincenzo Marra, Lea Tafuri e Antonio Manca; arriva sempre dall'Italia la serie **Gangs Of Rome**, prodotta da Minerva Pictures Group e scritta da Peppe Fiore da un'idea di Gianluca Curti; e ancora **Fireworks** co-prodotta da Fandango e Matrioska, diretta da Susanna Nicchiarelli e scritta con Marianna Cappi.

La divisione Mia Scripted da inoltre il via quest'anno ad una nuova partnership **TorinoFilmLab** che, in una sessione di Hosted Pitch presenterà in anteprima al MIA i **9 progetti della quinta edizione di SeriesLab**, programma di alta formazione dedicato a progetti di serie TV europee innovativi e di alto profilo.

Due i panel in programma: **New Business Models in Television** si concentrerà sul nuovo panorama della AD-supported TV, e **Film Financing Bundles** in cui si analizzeranno le opportunità di finanziamento dei film e i modi in cui si è evoluto l'approccio al finanziamento dei film negli ultimi anni.

Cinque film sono stati selezionati a **C EU Soon**, il programma di film work in progress curato da **Francesca Palleschie** dedicato alle opere prime e seconde europee in post-produzione.

Molto ricco il programma di incontri anche per **MIA Unscripted**, curata da **Marco Spagnoli**: lo stato dell'arte e l'attuale panorama dei documentari sarà discusso nel talk **Dispatches from The Golden Age**, di cui sarà protagonista il produttore e regista **R.J. Cutler** regista del successo globale di quest'anno **Bilie Eilish: The World's A Little Blurry**, candidato all'Oscar con **The War Room**, creatore della rivoluzionaria serie **American High** vincitrice di un Emmy; vincitore del Sundance Award con **The September Issue**.

Di **Documentary Storytelling** converseranno **Cosima Spender e Valerio Bonelli**, rispettivamente regista e montatore **Palio e SANPA – Peccati del Salvatore**.

Con 13 progetti che spaziano dallo sport alla musica, dall'ambiente alla politica, il **Doc Pitching Forum** di quest'anno sarà contraddistinto da una grande varietà di contenuti, incentrati su personaggi forti, contraddittori e misteriosi.

Fra questi, nella categoria "Feature Doc", **The Mayor – Me, Mussolini And The Museum** di Piergiorgio Curzi e Sabika Shah Povia, prodotto da Maurizio Carta per Road Television; **Stonebreakers** di Valerio Ciriaci, prodotto da Awen Films e ambientato durante la pandemia; **Sunken Memories**, prodotto da Leonardo Baraldi per Schicchera production e diretto da Luca Manes; **5 Nanomoles – The Olympic Dream Of A Trans Woman** di Elisa Mereghetti; **I Don't Forgive** di Simone Spampinato ed Elisa Faccioni, prodotto da Manuel Grieco per Jumping Flea. Nella categoria delle docuserie spicca **Queen Of Chess** di **Bernadett Tuza Ritter**, un progetto in cinque episodi prodotto da Queenside Pictures e selezionato in collaborazione con Docs Barcelona, sulla storia della vera Regina degli Scacchi. E ancora **Radicals**, diretta da Matteo Ferrarini e prodotta da Matteo Pecorara per Small Boss; **Odyssey: Behind The Myth** di Massimo Brega, prodotta da Camilla Tartaglione per Kepach; **Remaking Of Love**, prodotto da Zenit Arti Audiovisive dei registi Lucio Basadonne e Anna Pollio.

Il MIA è nato e continua a crescere grazie alla consolidata joint venture tra **ANICA – l'Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive Digitali** presieduta da **Francesco Rutelli** e **APA – l'Associazione Produttori Audiovisivi di Giancarlo Leone**, e il rinnovato supporto di **Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, ICE (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane)**, con il contributo di **MiC (Ministero della Cultura), Ministero dello Sviluppo Economico, Regione Lazio** e **programma MEDIA dell'Unione Europea**. Rinnovate anche per quest'anno le partnership con i principali sostenitori del MIA, quali **UniCredit, Apulia Film Commission e Fondazione Cinema per Roma**, a cui si aggiungono nuovi sponsor per il 2021, come **Fastweb**.



Evento: MIA MARKET

Testata: Cinema e Video International

Data: 24/09/2021

Come nella precedente edizione, l'attività on-site sarà potenziata e integrata da quella online, attraverso la piattaforma **MIA DIGITAL**.

[ROMA / Prime anticipazioni del MIA: keynote di Joe Russo | Cinema & Video International \(cinemaevideo.it\)](#)

DANIELE MIGNARDI  
PROMOPRESS AGENCY



**MIA | MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO**

**3 AGOSTO – 29 LUGLIO**

**Audiovisivo, a Roma torna il Mia.** Si svolgerà dal 13 al 17 ottobre 2021 a Roma negli spazi del Distretto Barberini la settima edizione del Mia / Mercato internazionale audiovisivo: un evento all'insegna di un fitto programma di panel, vetrine di contenuti e proiezioni per circa 200 sessioni in quattro giorni. Con l'obiettivo di continuare ad anticipare le tendenze e i modelli di business del settore, la kermesse diretta da Lucia Milazzotto, ha rinnovato l'offerta di contenuti, strumenti di networking e di mercato, attraverso il potenziamento di tre divisioni: *Scripted*, curata da Gaia Tridente, *Unscripted*, curata da Marco Spagnoli e *Strategic development* affidata a Francesca Pallechi. *Film e Drama*, componenti della divisione *Mia Scripted*, offriranno programmi specifici e trasversali.



**ANSA**

**Torna a Roma il Mia - Mercato internazionale audiovisivo Il piu' importante evento di settore in Italia, dal 13 al 17/10**

Torna per la settima edizione, dal 13 al 17 ottobre a Roma nei consueti spazi del Distretto Barberini, il Mia - Mercato Internazionale Audiovisivo. Fitto programma di panel, vetrine di contenuti e proiezioni per circa 200 sessioni in quattro giorni. Forte dell'esperienza del 2020, segnata dalla pandemia (ma con 8mila presenze sia fisiche che da remoto), l'attivita' on-site sara' potenziata e integrata dall'attivita' online grazie al Mia Digital, la piattaforma che consentira' l'accesso a migliaia di utenti, la fruizione digitale di tutte le attivita' e la possibilita' di accedere ad un vasto catalogo di contenuti multimediali inediti. In sei edizioni, dal 2015, il Mia, la cui direzione e' affidata a Lucia Milazzotto, si e' affermato come punto di riferimento per l'industria nazionale e internazionale, appuntamento di business sempre piu' importante in grado di anticipare le esigenze del settore in un contesto in rapida evoluzione. Con l'obiettivo di continuare ad anticipare tendenze e modelli di business del settore e sostenere l'ecosistema in modo efficiente nella prospettiva internazionale, il Mia ha rinnovato l'offerta di contenuti, strumenti di networking e di mercato, attraverso il potenziamento di tre divisioni: Scripted, curata da Gaia Tridente, Unscripted, curata da Marco Spagnoli e Strategic Development affidata a Francesca Palleschi. Film e Drama, componenti essenziali della divisione Mia Scripted, offriranno programmi specifici e trasversali, sotto la guida esperta di un gruppo di eccellenze del settore, che andranno a comporre i Drama e Film Advisory Board 2021. (ANSA). FAS 29-LUG-21 15:43 NNNN Torna a Roma il Mia - Mercato internazionale audiovisivo (2) (ANSA) - ROMA, 29 LUG - Gia' confermati nel Drama Board 2021: David Levine, (President of Television, Anonymous Content); Jeniffer Kim, (Senior Vice President, International Originals, HBO Max); Christophe Riandee, (Vice CEO, Gaumont); Mo Abudu, (CEO, EbonyLife Group); David Davoli, (President of Television, BRON Studios); Erik Barmack, (CEO and Founder, Wild Sheep Content); Françoise Guyonnet, (Executive Managing Director TV Series, Studiocanal TV); Anne Thomopoulos, (Partner, Legendary Global); Gaspard De Chavagnac, (Co-Founder and Co-CEO, Asacha Media Group); Laura Abril, (Head of ViacomCBS International Studios EMEA & Asia and SVP all Brands for South Europe and Middle East, ViacomCBS); Carlo Dusi, (Executive Producer & Strategy Director, Endor Productions); Julien Leroux, (CEO and Founder, Paper Entertainment). Alcuni di loro ricopriranno un ruolo chiave anche all'interno del Drama Pitching Forum, insieme a Moritz Polter, (Managing Director, Windlight Pictures); Melissa Myers, (President and Partner, Kinetic Content); Isabelle Lindberg Pe'chou, (VP of Creative & Development for Dramas, Nucleus Media Rights) e il produttore indipendente e talent manager Philipp Steffens. Tra gli italiani, confermata la partecipazione della RAI con la presenza nel Board Drama del Direttore di RAI Fiction Maria Pia Ammirati e di Andrea Scrosati, Chief Operating Officer di Fremantle. Molte altre illustri personalita' dell'industria audiovisiva saranno annunciate nelle prossime settimane. Il Film Board accoglierà quest'anno nuovi prestigiosi membri dagli Stati Uniti come il Presidente di Shoreline Entertainment, Steve Macy; Carolyn Steinmetz (EVP, Head of Content Finance, Motion Picture Group STX Entertainment); Scilla Andreen, (CEO & Co-Founder, IndieFlix Group); Jonathan Kier, (gia' Presidente di Sierra / Affinity); Maxime Cottray, (VP Finance and Production, XYZ Films); Edoardo Bussi, (VP of International Film Sales, Metro Goldwyn Mayer Studios); Sean Furst, (Co-President of Film & TV, Skybound Entertainment). Formano, inoltre, il Comitato di Selezione Film 2021: Andrea Scarso, (Investment Director, Ingenious Media), Robin Kerremans (Head of International Co-productions, Caviar Content), Tobias Seiffert (Head of International Acquisitions & Co-Productions, TOBIS Films) e Alexandra Hoesdorff (Co-Founder and CEO, Deal Productions). Visto il successo delle passate

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: [Daniele Mignardi Promopressagency](https://www.facebook.com/DanieleMignardi) - Twitter: [@DanieleMignardi](https://twitter.com/DanieleMignardi)

