



MIA: OLTRE 1800 ACCREDITATI E 60 MILA MEETING, I NUMERI DI UN SUCCESSO

MILAZZOTTO, È IL NUOVO BRAND DELL'INNOVAZIONE ITALIANA

Oltre **1800 accreditati**, **58 Paesi partecipanti**, **45 progetti**, più di **60 mila meeting**, **120 film**, affollati **TV Upfront** e **What's next Italy**. E' il **boom** registrato dalla **terza edizione del MIA**, il **Mercato internazionale dell'audiovisivo** che si **conclude oggi a Roma**, al **Distretto Barberini** con un successo clamoroso contrassegnato anche dal **milione di visualizzazioni su twitter**. Un successo dovuto alla scelta degli organizzatori di dare un **forte tratto identitario**, grazie alla chiarezza del format costruito sull'industria che ha avuto un eccellente riscontro nel mercato italiano e internazionale. Un'identità, dovuta alla **riorganizzazione** fortemente innovativa ed europea della gestione autonoma di **ANICA e APT**, **guidata dai Presidenti Francesco Rutelli e Giancarlo Leone**, dai **Direttori generali Mina Larocca e Chiara Sbarigia** e sostenuta da tutte le imprese che le due associazioni rappresentano.

Grande soddisfazione viene espressa da **Lucia Milazzotto, direttore del MIA**, che sceglie di affidare il suo commento agli aggettivi che i 1839 accreditati hanno maggiormente utilizzato in questi frenetici giorni parlando del Mercato. "E' stato un mercato **vibrante**, perché il numero di meeting e di affari è stato al di sopra delle aspettative - spiega Milazzotto - **rilevante**, perché il MIA è un mercato che raccoglie i leader del settore. **Importante**, perché un mercato a forte carattere europeo che ha visto allo stesso tempo una grande partecipazione degli Stati Uniti. **Qualificato**, per la qualità