Partita IVA 12450721001



Evento: MIA Market

Testata: Ansa

Data: 29/07/2021

edizioni e l'importante riscontro internazionale, la sezione Doc si rinnova ampliando il proprio orizzonte produttivo e trasformandosi in Mia Unscripted, per occuparsi di factual e di tutti i nuovi linguaggi dell'audiovisivo che hanno a che fare con la realtà, il suo racconto e la sua interpretazione. Tra gli eventi già confermati, il Doc Pitching Forum che ha ricevuto un centinaio di progetti da tutto il mondo e Italians Doc It Better, il tradizionale appuntamento con il meglio della produzione italiana documentaria. Non mancheranno, inoltre, una serie di attività legate al mondo dell'animazione tra cui uno showcase con il meglio della produzione italiana. Nel Board Unscripted, come sempre formato da membri prestigiosi, figurano: Marco Berardi, (VP GM Italy, Spain Portugal WarnerMedia Entertainment Networks and Sales - CEO Boing, WarnerMedia); Enrico Bufalini, (Direttore della distribuzione cinematografica, della produzione documentaristica e della gestione, conservazione e valorizzazione dell'archivio storico LUCE, di Cinecittà SpA, Istituto Luce - Cinecittà); Laura Carafoli, (SVP Chief Content Officer Discovery, Discovery); Riccardo Chiattelli, (Content and Communication Director, La EFFE); Pierluigi Colantoni, (Direttore Sviluppo Nuovi Formati, RAI Format); Simone D'Amelio Bonelli, (Content and Creative Director, A+E Networks); Simona Ercolani, (CEO and Producer, Stand by Me); Gabriele Genuino, (Responsabile doc, RAI Cinema); Giovanni Bossetti, (Unscripted & Doc Series Italy, Netflix); Duilio Giammaria, (Director Documentary Production RAI, RAI Documentari); Gloria Giorgianni (CEO and producer, Anele); Simone Isola (Producer, Director, Kimerafilm); Erkko Lyytinen (Commissioning Editor, Yle); Roberto Pisoni (Head of Sky Arte, Sky Italia); Rudy Buttignol (President & C.E.O., Knowledge Network Corporation); Andrea Sassano, (Director Television and Artistic Resources Department, RAI), Dante Sollazzo (Head of Unscripted Originals - Italy, Amazon Studios). Mia nasce dalla consolidata joint venture tra Anica e Apa, con il supporto di Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, ICE (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane), MiC (Ministero della Cultura), Ministero dello Sviluppo Economico, Regione Lazio, programma MEDIA dell'Unione Europea. I principali partner del Mia sono UniCredit, Fastweb, Fondazione Cinema per Roma, Alice nella Città'. (ANSA). FAS 29-LUG-21 15:44 NNNN Torna a Roma il Mia - Mercato internazionale audiovisivo (2) (ANSA) - ROMA, 29 LUG - Già confermati nel Drama Board 2021: David Levine, (President of Television, Anonymous Content); Jeniffer Kim, (Senior Vice President, International Originals, HBO Max); Christophe Riandee, (Vice CEO, Gaumont); Mo Abudu, (CEO, EbonyLife Group); David Davoli, (President of Television, BRON Studios); Erik Barmack, (CEO and Founder, Wild Sheep Content); Françoise Guyonnet, (Executive Managing Director TV Series, Studiocanal TV); Anne Thomopoulos, (Partner, Legendary Global); Gaspard De Chavagnac, (Co-Founder and Co-CEO, Asacha Media Group); Laura Abril, (Head of ViacomCBS International Studios EMEA & Asia and SVP all Brands for South Europe and Middle East, ViacomCBS); Carlo Dusi, (Executive Producer & Strategy Director, Endor Productions); Julien Leroux, (CEO and Founder, Paper Entertainment). Alcuni di loro ricopriranno un ruolo chiave anche all'interno del Drama Pitching Forum, insieme a Moritz Polter, (Managing Director, Windlight Pictures); Melissa Myers, (President and Partner, Kinetic Content); Isabelle Lindberg Pe'chou, (VP of Creative & Development for Dramas, Nucleus Media Rights) e il produttore indipendente e talent manager Philipp Steffens. Tra gli italiani, confermata la partecipazione della RAI con la presenza nel Board Drama del Direttore di RAI Fiction Maria Pia Ammirati e di Andrea Scrosati, Chief Operating Officer di Fremantle. Molte altre illustri personalità dell'industria audiovisiva saranno annunciate nelle prossime settimane. Il Film Board accoglierà quest'anno nuovi prestigiosi membri dagli Stati Uniti come il Presidente di Shoreline Entertainment, Steve Macy; Carolyn Steinmetz (EVP, Head of Content Finance, Motion Picture Group STX Entertainment); Scilla Andreen, (CEO & Co-Founder, IndieFlix Group); Jonathan Kier, (già Presidente di Sierra / Affinity); Maxime Cottray, (VP Finance and Production, XYZ Films); Edoardo Bussi, (VP of International Film Sales, Metro Goldwyn Mayer Studios); Sean Furst, (Co-President of Film & TV, Skybound

**Daniele Mignardi Promopressagency**

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)Facebook: [Daniele Mignardi Promopressagency](#) - Twitter: [@DanieleMignardi](#)

Partita IVA 12450721001

Evento: MIA Market

Testata: Ansa

Data: 29/07/2021

Entertainment). Formano, inoltre, il Comitato di Selezione Film 2021: Andrea Scarso, (Investment Director, Ingenious Media), Robin Kerremans (Head of International Co-productions, Caviar Content), Tobias Seiffert (Head of International Acquisitions & Co-Productions, TOBIS Films) e Alexandra Hoesdorff (Co-Founder and CEO, Deal Productions). Visto il successo delle passate edizioni e l'importante riscontro internazionale, la sezione Doc si rinnova ampliando il proprio orizzonte produttivo e trasformandosi in Mia Unscripted, per occuparsi di factual e di tutti i nuovi linguaggi dell'audiovisivo che hanno a che fare con la realtà, il suo racconto e la sua interpretazione. Tra gli eventi già confermati, il Doc Pitching Forum che ha ricevuto un centinaio di progetti da tutto il mondo e Italians Doc It Better, il tradizionale appuntamento con il meglio della produzione italiana documentaria. Non mancheranno, inoltre, una serie di attività legate al mondo dell'animazione tra cui uno showcase con il meglio della produzione italiana. Nel Board Unscripted, come sempre formato da membri prestigiosi, figurano: Marco Berardi, (VP GM Italy, Spain Portugal WarnerMedia Entertainment Networks and Sales - CEO Boing, WarnerMedia); Enrico Bufalini, (Direttore della distribuzione cinematografica, della produzione documentaristica e della gestione, conservazione e valorizzazione dell'archivio storico LUCE, di Cinecittà SpA, Istituto Luce - Cinecittà); Laura Carafoli, (SVP Chief Content Officer Discovery, Discovery); Riccardo Chiattelli, (Content and Communication Director, La EFFE); Pierluigi Colantoni, (Direttore Sviluppo Nuovi Formati, RAI Format); Simone D'Amelio Bonelli, (Content and Creative Director, A+E Networks); Simona Ercolani, (CEO and Producer, Stand by Me); Gabriele Genuino, (Responsabile doc, RAI Cinema); Giovanni Bossetti, (Unscripted & Doc Series Italy, Netflix); Duilio Giammaria, (Director Documentary Production RAI, RAI Documentari); Gloria Giorgianni (CEO and producer, Anele); Simone Isola (Producer, Director, Kimerafilm); Erkkko Lyytinen (Commissioning Editor, Yle); Roberto Pisoni (Head of Sky Arte, Sky Italia); Rudy Buttignol (President & C.E.O., Knowledge Network Corporation); Andrea Sassano, (Director Television and Artistic Resources Department, RAI), Dante Sollazzo (Head of Unscripted Originals - Italy, Amazon Studios). Mia nasce dalla consolidata joint venture tra Anica e Apa, con il supporto di Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, ICE (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane), MiC (Ministero della Cultura), Ministero dello Sviluppo Economico, Regione Lazio, programma MEDIA dell'Unione Europea. I principali partner del Mia sono UniCredit, Fastweb, Fondazione Cinema per Roma, Alice nella Città'.

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

**AGENZIA 9 COLONNE**

**AUDIOVISIVO, A ROMA TORNA "MIA" DAL 13 AL 17 OTTOBRE**

(9Colonne) Roma, 30 lug - In sei edizioni, dal 2015, il MIA|Mercato Internazionale Audiovisivo, la cui direzione è affidata a Lucia Milazzotto, si è affermato, anno dopo anno, come punto di riferimento per l'industria nazionale e internazionale, appuntamento di business sempre più importante in grado di anticipare le esigenze del settore in un contesto in rapida evoluzione. Con 8.000 presenze on-site e online, nel pieno della pandemia, lo scorso anno MIA è stato uno dei primi esempi di mercato ibrido, capace di offrire un ambiente sicuro dove rafforzare le relazioni globali con i top players dell'industria audiovisiva e scoprire, nei luoghi più straordinari del patrimonio culturale italiano, contenuti di altissima qualità. La settima edizione si svolgerà dal 13 al 17 ottobre 2021 a Roma nei consueti spazi del Distretto Barberini, all'insegna di un fitto programma di panel, vetrine di contenuti e proiezioni per circa 200 sessioni in quattro giorni. Forte dell'esperienza del 2020, l'attività on-site sarà ancora una volta potenziata e integrata dall'attività online grazie al MIA DIGITAL, la piattaforma che consentirà l'accesso esclusivo a migliaia di utenti, la fruizione digitale di tutte le attività e la possibilità di accedere ad un vasto catalogo di contenuti multimediali inediti. Con l'obiettivo di continuare ad anticipare le tendenze e i modelli di business del settore e sostenere l'ecosistema in modo efficiente nella prospettiva internazionale, il MIA ha rinnovato l'offerta di contenuti, strumenti di networking e di mercato, attraverso il potenziamento di tre divisioni: Scripted, curata da Gaia Tridente, Unscripted, curata da Marco Spagnoli e Strategic Development affidata a Francesca Palleschi. Film e Drama, componenti essenziali della divisione MIA SCRIPTED offriranno programmi specifici e trasversali, avvalendosi della guida esperta di un gruppo selezionato di eccellenze del settore, che andranno a comporre i Drama e Film Advisory Board 2021, il Mercato sarà in grado di offrire ancora una volta contenuti di altissimo livello, capaci di rispondere alle nuove abitudini di consumo e ai nuovi schemi di produzione. Sono già stati confermati nel Drama Board 2021: David Levine, (President of Television, Anonymous Content); Jeniffer Kim, (Senior Vice President, International Originals, HBO Max); Christophe Riandee, (Vice CEO, Gaumont); Mo Abudu, (CEO, EbonyLife Group); David Davoli, (President of Television, BRON Studios); Erik Barmack, (CEO and Founder, Wild Sheep Content); Françoise Guyonnet, (Executive Managing Director TV Series, Studiocanal TV); Anne Thomopoulos, (Partner, Legendary Global); Gaspard De Chavagnac, (Co-Founder and Co-CEO, Asacha Media Group); Laura Abril, (Head of ViacomCBS International Studios EMEA Asia and SVP all Brands for South Europe and Middle East, ViacomCBS); Carlo Dusi, (Executive Producer Strategy Director, Endor Productions); Julien Leroux, (CEO and Founder, Paper Entertainment). Alcuni di loro ricopriranno un ruolo chiave anche all'interno del Drama Pitching Forum, insieme a Moritz Polter, (Managing Director, Windlight Pictures); Melissa Myers, (President and Partner, Kinetic Content); Isabelle Lindberg Péchou, (VP of Creative Development for Dramas, Nucleus Media Rights) e il produttore indipendente e talent manager Philipp Steffens. Tra gli italiani, conferMIAMO la partecipazione della RAI con la presenza nel Board Drama del Direttore di RAI Fiction Maria Pia Ammirati e di Andrea Scrosati, Chief Operating Officer di Fremantle. Molte altre illustri personalità dell'industria audiovisiva saranno annunciate nelle prossime settimane. Il Film Board accoglierà quest'anno nuovi prestigiosi membri dagli Stati Uniti come il Presidente di Shoreline Entertainment, Steve Macy; Carolyn Steinmetz (EVP, Head of Content Finance, Motion Picture Group STX Entertainment); Scilla Andreen, (CEO Co-Founder, IndieFlix Group); Jonathan Kier, (già Presidente di Sierra / Affinity); Maxime Cottray, (VP Finance and Production, XYZ Films); Edoardo Bussi, (VP of International Film Sales, Metro Goldwyn Mayer Studios); Sean Furst, (Co-President of Film TV, Skybound Entertainment). Formano, inoltre, il Comitato di Selezione Film 2021: Andrea Scarso, (Investment Director, Ingenious Media), Robin Kerremans (Head of International Co-productions, Caviar Content), Tobias Seiffert (Head of International Acquisitions Co-Productions, TOBIS Films) e Alexandra Hoesdorff (Co-Founder and CEO, Deal Productions). Visto il successo delle passate edizioni e l'importante riscontro internazionale, in linea con le rapide evoluzioni del mercato, la sezione Doc si rinnova ampliando il proprio orizzonte produttivo e trasformandosi in MIA UNSCRIPTED, per occuparsi di factual e di tutti i nuovi linguaggi dell'audiovisivo che hanno a che fare con la realtà, il suo racconto e la sua interpretazione. Tra gli eventi già confermati, il Doc Pitching Forum che ha ricevuto un centinaio di progetti da tutto il mondo e Italians Doc It Better, il tradizionale appuntamento con il meglio della produzione italiana documentaria. Non mancheranno, inoltre, una serie di attività legate al mondo dell'animazione tra cui uno showcase con il meglio della produzione italiana. Nel Board Unscripted, come sempre formato da membri

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: [Daniele Mignardi Promopressagency](https://www.facebook.com/DanieleMignardi) - Twitter: [@DanieleMignardi](https://twitter.com/DanieleMignardi)

Partita IVA 12450721001

Evento: MIA MARKET

Testata: 9 Colonne

Data: 30/07/2021

prestigiosi, figurano: Marco Berardi, (VP GM Italy, Spain Portugal WarnerMedia Entertainment Networks and Sales - CEO Boing, WarnerMedia); Enrico Bufalini, (Direttore della distribuzione cinematografica, della produzione documentaristica e della gestione, conservazione e valorizzazione dell'archivio storico LUCE, di Cinecittà SpA, Istituto Luce - Cinecittà); Laura Carafoli, (SVP Chief Content Officer Discovery, Discovery); Riccardo Chiattelli, (Content and Communication Director, La EFFE); Pierluigi Colantoni, (Direttore Sviluppo Nuovi Formati, RAI Format); Simone D'Amelio Bonelli, (Content and Creative Director, A+E Networks); Simona Ercolani, (CEO and Producer, Stand by Me); Gabriele Genuino, (Responsabile doc, RAI Cinema); Giovanni Bossetti, (Unscripted Doc Series Italy, Netflix); Duilio Giammaria, (Director Documentary Production RAI, RAI Documentari); Gloria Giorgianni (CEO and producer, Anele); Simone Isola (Producer, Director, Kimerafilm); Erkko Lyytinen (Commissioning Editor, Yle); Roberto Pisoni (Head of Sky Arte, Sky Italia); Rudy Buttignol (President C.E.O., Knowledge Network Corporation); Andrea Sassano, (Director Television and Artistic Resources Department, RAI), Dante Sollazzo (Head of Unscripted Originals - Italy, Amazon Studios). MIA nasce dalla consolidata joint venture tra ANICA e APA, con il supporto di Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, ICE (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane), MiC (Ministero della Cultura), Ministero dello Sviluppo Economico, Regione Lazio, programma MEDIA dell'Unione Europea. I principali partner del MIA sono UniCredit, Fastweb, Fondazione Cinema per Roma, Alice nella Città. Dal 2015, il MIA ha registrato una crescita dell'84% in termini di presenze e numero di contenuti presentati. L'edizione 2020, grazie ad una nuova esperienza di mercato ibrido, ha registrato un totale di 3.000 presenze on site e 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 operatori stranieri, divisi tra on site e online. (BIG ITALY / red) 300748 LUG 21

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001



# Torna a Roma il Mia - Mercato internazionale audiovisivo

Il più importante evento di settore in Italia, dal 13 al 17/10



(ANSA) - ROMA, 29 LUG - Torna per la settima edizione, dal 13 al 17 ottobre a Roma nei consueti spazi del Distretto Barberini, il Mia - Mercato Internazionale Audiovisivo. Fitto programma di panel, vetrine di contenuti e proiezioni per circa 200 sessioni in quattro giorni.

Forte dell'esperienza del 2020, segnata dalla pandemia (ma con 8mila presenze sia fisiche che da remoto), l'attività on-site sarà potenziata e integrata dall'attività online grazie al Mia Digital, la piattaforma che consentirà l'accesso a migliaia di utenti, la fruizione digitale di tutte le attività e la possibilità di accedere ad un vasto catalogo di contenuti multimediali inediti. In sei edizioni, dal 2015, il Mia, la cui direzione è affidata a Lucia Milazzotto, si è affermato come punto di riferimento per l'industria nazionale e internazionale, appuntamento di business sempre più importante in grado di anticipare le esigenze del settore in un contesto in rapida evoluzione. Con l'obiettivo di continuare ad anticipare tendenze e modelli di business del settore e sostenere l'ecosistema in modo efficiente nella prospettiva internazionale, il Mia ha rinnovato l'offerta di contenuti, strumenti di networking e di mercato, attraverso il potenziamento di tre divisioni: Scripted, curata da Gaia Tridente, Unscripted, curata da Marco Spagnoli e Strategic Development affidata a Francesca Palleschi. Film e Drama, componenti essenziali della divisione Mia Scripted, offriranno programmi specifici e trasversali, sotto la guida esperta di un gruppo di eccellenze del settore, che andranno a comporre i Drama e Film Advisory Board 2021. (ANSA).

[https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/cinema/2021/07/29/torna-a-roma-il-mia-mercato-internazionale-audiovisivo\\_5ab82f53-b514-4ebd-8c0e-5ac96c12c07d.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/cinema/2021/07/29/torna-a-roma-il-mia-mercato-internazionale-audiovisivo_5ab82f53-b514-4ebd-8c0e-5ac96c12c07d.html)

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

## Roma, al via la settima edizione del Mia|Mercato Internazionale Audiovisivo: al Distretto Barberini dal 13 ottobre



Annunciata la **settima edizione** del **Mia|Mercato Internazionale Audiovisivo**. L'evento si svolgerà dal 13 al 17 ottobre 2021 a **Roma** nei consueti spazi del Distretto Barberini, all'insegna di un fitto programma di panel, vetrine di contenuti e proiezioni per circa 200 sessioni in quattro giorni.

In sei edizioni, dal 2015, il **Mia**, la cui direzione è affidata a **Lucia Milazzotto**, si è affermato, anno dopo anno, come punto di riferimento per l'industria nazionale e internazionale del settore. Con **8mila presenze** fisiche e online. Nel pieno della pandemia, lo scorso anno il Mia è stato uno dei primi esempi di mercato ibrido, capace di offrire un **ambiente sicuro** con i top players dell'**industria audiovisiva** con contenuti di altissima qualità.

### L'edizione 2021

Forte dell'**esperienza del 2020**, l'attività dal vivo sarà ancora una volta potenziata e integrata dall'attività online grazie al **Mia Digital**. La piattaforma consentirà l'accesso esclusivo a migliaia di utenti, la fruizione digitale di tutte le attività e la possibilità di accedere ad un vasto catalogo di contenuti multimediali inediti.

Il Mia ha rinnovato l'offerta di contenuti, strumenti di networking e di mercato, attraverso il potenziamento di tre divisioni: **Scripted**, curata da Gaia Tridente, **Unscripted**, curata da Marco Spagnoli e **Strategic Development** affidata a Francesca Palleschi.

Film e Drama, componenti essenziali della divisione **Mia Scripted** offriranno programmi specifici e trasversali, avvalendosi della guida esperta di un gruppo selezionato di eccellenze del settore, che andranno a comporre i Drama e **Film Advisory Board 2021**, il Mercato sarà in grado di offrire ancora una volta contenuti di altissimo livello, capaci di rispondere alle nuove abitudini di consumo e ai nuovi schemi di produzione.

Tra gli altri saranno presenti nel **Drama Board 2021** David Levine, President of Television, Anonymous Content, Jeniffer Kim, Senior Vice President di Hbo Max e **Christophe Riandee**, vice Ceo Gaumont

## Il Mia Unscripted

Visto il successo delle passate edizioni e l'importante riscontro internazionale, in linea con le rapide evoluzioni del mercato, la **sezione Doc** si rinnova ampliando il proprio orizzonte produttivo e trasformandosi in **Mia Unscripted**, per occuparsi di factual e di tutti i nuovi linguaggi dell'audiovisivo che hanno a che fare con la realtà, il suo racconto e la sua interpretazione.

## I successi del Mia

Dal 2015, il Mia ha registrato una **crescita dell'84%** in termini di presenze e numero di contenuti presentati. L'edizione 2020, grazie ad una nuova esperienza di mercato ibrido, ha registrato un totale di **3mila presenze fisiche** e 3mila 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 operatori stranieri, divisi tra on site e online.

[https://www.ilmessaggero.it/spettacoli/eventi/mia\\_mercato\\_internazionale\\_audiovisivo\\_roma\\_evento-6111670.html](https://www.ilmessaggero.it/spettacoli/eventi/mia_mercato_internazionale_audiovisivo_roma_evento-6111670.html)



## Torna il Mia, Mercato internazionale audiovisivo: top player internazionali e due nuove divisioni sul meglio della produzione scripted e unscripted

In sei edizioni, dal 2015, il MIA|MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO, la cui direzione è affidata a Lucia Milazotto, si è affermato, anno dopo anno, come punto di riferimento per l'industria nazionale e internazionale, appuntamento di business sempre più importante in grado di anticipare le esigenze del settore in un contesto in rapida evoluzione. Come si legge nel comunicato, con 8.000 presenze on-site e online, nel pieno della pandemia, lo scorso anno MIA è stato uno dei primi esempi di mercato ibrido, capace di offrire un ambiente sicuro dove rafforzare le relazioni globali con i top player dell'industria audiovisiva e scoprire, nei luoghi più straordinari del patrimonio culturale italiano, contenuti di altissima qualità.



La settima edizione si svolgerà dal 13 al 17 ottobre 2021 a Roma nei consueti spazi del Distretto Barberini, all'insegna di un fitto programma di panel, vetrine di contenuti e proiezioni per circa 200 sessioni in quattro giorni. Forte dell'esperienza del 2020, l'attività on-site sarà ancora una volta potenziata e integrata dall'attività online grazie al MIA DIGITAL, la piattaforma che consentirà l'accesso esclusivo a migliaia di utenti, la fruizione digitale di tutte le attività e la possibilità di accedere ad un vasto catalogo di contenuti multimediali inediti.

Con l'obiettivo di continuare ad anticipare le tendenze e i modelli di business del settore e sostenere l'ecosistema in modo efficiente nella prospettiva internazionale, il MIA ha rinnovato l'offerta di contenuti, strumenti di networking e di mercato, attraverso il potenziamento di tre divisioni: Scripted, curata da Gaia Tridente, Unscripted, curata da Marco Spagnoli e Strategic Development affidata a Francesca Palleschi.

Film e Drama, componenti essenziali della divisione MIA SCRIPTED offriranno programmi specifici e trasversali, avvalendosi della guida esperta di un gruppo selezionato di eccellenze del settore, che andranno a comporre il Drama e Film Advisory Board 2021, il Mercato sarà in grado di offrire ancora una volta contenuti di altissimo livello, capaci di rispondere alle nuove abitudini di consumo e ai nuovi schemi di produzione.

Sono già stati confermati nel Drama Board 2021: David Levine, (President of Television, Anonymous Content); Jennifer Kim, (Senior Vice President, International Originals, HBO Max); Christophe Riandee, (Vice CEO, Gaumont); Mo Abudu, (CEO, EbonyLife Group); David Davoli, (President of Television, BRON Studios); Erik Barmack, (CEO and Founder, Wild Sheep Content); Françoise Guyonnet, (Executive Managing Director TV Series, Studiocanal TV); Anne Thomopoulos, (Partner, Legendary Global); Gaspard De Chavagnac, (Co- Founder and Co-CEO, Asacha Media Group); Laura Abril, (Head of ViacomCBS International Studios EMEA & Asia and SVP all Brands for South Europe and Middle East, ViacomCBS); Carlo Dusi, (Executive Producer & Strategy Director, Endor Productions); Julien Leroux, (CEO and Founder, Paper Entertainment). Alcuni di loro ricopriranno un ruolo chiave anche all'interno del Drama Pitching Forum, insieme a Moritz Polter, (Managing Director, Windlight Pictures); Melissa Myers, (President and Partner, Kinetic Content); Isabelle Lindberg Péchou, (VP of Creative & Development for Dramas, Nucleus Media Rights) e il produttore indipendente e talent manager Philipp Steffens. Tra gli italiani, confermiamo la partecipazione della RAI con la presenza nel Board Drama del Direttore di RAI Fiction Maria Pia Ammirati e

**Daniele Mignardi Promopressagency**

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: [Daniele Mignardi Promopressagency](https://www.facebook.com/DanieleMignardi) - Twitter: [@DanieleMignardi](https://twitter.com/DanieleMignardi)

Partita IVA 12450721001



di Andrea Scrosati, Chief Operating Officer di Fremantle. Molte altre illustri personalità dell'industria audiovisiva saranno annunciate nelle prossime settimane.

Il Film Board accoglierà quest'anno nuovi prestigiosi membri dagli Stati Uniti come il Presidente di Shoreline Entertainment, Steve Macy; Carolyn Steinmetz (EVP, Head of Content Finance, Motion Picture Group STX Entertainment); Scilla Andreen, (CEO & Co-Founder, IndieFlix Group); Jonathan Kier, (già Presidente di Sierra / Affinity); Maxime Cottray, (VP Finance and Production, XYZ Films); Edoardo Bussi, (VP of International Film Sales, Metro Goldwyn Mayer Studios); Sean Furst, (Co-President of Film & TV, Skybound Entertainment). Formano, inoltre, il Comitato di Selezione Film 2021: Andrea Scarso, (Investment Director, Ingenious Media), Robin Kerremans (Head of International Co-productions, Caviar Content), Tobias Seiffert (Head of International Acquisitions & Co-Productions, TOBIS Films) e Alexandra Hoesdorff (Co-Founder and CEO, Deal Productions).

Visto il successo delle passate edizioni e l'importante riscontro internazionale, in linea con le rapide evoluzioni del mercato, la sezione Doc si rinnova ampliando il proprio orizzonte produttivo e trasformandosi in MIA UNSCRIP-TED, per occuparsi di factual e di tutti i nuovi linguaggi dell'audiovisivo che hanno a che fare con la realtà, il suo racconto e la sua interpretazione. Tra gli eventi già confermati, il Doc Pitching Forum che ha ricevuto un centinaio di progetti da tutto il mondo e Italians Doc It Better, il tradizionale appuntamento con il meglio della produzione italiana documentaria. Non mancheranno, inoltre, una serie di attività legate al mondo dell'animazione tra cui uno showcase con il meglio della produzione italiana.

Nel Board Unscripted, come sempre formato da membri prestigiosi, figurano: Marco Berardi, (VP GM Italy, Spain Portugal WarnerMedia Entertainment Networks and Sales – CEO Boing, WarnerMedia); Enrico Bufalini, (Direttore della distribuzione cinematografica, della produzione documentaristica e della gestione, conservazione e valorizzazione dell'archivio storico LUCE, di Cinecittà SpA, Istituto Luce – Cinecittà); Laura Carafoli, (SVP Chief Content Officer Discovery, Discovery); Riccardo Chiattelli, (Content and Communication Director, La EFFE); Pierluigi Colantoni, (Direttore Sviluppo Nuovi Formati, RAI Format); Simone D'Amelio Bonelli, (Content and Creative Director, A+E Networks); Simona Ercolani, (CEO and Producer, Stand by Me); Gabriele Genuino, (Responsabile doc, RAI Cinema); Giovanni Bossetti, (Unscripted & Doc Series Italy, Netflix); Duilio Giammaria, (Director Documentary Production RAI, RAI Documentari); Gloria Giorgianni (CEO and producer, Anele); Simone Isola (Producer, Director, Kimerafilm); Erkkko Lytinen (Commissioning Editor, Yle); Roberto Pisoni (Head of Sky Arte, Sky Italia); Rudy Buttignol (President & C.E.O., Knowledge Network Corporation); Andrea Sassano, (Director Television and Artistic Resources Department, RAI), Dante Sollazzo (Head of Unscripted Originals – Italy, Amazon Studios).

MIA nasce dalla consolidata joint venture tra ANICA e APA, con il supporto di Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, ICE (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane), MiC (Ministero della Cultura), Ministero dello Sviluppo Economico, Regione Lazio, programma MEDIA dell'Unione Europea. I principali partner del MIA sono UniCredit, Fastweb, Fondazione Cinema per Roma, Alice nella Città.

Dal 2015, il MIA ha registrato una crescita dell'84% in termini di presenze e numero di contenuti presentati. L'edizione 2020, grazie ad una nuova esperienza di mercato ibrido, ha registrato un totale di 3.000 presenze on site e 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 operatori stranieri, divisi tra on site e online.

<https://www.primaonline.it/2021/07/29/328251/torna-a-roma-il-mia-mercato-internazionale-audiovisivo-top-player-internazionali-e-due-nuove-divisioni-sul-meglio-della-produzione-scripted-e-unscripted/>

**Toma il Mia, Mercato internazionale audiovisivo: top player internazionali e due nuove divisioni sul meglio della produzione scripted e unscripted**

In sei edizioni, dal 2015, il MIAIMERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO, la cui direzione è affidata a Lucia Milazzotto, si è affermato, anno dopo anno, come punto di riferimento per l'industria nazionale e internazionale, appuntamento di business sempre più importante in grado di anticipare le esigenze del settore in un contesto in rapida evoluzione. Come si legge

**Continua a leggere**

**PRIMAONLINE REPORT**

Le notizie più importanti di oggi

**Comcast annuncia lo sbarco del servizio streaming Peacock su Sky in Italia ed Europa. Disponibile per una platea di quasi 20 milioni di clienti**

Comcast ha annunciato che NBC Universal e Sky renderanno il servizio streaming Peacock disponibile senza costi aggiuntivi per la platea di quasi 20 milioni di clienti Sky in Europa. Entro la fine dell'anno, Peacock farà il proprio debutto internazionale sulle piattaforme Sky, tra cui Sky Q, NOW e Sky Ticket, che attualmente servono clienti in tutto il Regno Unito, Irlanda, Germania,

**Continua a leggere**

**Nel primo semestre 2021 aumenta l'uso di Internet. Comscore: Cresce l'audience media mensile per Health (+9%) , Government (+18%) e Sport (+14%)**

La pubblicazione dei dati Comscore (NASDAQ: SCOR) di giugno 2021 relativi all'Audience digitale italiana consente di analizzare il comportamento della popolazione digitale italiana (41,4 milioni di visitatori unici) nei primi sei mesi del 2021 e, grazie al confronto con il medesimo periodo dello scorso anno, mostra come l'utilizzo della Rete nel Paese stia confermando i

**Continua a leggere**

**Boom degli investimenti pubblicitari digital anche a giugno, +37,2%. Fcp Assointernet: Primo semestre dell'anno "brillante" a +29,3%**

"Gli investimenti pubblicitari rilevati dalla società Reply nell'ambito dell'Osservatorio Fcp- Assointernet registrano a giugno 2021 una crescita del +37,2%, che porta il dato progressivo del primo semestre dell'anno ad un brillante +29,3%. È il commento del presidente Fcp Assointernet, Giorgio Galantis, che prosegue: I dati di andamento pubblicitario di questo 2021, già favorevoli in termini assoluti, assumono una

**Continua a leggere**

**Daniele Mignardi Promopressagency**

**Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.**

**on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)**

**Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi**

**Partita IVA 12450721001**

**TOP CONTENUTI VIDEO dei brand iscritti ad Audiweb. A maggio TgCom24 sale in vetta, seguono sul podio multimediale Fanpage e Gazzetta dello Sport**

Top contenuti video degli editori/brand iscritti ad Audiweb nel mese di maggio. Passiamo alla classificazione dei dati Audiweb powered by Nielsen riferiti alla componente video compresa nell'offerta editoriale degli editori iscritti a questo tipo di rilevazione, così da osservare il livello di gradimento raggiunto anche da questa importante tipologia di contenuti. Come si legge dalle note

[Continua a leggere](#)

**Tim, Sparkle partecipa con Google a collegare Europa e Asia. Da Genova a Mumbai con un cavo sottomarino lungo più di 5mila miglia**

Genova si collega a Mumbai con un cavo sottomarino lungo più di 5mila miglia. Sparkle, l'operatore wholesale di servizi internazionali di Tim, realizzerà insieme a Google e ad altri operatori il Blue & Raman Submarine Cable Systems, attraversando Francia, Grecia e Israele, Giordania, Arabia Saudita, Gibuti, Oma. E' previsto che il collegamento sia operativo, si legge in una nota, dal 2024

[Continua a leggere](#)

**Toma il Mia, Mercato internazionale audiovisivo: top player internazionali e due nuove divisioni sul meglio della produzione scripted e unscripted**

In sei edizioni, dal 2015, il MIAMERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO, la cui direzione è affidata a Lucia Milazzotto, si è affermato, anno dopo anno, come punto di riferimento per l'industria nazionale e internazionale, appuntamento di business sempre più importante in grado di anticipare le esigenze del settore in un contesto in rapida evoluzione. Come si legge

[Continua a leggere](#)

<https://us9.campaign-archive.com/?e=8639c937dd&u=8069ed5013c55be909e812f5a&id=c386119f82>

## Roma – Mia Market: a Roma il più importante mercato audiovisivo in Italia

La settima edizione del Mia Market si svolge dal 13 al 17 ottobre a Roma nei consueti spazi del Distretto Barberini, all'insegna di un fitto programma di panel, vetrine di contenuti e proiezioni per circa 200 sessioni in quattro giorni. Forte dell'esperienza del 2020, l'attività on-site è ancora una volta potenziata e integrata dall'attività online grazie al [Mia Digital](#), la piattaforma che consente l'accesso esclusivo a migliaia di utenti, la fruizione digitale di tutte le attività e la possibilità di accedere a un vasto catalogo di contenuti multimediali inediti. Con l'obiettivo di continuare ad anticipare le tendenze e i modelli di business del settore e sostenere l'ecosistema in modo efficiente nella prospettiva internazionale, il Mia ha rinnovato l'offerta di contenuti, strumenti di networking e di mercato, attraverso il potenziamento di tre divisioni: Scripted, curata da Gaia Tridente, Unscripted, curata da Marco Spagnoli e Strategic Development affidata a Francesca Palleschi. [Info](#) e [contatti](#)

<https://www.primaonline.it/2021/07/30/328326/roma-mia-market-a-roma-il-piu-importante-mercato-audiovisivo-in-italia/>



# Mia Market: pronti per l'edizione n°7

Torna a Roma dal 13 al 17 ottobre il Mercato internazionale dell'audiovisivo



**Torna a Roma, per la settima edizione, dal 13 al 17 ottobre, il Mia – Mercato internazionale dell'audiovisivo. Con la direzione di Lucia Milazzotto, il mercato torna nei consueti spazi del Distretto Barberini di Roma, insieme all'edizione online del Mia Digital. Ricco il programma tra panel, vetrine di contenuti e proiezioni per circa 200 sessioni in quattro giorni.**

## LE DIVISIONI

La quattro giorni si articola nelle tre divisioni **Scripted, curata da Gaia Tridente, Unscripted, curata da Marco Spagnoli e Strategic Development affidata a Francesca Palleschi.**

Film e Drama saranno i componenti della divisione **MIA SCRIPTED**, che proporrà programmi specifici e trasversali, avvalendosi della guida esperta di un gruppo selezionato di eccellenze del settore, che andranno a comporre i Drama e Film Advisory Board 2021. Tra gli italiani, è confermata la partecipazione di Maria Pia Ammirati, direttrice di Rai Fiction, e di Andrea Scrosati, Chief Operating Officer di Fremantle.

**MIA UNSCRIPTED** è il nuovo nome della sezione Doc, che amplia il proprio orizzonte produttivo per occuparsi di factual e dei nuovi linguaggi dell'audiovisivo "che hanno a che fare con la realtà, il suo racconto e la sua interpretazione". Tra gli eventi già confermati, il Doc Pitching Forum e Italians Doc It Better, l'appuntamento con il meglio della produzione italiana documentaria. Non mancheranno una serie di attività legate al mondo dell'animazione tra cui uno showcase con il meglio della produzione italiana.

## GLI ORGANIZZATORI

MIA nasce dalla joint venture tra ANICA e APA, con il supporto di Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, ICE (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane), MiC (Ministero della Cultura), Ministero dello Sviluppo Economico, Regione Lazio, programma MEDIA dell'Unione Europea. I principali partner del MIA sono UniCredit, Fastweb, Fondazione Cinema per Roma, Alice nella Città.

<https://www.e-duesse.it/televisione/mia-market-pronti-per-ledizione-n7/>

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

## ROMA / MIA rinnova l'offerta



Per la sua settima edizione, dal 13 al 17 ottobre 2021 a Roma nei consueti spazi del Distretto Barberini, il **MIA**, Mercato Internazionale dell'Audiovisivo frutto della joint venture di **APA** e **ANICA** e diretto da **Lucia Milazzotto**, ha rinnovato l'offerta di contenuti, strumenti di networking e di mercato, attraverso il potenziamento di tre divisioni: *Scripted*, curata da Gaia Tridente, *Unscripted*, curata da Marco Spagnoli e *Strategic Development* affidata a Francesca Palleschi.

**Film e Drama, componenti essenziali** della divisione MIA SCRIPTED, offriranno programmi specifici e trasversali, avvalendosi della guida un gruppo di esperti che andranno a comporre il Drama e Film Advisory Board 2021. Sono già stati confermati nel Drama Board 2021: David Levine, (President of Television, Anonymous Content); Jeniffer Kim, (Senior Vice President, International Originals, HBO Max); Christophe Riandee, (Vice CEO, Gaumont); Mo Abudu, (CEO, EbonyLife Group); David Davoli, (President of Television, BRON Studios); Erik Barmack, (CEO and Founder, Wild Sheep Content); Françoise Guyonnet, (Executive Managing Director TV Series, Studiocanal TV); Anne Thomopoulos, (Partner, Legendary Global); Gaspard De Chavagnac, (CoFounder and Co-CEO, Asacha Media Group); Laura Abril, (Head of ViacomCBS International Studios EMEA & Asia and SVP all Brands for South Europe and Middle East, ViacomCBS); Carlo Dusi, (Executive Producer & Strategy Director, Endor Productions); Julien Leroux, (CEO and Founder, Paper Entertainment). Alcuni di loro ricopriranno un ruolo chiave anche all'interno del Drama Pitching Forum, insieme a Moritz Polter, (Managing Director, Windlight Pictures); Melissa Myers, (President and Partner, Kinetic Content); Isabelle Lindberg Péchou, (VP of Creative & Development for Dramas, Nucleus Media Rights) e il produttore indipendente e talent manager Philipp Steffens. Tra gli italiani, confermata la partecipazione della RAI con la presenza nel Board Drama del Direttore di RAI Fiction Maria Pia Ammirati e di Andrea Scrosati, Chief Operating Officer di Fremantle. Il Film Board è composto quest'anno da nuovi prestigiosi membri dagli Stati Uniti come il Presidente di Shoreline

Entertainment, Steve Macy; Carolyn Steinmetz (EVP, Head of Content Finance, Motion Picture Group STX Entertainment); Scilla Andreen, (CEO & Co-Founder, IndieFlix Group); Jonathan Kier, (già Presidente di Sierra / Affinity); Maxime Cottray, (VP Finance and Production, XYZ Films); Edoardo Bussi, (VP of International Film Sales, Metro Goldwyn Mayer Studios); Sean Furst, (Co-President of Film & TV, Skybound Entertainment). Formano, inoltre, il Comitato di Selezione Film 2021: Andrea Scarso, (Investment Director, Ingenious Media), Robin Kerremans (Head of International Co-productions, Caviar Content), Tobias Seiffert (Head of International Acquisitions & Co-Productions, TOBIS Films) e Alexandra Hoesdorff (Co-Founder and CEO, Deal Productions).

**Rinnovata la sezione Doc** che si trasforma in MIA UNSCRIPTED, per occuparsi di factual e di tutti i nuovi linguaggi dell'audiovisivo che hanno a che fare con la realtà, il suo racconto e la sua interpretazione. Tra gli eventi già confermati, il *Doc Pitching Forum* che ha ricevuto un centinaio di progetti da tutto il mondo e *Italians Doc It Better*, il tradizionale appuntamento con il meglio della produzione italiana documentaria.

**Spazio anche all'animazione** con, una serie di attività tra cui uno showcase con il meglio della produzione italiana.

Nel Board Unscripted, come sempre formato da membri prestigiosi, figurano: Marco Berardi, (VP GM Italy, Spain Portugal WarnerMedia Entertainment Networks and Sales – CEO Boing, WarnerMedia); Enrico Bufalini, (Direttore della distribuzione cinematografica, della produzione documentaristica e della gestione, conservazione e valorizzazione dell'archivio storico LUCE, di Cinecittà SpA, Istituto Luce – Cinecittà); Laura Carafoli, (SVP Chief Content Officer Discovery, Discovery); Riccardo Chiattelli, (Content and Communication Director, La EFFE); Pierluigi Colantoni, (Direttore Sviluppo Nuovi Formati, RAI Format); Simone D'Amelio Bonelli, (Content and Creative Director, A+E Networks); Simona Ercolani, (CEO and Producer, Stand by Me); Gabriele Genuino, (Responsabile doc, RAI Cinema); Giovanni Bossetti, (Unscripted & Doc Series Italy, Netflix); Duilio Giammaria, (Director Documentary Production RAI, RAI Documentari); Gloria Giorgianni (CEO and producer, Anele); Simone Isola (Producer, Director, Kimerafilm); Erkko Lyytinen (Commissioning Editor, Yle); Roberto Pisoni (Head of Sky Arte, Sky Italia); Rudy Buttignol (President & C.E.O., Knowledge Network Corporation); Andrea Sassano, (Director Television and Artistic Resources Department, RAI), Dante Sollazzo (Head of Unscripted Originals – Italy, Amazon Studios).

Dopo la positiva esperienza dello scorso anno, MIA 2021 ripropone la formula mista, con l'attività on-site potenziata e integrata dall'attività online grazie al MIA DIGITAL.

Evento: MIA MARKET

Testata: Cinema e Video International

Data: 31/07/2021

L'edizione 2020, registrò 3.000 presenze on site e 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 operatori stranieri, divisi tra on site e online.

<https://www.cinemaevideo.it/roma-mia-rinnova-lofferta>



# Torna a Roma il Mia - Mercato internazionale audiovisivo

*Il più importante evento di settore in Italia, dal 13 al 17/10*



ROMA, 29 LUG - Torna per la settima edizione, dal 13 al 17 ottobre a Roma nei consueti spazi del Distretto Barberini, il Mia - Mercato Internazionale Audiovisivo. Fitto programma di panel, vetrine di contenuti e proiezioni per circa 200 sessioni in quattro giorni. Forte dell'esperienza del 2020, segnata dalla pandemia (ma con 8mila presenze sia fisiche che da remoto), l'attività on-site sarà potenziata e integrata dall'attività online grazie al Mia Digital, la piattaforma che consentirà l'accesso a migliaia di utenti, la fruizione digitale di tutte le attività e la possibilità di accedere ad un vasto catalogo di contenuti multimediali inediti. In sei edizioni, dal 2015, il Mia, la cui direzione è affidata a Lucia Milazzotto, si è affermato come punto di riferimento per l'industria nazionale e internazionale, appuntamento di business sempre più importante in grado di anticipare le esigenze del settore in un contesto in rapida evoluzione. Con l'obiettivo di continuare ad anticipare tendenze e modelli di business del settore e sostenere l'ecosistema in modo efficiente nella prospettiva internazionale, il Mia ha rinnovato l'offerta di contenuti, strumenti di networking e di mercato, attraverso il potenziamento di tre divisioni: Scripted, curata da Gaia Tridente, Unscripted, curata da Marco Spagnoli e Strategic Development affidata a Francesca Palleschi. Film e Drama, componenti essenziali della divisione Mia Scripted, offriranno programmi specifici e trasversali, sotto la guida esperta di un gruppo di eccellenze del settore, che andranno a comporre i Drama e Film Advisory Board 2021. (ANSA).

<https://www.lagazzettadelmezzogiorno.it/news/spettacolo/1318350/torna-a-roma-il-mia-mercato-internazionale-audiovisivo.html>

# Torna a Roma il Mia - Mercato internazionale audiovisivo

Il più importante evento di settore in Italia, dal 13 al 17/10



(ANSA) - ROMA, 29 LUG - Torna per la settima edizione, dal 13 al 17 ottobre a Roma nei consueti spazi del Distretto Barberini, il Mia - Mercato Internazionale Audiovisivo. Fitto programma di panel, vetrine di contenuti e proiezioni per circa 200 sessioni in quattro giorni. Forte dell'esperienza del 2020, segnata dalla pandemia (ma con 8mila presenze sia fisiche che da remoto), l'attività on-site sarà potenziata e integrata dall'attività online grazie al Mia Digital, la piattaforma che consentirà l'accesso a migliaia di utenti, la fruizione digitale di tutte le attività e la possibilità di accedere ad un vasto catalogo di contenuti multimediali inediti. In sei edizioni, dal 2015, il Mia, la cui direzione è affidata a Lucia Milazzotto, si è affermato come punto di riferimento per l'industria nazionale e internazionale, appuntamento di business sempre più importante in grado di anticipare le esigenze del settore in un contesto in rapida evoluzione. Con l'obiettivo di continuare ad anticipare tendenze e modelli di business del settore e sostenere l'ecosistema in modo efficiente nella prospettiva internazionale, il Mia ha rinnovato l'offerta di contenuti, strumenti di networking e di mercato, attraverso il potenziamento di tre divisioni: Scripted, curata da Gaia Tridente, Unscripted, curata da Marco Spagnoli e Strategic Development affidata a Francesca Palleschi. Film e Drama, componenti essenziali della divisione Mia Scripted, offriranno programmi specifici e trasversali, sotto la guida esperta di un gruppo di eccellenze del settore, che andranno a comporre i Drama e Film Advisory Board 2021. (ANSA).

<https://www.larena.it/argomenti/spettacoli/torna-a-roma-il-mia-mercato-internazionale-audiovisivo-1.8817617>

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: Daniele Mignardi Promopressagency - Twitter: @DanieleMignardi

Partita IVA 12450721001

# Torna a Roma il Mia - Mercato internazionale audiovisivo

Il più importante evento di settore in Italia, dal 13 al 17/10



(ANSA) - ROMA, 29 LUG - Torna per la settima edizione, dal 13 al 17 ottobre a Roma nei consueti spazi del Distretto Barberini, il Mia - Mercato Internazionale Audiovisivo. Fitto programma di panel, vetrine di contenuti e proiezioni per circa 200 sessioni in quattro giorni. Forte dell'esperienza del 2020, segnata dalla pandemia (ma con 8mila presenze sia fisiche che da remoto), l'attività on-site sarà potenziata e integrata dall'attività online grazie al Mia Digital, la piattaforma che consentirà l'accesso a migliaia di utenti, la fruizione digitale di tutte le attività e la possibilità di accedere ad un vasto catalogo di contenuti multimediali inediti. In sei edizioni, dal 2015, il Mia, la cui direzione è affidata a Lucia Milazzotto, si è affermato come punto di riferimento per l'industria nazionale e internazionale, appuntamento di business sempre più importante in grado di anticipare le esigenze del settore in un contesto in rapida evoluzione. Con l'obiettivo di continuare ad anticipare tendenze e modelli di business del settore e sostenere l'ecosistema in modo efficiente nella prospettiva internazionale, il Mia ha rinnovato l'offerta di contenuti, strumenti di networking e di mercato, attraverso il potenziamento di tre divisioni: Scripted, curata da Gaia Tridente, Unscripted, curata da Marco Spagnoli e Strategic Development affidata a Francesca Palleschi. Film e Drama, componenti essenziali della divisione Mia Scripted, offriranno programmi specifici e trasversali, sotto la guida esperta di un gruppo di eccellenze del settore, che andranno a comporre i Drama e Film Advisory Board 2021. (ANSA).

<https://www.ilgiornaledivicenza.it/argomenti/spettacoli/torna-a-roma-il-mia-mercato-internazionale-audiovisivo-1.8817619>



# Torna a Roma il Mia - Mercato internazionale audiovisivo

Il più importante evento di settore in Italia, dal 13 al 17/10



(ANSA) - ROMA, 29 LUG - Torna per la settima edizione, dal 13 al 17 ottobre a Roma nei consueti spazi del Distretto Barberini, il Mia - Mercato Internazionale Audiovisivo. Fitto programma di panel, vetrine di contenuti e proiezioni per circa 200 sessioni in quattro giorni. Forte dell'esperienza del 2020, segnata dalla pandemia (ma con 8mila presenze sia fisiche che da remoto), l'attività on-site sarà potenziata e integrata dall'attività online grazie al Mia Digital, la piattaforma che consentirà l'accesso a migliaia di utenti, la fruizione digitale di tutte le attività e la possibilità di accedere ad un vasto catalogo di contenuti multimediali inediti. In sei edizioni, dal 2015, il Mia, la cui direzione è affidata a Lucia Milazzotto, si è affermato come punto di riferimento per l'industria nazionale e internazionale, appuntamento di business sempre più importante in grado di anticipare le esigenze del settore in un contesto in rapida evoluzione. Con l'obiettivo di continuare ad anticipare tendenze e modelli di business del settore e sostenere l'ecosistema in modo efficiente nella prospettiva internazionale, il Mia ha rinnovato l'offerta di contenuti, strumenti di networking e di mercato, attraverso il potenziamento di tre divisioni: Scripted, curata da Gaia Tridente, Unscripted, curata da Marco Spagnoli e Strategic Development affidata a Francesca Palleschi. Film e Drama, componenti essenziali della divisione Mia Scripted, offriranno programmi specifici e trasversali, sotto la guida esperta di un gruppo di eccellenze del settore, che andranno a comporre i Drama e Film Advisory Board 2021. (ANSA).

<https://www.bresciaoggi.it/argomenti/spettacoli/torna-a-roma-il-mia-mercato-internazionale-audiovisivo-1.8817621>



## E' ancora MIA

*La settima edizione del Mercato Internazionale dell'Audiovisivo si svolgerà dal 13 al 17 ottobre 2021 a Roma: scopri*



In sei edizioni, dal 2015, il **MIA|MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO**, la cui direzione è affidata a **Lucia Milazzotto**, si è affermato, anno dopo anno, come punto di riferimento per l'industria nazionale e internazionale, appuntamento di business sempre più importante in grado di anticipare le esigenze del settore in un contesto in rapida evoluzione.

Con 8.000 presenze on-site e online, nel pieno della pandemia, lo scorso anno MIA è stato uno dei primi esempi di mercato ibrido, capace di offrire un ambiente sicuro dove rafforzare le relazioni globali con i top players dell'industria audiovisiva e scoprire, nei luoghi più straordinari del patrimonio culturale italiano, contenuti di altissima qualità.

**La settima edizione si svolgerà dal 13 al 17 ottobre 2021 a Roma** nei consueti spazi del **Distretto Barberini**, all'insegna di un fitto programma di panel, vetrine di contenuti e proiezioni per circa 200 sessioni in quattro giorni. Forte dell'esperienza del 2020, l'attività on-site sarà ancora una volta potenziata e integrata dall'attività online grazie al **MIA DIGITAL**, la piattaforma che consentirà l'accesso esclusivo a migliaia di utenti, la fruizione digitale di tutte le attività e la possibilità di accedere ad un vasto catalogo di contenuti multimediali inediti.

Con l'obiettivo di continuare ad anticipare le tendenze e i modelli di business del settore e sostenere l'ecosistema in modo efficiente nella prospettiva internazionale, il MIA ha rinnovato l'offerta di contenuti, strumenti di networking e di mercato, attraverso il potenziamento di tre divisioni: **Scripted**, curata da **Gaia Tridente**, **Unscripted**, curata da **Marco Spagnoli** e **Strategic Development** affidata a **Francesca Palleschi**.

Film e Drama, componenti essenziali della divisione **MIA SCRIPTED** offriranno programmi specifici e trasversali, avvalendosi della guida esperta di un gruppo selezionato di eccellenze del settore, che andranno a comporre i **Drama e Film Advisory Board 2021**, il Mercato sarà in grado di offrire ancora una volta contenuti di altissimo livello, capaci di rispondere alle nuove abitudini di consumo e ai nuovi schemi di produzione.

Sono già stati confermati nel **Drama Board 2021**: **David Levine**, (President of Television, **Anonymous Content**); **Jeniffer Kim**, (Senior Vice President, International Originals, **HBO Max**); **Christophe Riandee**, (Vice CEO, **Gaumont**); **Mo Abudu**, (CEO, **EbonyLife Group**); **David Davoli**, (President of Television, **BRON**

**Daniele Mignardi Promopressagency**

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: **Daniele Mignardi Promopressagency** - Twitter: **@DanieleMignardi**

Partita IVA 12450721001

**Studios**); **Erik Barmack**, (CEO and Founder, **Wild Sheep Content**); **Françoise Guyonnet**, (Executive Managing Director TV Series, **Studiocanal TV**); **Anne Thomopoulos**, (Partner, **Legendary Global**); **Gaspard De Chavagnac**, (Co-Founder and Co-CEO, **Asacha Media Group**); **Laura Abril**, (Head of ViacomCBS International Studios EMEA & Asia and SVP all Brands for South Europe and Middle East, **ViacomCBS**); **Carlo Dusi**, (Executive Producer & Strategy Director, **Endor Productions**); **Julien Leroux**, (CEO and Founder, **Paper Entertainment**). Alcuni di loro ricopriranno un ruolo chiave anche all'interno del Drama Pitching Forum, insieme a **Moritz Polter**, (Managing Director, **Windlight Pictures**); **Melissa Myers**, (President and Partner, **Kinetic Content**); **Isabelle Lindberg Péchou**, (VP of Creative & Development for Dramas, **Nucleus Media Rights**) e il produttore indipendente e talent manager **Philipp Steffens**. Tra gli italiani, confermiamo la partecipazione della **RAI** con la presenza nel Board Drama del Direttore di RAI Fiction **Maria Pia Ammirati** e di **Andrea Scrosati**, Chief Operating Officer di **Fremantle**. Molte altre illustri personalità dell'industria audiovisiva saranno annunciate nelle prossime settimane.

Il **Film Board** accoglierà quest'anno nuovi prestigiosi membri dagli Stati Uniti come il Presidente di **Shoreline Entertainment**, **Steve Macy**; **Carolyn Steinmetz** (EVP, Head of Content Finance, Motion Picture Group **STX Entertainment**); **Scilla Andreen**, (CEO & Co-Founder, **IndieFlix Group**); **Jonathan Kier**, (già Presidente di **Sierra / Affinity**); **Maxime Cottray**, (VP Finance and Production, **XYZ Films**); **Edoardo Bussi**, (VP of International Film Sales, **Metro Goldwyn Mayer Studios**); **Sean Furst**, (Co-President of Film & TV, **Skybound Entertainment**). Formano, inoltre, il Comitato di Selezione Film 2021: **Andrea Scarso**, (Investment Director, **Ingenious Media**), **Robin Kerremans** (Head of International Co-productions, **Caviar Content**), **Tobias Seiffert** (Head of International Acquisitions & Co-Productions, **TOBIS Films**) e **Alexandra Hoesdorff** (Co-Founder and CEO, **Deal Productions**).

Visto il successo delle passate edizioni e l'importante riscontro internazionale, in linea con le rapide evoluzioni del mercato, la **sezione Doc** si rinnova ampliando il proprio orizzonte produttivo e trasformandosi in **MIA UNSCRIPTED**, per occuparsi di *factual* e di tutti i nuovi linguaggi dell'audiovisivo che hanno a che fare con la realtà, il suo racconto e la sua interpretazione. Tra gli eventi già confermati, il **Doc Pitching Forum** che ha ricevuto un centinaio di progetti da tutto il mondo e **Italians Doc It Better**, il tradizionale appuntamento con il meglio della produzione italiana documentaria. Non mancheranno, inoltre, una serie di attività legate al mondo dell'animazione tra cui uno showcase con il meglio della produzione italiana.

Nel **Board Unscripted**, come sempre formato da membri prestigiosi, figurano: **Marco Berardi**, (VP GM Italy, Spain Portugal WarnerMedia Entertainment Networks and Sales – CEO Boing, **WarnerMedia**); **Enrico Bufalini**, (Direttore della distribuzione cinematografica, della produzione documentaristica e della gestione, conservazione e valorizzazione dell'archivio storico LUCE, di Cinecittà SpA, **Istituto Luce – Cinecittà**); **Laura Carafoli**, (SVP Chief Content Officer Discovery, **Discovery**); **Riccardo Chiattelli**, (Content and Communication Director, **La EFFE**); **Pierluigi Colantoni**, (Direttore Sviluppo Nuovi Formati, **RAI Format**); **Simone D'Amelio Bonelli**, (Content and Creative Director, **A+E Networks**); **Simona Ercolani**, (CEO and Producer, **Stand by Me**); **Gabriele Genuino**, (Responsabile doc, **RAI Cinema**); **Giovanni Bossetti**, (Unscripted & Doc Series Italy, **Netflix**); **Duilio Giammaria**, (Director Documentary Production RAI, **RAI Documentari**); **Gloria Giorgianni** (CEO and producer, **Anele**); **Simone Isola** (Producer, Director, **Kimerafilm**); **Erkko Lyytinen** (Commissioning Editor, **Yle**); **Roberto Pisoni** (Head of Sky Arte, **Sky Italia**); **Rudy Buttignol** (President & C.E.O., **Knowledge Network Corporation**); **Andrea Sassano**, (Director Television and Artistic Resources Department, **RAI**), **Dante Sollazzo** (Head of Unscripted Originals – Italy, **Amazon Studios**).

Daniele Mignardi Promopressagency

Via Maria Adelaide 8, 00196 ROMA Tel. +39 6 32651758 r.a.

on web: [www.danielemignardi.it](http://www.danielemignardi.it) e-mail [info@danielemignardi.it](mailto:info@danielemignardi.it)

Facebook: [Daniele Mignardi Promopressagency](https://www.facebook.com/DanieleMignardi) - Twitter: [@DanieleMignardi](https://twitter.com/DanieleMignardi)

Partita IVA 12450721001

MIA nasce dalla consolidata joint venture tra **ANICA** e **APA**, con il supporto di **Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale**, **ICE (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane)**, **MiC (Ministero della Cultura)**, **Ministero dello Sviluppo Economico**, **Regione Lazio**, **programma MEDIA dell'Unione Europea**. I principali partner del MIA sono **UniCredit**, **Fastweb**, **Fondazione Cinema per Roma**, **Alice nella Città**.

Dal 2015, il MIA ha registrato una crescita dell'84% in termini di presenze e numero di contenuti presentati. L'edizione 2020, grazie ad una nuova esperienza di mercato ibrido, ha registrato un totale di 3.000 presenze on site e 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 operatori stranieri, divisi tra on site e online.

<https://www.cinematografo.it/news/e-ancora-mia-2/>

## Torna MIA, Mercato Internazionale Audiovisivo, Con Una Nuova Edizione Sia Fisica Che Online

*L'edizione 2021 si svolgerà dal 13 al 17 ottobre nei consueti spazi del Distretto Barberini*



Torna **MIA – Mercato Internazionale Audiovisivo**, con una nuova edizione che si svolgerà a Roma dal 13 al 17 ottobre. Un fitto programma di panel, vetrine di contenuti e proiezioni che si dipanerà sia nei consueti spazi del Distretto Barberini, sia online con **MIA DIGITAL**. Ecco il comunicato ufficiale della manifestazione, con tutti i dettagli:

*In sei edizioni, dal 2015, il **MIA | MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO**, la cui direzione è affidata a **Lucia Milazzotto**, si è affermato, anno dopo anno, come punto di riferimento per l'industria nazionale e internazionale, appuntamento di business sempre più importante in grado di anticipare le esigenze del settore in un contesto in rapida evoluzione.*

*Con 8.000 presenze on-site e online, nel pieno della pandemia, lo scorso anno MIA è stato uno dei primi esempi di mercato ibrido, capace di offrire un ambiente sicuro dove rafforzare le relazioni globali con i top players dell'industria audiovisiva e scoprire, nei luoghi più straordinari del patrimonio culturale italiano, contenuti di altissima qualità.*

**La settima edizione si svolgerà dal 13 al 17 ottobre 2021 a Roma** nei consueti spazi del **Distretto Barberini**, all'insegna di un fitto programma di panel, vetrine di contenuti e proiezioni per circa 200 sessioni in quattro giorni. Forte dell'esperienza del 2020, l'attività on-site sarà ancora una volta potenziata e integrata dall'attività online grazie al **MIA DIGITAL**, la piattaforma che consentirà l'accesso esclusivo a migliaia di utenti, la fruizione digitale di tutte le attività e la possibilità di accedere ad un vasto catalogo di contenuti multimediali inediti.



Con l'obiettivo di continuare ad anticipare le tendenze e i modelli di business del settore e sostenere l'ecosistema in modo efficiente nella prospettiva internazionale, il MIA ha rinnovato l'offerta di contenuti, strumenti di networking e di mercato, attraverso il potenziamento di tre divisioni: **Scripted**, curata da **Gaia Tridente**, **Unscripted**, curata da **Marco Spagnoli** e **Strategic Development** affidata a **Francesca Palleschi**.

Film e Drama, componenti essenziali della divisione **MIA SCRIPTED** offriranno programmi specifici e trasversali, avvalendosi della guida esperta di un gruppo selezionato di eccellenze del settore, che andranno a comporre il **Drama e Film Advisory Board 2021**, il Mercato sarà in grado di offrire ancora una volta contenuti di altissimo livello, capaci di rispondere alle nuove abitudini di consumo e ai nuovi schemi di produzione.

Sono già stati confermati nel **Drama Board 2021**: **David Levine** (President of Television, Anonymous Content); **Jennifer Kim** (Senior Vice President, International Originals, HBO Max); **Christophe Riandee** (Vice CEO, Gaumont); **Mo Abudu** (CEO, EbonyLife Group); **David Davoli** (President of Television, BRON Studios); **Erik Barmack** (CEO and Founder, Wild Sheep Content); **Françoise Guyonnet** (Executive Managing Director TV Series, Studiocanal TV); **Anne Thomopoulos** (Partner, Legendary Global); **Gaspard De Chavagnac** (Co-Founder and Co-CEO, Asacha Media Group); **Laura Abril** (Head of ViacomCBS International Studios EMEA & Asia and SVP all Brands for South Europe and Middle East, ViacomCBS); **Carlo Dusi** (Executive Producer & Strategy Director, Endor Productions); **Julien Leroux** (CEO and Founder, Paper Entertainment). Alcuni di loro ricopriranno un ruolo chiave anche all'interno del Drama Pitching Forum, insieme a **Moritz Polter** (Managing Director, Windlight Pictures); **Melissa Myers** (President and Partner, Kinetic Content); **Isabelle Lindberg Péchou** (VP of Creative & Development for Dramas, Nucleus Media Rights) e il produttore indipendente e talent manager **Philipp Steffens**. Tra gli italiani, confermiamo la partecipazione della RAI con la presenza nel Board Drama del Direttore di RAI Fiction **Maria Pia Ammirati** e di **Andrea Scrosati**, Chief Operating Officer di Fremantle. Molte altre illustri personalità dell'industria audiovisiva saranno annunciate nelle prossime settimane.

Il **Film Board** accoglierà quest'anno nuovi prestigiosi membri dagli Stati Uniti come il Presidente di Shoreline Entertainment, **Steve Macy**; **Carolyn Steinmetz** (EVP, Head of Content Finance, Motion Picture Group STX Entertainment); **Scilla Andreen** (CEO & Co-Founder, IndieFlix Group); **Jonathan Kier** (già Presidente di Sierra / Affinity); **Maxime Cottray** (VP Finance and Production, XYZ Films); **Edoardo Bussi** (VP of International Film Sales, Metro Goldwyn Mayer Studios); **Sean Furst** (Co-President of Film & TV, Skybound Entertainment). Formano, inoltre, il Comitato di Selezione Film 2021: **Andrea Scarso**, (Investment Director, Ingenious Media), **Robin Kerremans** (Head of International Co-productions, Caviar Content), **Tobias Seiffert** (Head of International Acquisitions & Co-Productions, TOBIS Films) e **Alexandra Hoesdorff** (Co-Founder and CEO, Deal Productions).

*Visto il successo delle passate edizioni e l'importante riscontro internazionale, in linea con le rapide evoluzioni del mercato, la **sezione Doc** si rinnova ampliando il proprio orizzonte produttivo e trasformandosi in **MIA UNSCRIPTED**, per occuparsi di factual e di tutti i nuovi linguaggi dell'audiovisivo che hanno a che fare con la realtà, il suo racconto e la sua interpretazione. Tra gli eventi già confermati, il **Doc Pitching Forum** che ha ricevuto un centinaio di progetti da tutto il mondo e **Italians Doc It Better**, il tradizionale appuntamento con il meglio della produzione italiana documentaria. Non mancheranno, inoltre, una serie di attività legate al mondo dell'animazione tra cui uno showcase con il meglio della produzione italiana.*

*Nel **Board Unscripted**, come sempre formato da membri prestigiosi, figurano: **Marco Berardi** (VP GM Italy, Spain Portugal WarnerMedia Entertainment Networks and Sales – CEO Boing, WarnerMedia); **Enrico Bufalini** (Direttore della distribuzione cinematografica, della produzione documentaristica e della gestione, conservazione e valorizzazione dell'archivio storico LUCE, di Cinecittà SpA, Istituto Luce – Cinecittà); **Laura Carafoli** (SVP Chief Content Officer Discovery, Discovery); **Riccardo Chiattelli** (Content and Communication Director, La EFFE); **Pierluigi Colantoni** (Direttore Sviluppo Nuovi Formati, RAI Format); **Simone D'Amelio Bonelli** (Content and Creative Director, A+E Networks); **Simona Ercolani** (CEO and Producer, Stand by Me); **Gabriele Genuino** (Responsabile doc, RAI Cinema); **Giovanni Bossetti** (Unscripted & Doc Series Italy, Netflix); **Duilio Giammaria** (Director Documentary Production RAI, RAI Documentari); **Gloria Giorgianni** (CEO and producer, Anele); **Simone Isola** (Producer, Director, Kimerafilm); **Erkko Lyytinen** (Commissioning Editor, Yle); **Roberto Pisoni** (Head of Sky Arte, Sky Italia); **Rudy Buttignol** (President & C.E.O., Knowledge Network Corporation); **Andrea Sassano** (Director Television and Artistic Resources Department, RAI), **Dante Sollazzo** (Head of Unscripted Originals – Italy, Amazon Studios).*

*MIA nasce dalla consolidata joint venture tra **ANICA** e **APA**, con il supporto di **Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, ICE** (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane), **MiC** (Ministero della Cultura), **Ministero dello Sviluppo Economico, Regione Lazio, programma MEDIA dell'Unione Europea**. I principali partner del MIA sono **UniCredit, Fastweb, Fondazione Cinema per Roma, Alice nella Città**.*

*Dal 2015, il MIA ha registrato una crescita dell'84% in termini di presenze e numero di contenuti presentati. L'edizione 2020, grazie ad una nuova esperienza di mercato ibrido, ha registrato un totale di 3.000 presenze on site e 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 operatori stranieri, divisi tra on site e online.*

[Torna MIA, con una nuova edizione sia fisica che online \(screenweek.it\)](https://www.screenweek.it)

## Torna a Roma il Mia - Mercato internazionale audiovisivo



(ANSA) - ROMA, 29 LUG - Torna per la settima edizione, dal 13 al 17 ottobre a Roma nei consueti spazi del Distretto Barberini, il Mia - Mercato Internazionale Audiovisivo. Fitto programma di panel, vetrine di contenuti e proiezioni per circa 200 sessioni in quattro giorni. Forte dell'esperienza del 2020, segnata dalla pandemia (ma con 8mila presenze sia fisiche che da remoto), l'attività on-site sarà potenziata e integrata dall'attività online grazie al Mia Digital, la piattaforma che consentirà l'accesso a migliaia di utenti, la fruizione digitale di tutte le attività e la possibilità di accedere ad un vasto catalogo di contenuti multimediali inediti. In sei edizioni, dal 2015, il Mia, la cui direzione è affidata a Lucia Milazzotto, si è affermato come punto di riferimento per l'industria nazionale e internazionale, appuntamento di business sempre più importante in grado di anticipare le esigenze del settore in un contesto in rapida evoluzione. Con l'obiettivo di continuare ad anticipare tendenze e modelli di business del settore e sostenere l'ecosistema in modo efficiente nella prospettiva internazionale, il Mia ha rinnovato l'offerta di contenuti, strumenti di networking e di mercato, attraverso il potenziamento di tre divisioni: Scripted, curata da Gaia Tridente, Unscripted, curata da Marco Spagnoli e Strategic Development affidata a Francesca Palleschi. Film e Drama, componenti essenziali della divisione Mia Scripted, offriranno programmi specifici e trasversali, sotto la guida esperta di un gruppo di eccellenze del settore, che andranno a comporre i Drama e Film Advisory Board 2021. (ANSA).

[Torna a Roma il Mia - Mercato internazionale audiovisivo - Tiscali Spettacoli](#)



## Roma, torna il “Mia”: il Mercato internazionale audiovisivo



Torna il Mia, Mercato internazionale audiovisivo: top player internazionali e due nuove divisioni sul meglio della produzione scripted e unscripted. In sei edizioni, dal 2015, il MIA|Mercato Internazionale Audiovisivo la cui direzione è affidata a Lucia Milazzotto, si è affermato, anno dopo anno, come punto di riferimento per l'industria nazionale e internazionale, appuntamento di business sempre più importante in grado di anticipare le esigenze del settore in un contesto in rapida evoluzione. Come si legge nel comunicato, con 8.000 presenze on-site e online, nel pieno della pandemia, lo scorso anno MIA è stato uno dei primi esempi di mercato ibrido, capace di offrire un ambiente sicuro dove rafforzare le relazioni globali con i top players dell'industria audiovisiva e scoprire, nei luoghi più straordinari del patrimonio culturale italiano, contenuti di altissima qualità.

[Roma, torna il “Mia”: il Mercato internazionale audiovisivo | La Voce \(quotidianolavoce.it\)](#)



## Torna a Roma il Mia – Mercato internazionale audiovisivo

Il più importante evento di settore in Italia, dal 13 al 17/10



(ANSA) – ROMA, 29 LUG – Torna per la settima edizione, dal 13 al 17 ottobre a Roma nei consueti spazi del Distretto Barberini, il Mia – Mercato Internazionale Audiovisivo. Fitto programma di panel, vetrine di contenuti e proiezioni per circa 200 sessioni in quattro giorni. Forte dell'esperienza del 2020, segnata dalla pandemia (ma con 8mila presenze sia fisiche che da remoto), l'attività on-site sarà potenziata e integrata dall'attività online grazie al Mia Digital, la piattaforma che consentirà l'accesso a migliaia di utenti, la fruizione digitale di tutte le attività e la possibilità di accedere ad un vasto catalogo di contenuti multimediali inediti. In sei edizioni, dal 2015, il Mia, la cui direzione è affidata a Lucia Milazzotto, si è affermato come punto di riferimento per l'industria nazionale e internazionale, appuntamento di business sempre più importante in grado di anticipare le esigenze del settore in un contesto in rapida evoluzione. Con l'obiettivo di continuare ad anticipare tendenze e modelli di business del settore e sostenere l'ecosistema in modo efficiente nella prospettiva internazionale, il Mia ha rinnovato l'offerta di contenuti, strumenti di networking e di mercato, attraverso il potenziamento di tre divisioni: Scripted, curata da Gaia Tridente, Unscripted, curata da Marco Spagnoli e Strategic Development affidata a Francesca Palleschi. Film e Drama, componenti essenziali della divisione Mia Scripted, offriranno programmi specifici e trasversali, sotto la guida esperta di un gruppo di eccellenze del settore, che andranno a comporre il Drama e Film Advisory Board 2021. (ANSA).

[Torna a Roma il Mia - Mercato internazionale audiovisivo - Radio Colonna](#)

## ✓ Mia – International audiovisual market – Lazio is back in Rome

### **The most important sector event in Italy, from 13 to 17/10**

(ANSA) – ROME, JUL 29 – The Mia – International Audiovisual Market is back for the seventh edition, from 13 to 17 October in Rome in the usual spaces of the Barberini District. Full program of panels, showcases of contents and screenings for about 200 sessions in four days. Building on the experience of 2020, marked by the pandemic (but with 8 thousand physical and remote presences), the on-site activity will be enhanced and integrated by the online activity thanks to Mia Digital, the platform that will allow access to thousands of users, the digital use of all activities and the possibility of accessing a vast catalog of unpublished multimedia contents. In six editions, since 2015, the Mia, whose direction is entrusted to Lucia Milazzotto, has established itself as a point of reference for the national and international industry, an increasingly important business event able to anticipate the needs of the sector in a rapidly changing context. With the aim of continuing to anticipate trends and business models in the sector and support the ecosystem efficiently from an international perspective, Mia has renewed the offer of content, networking and market tools, through the strengthening of three divisions : Scripted, curated by Gaia Tridente, Unscripted, curated by Marco Spagnoli and Strategic Development entrusted to Francesca Palleschi. Film and Drama, essential components of the Mia Scripted division, will offer specific and transversal programs, under the expert guidance of a group of excellence in the sector, which will make up the Drama and Film Advisory Board 2021. (ANSA).

[Mia – International audiovisual market – Lazio is back in Rome \(italy24news.com\)](https://www.italy24news.com)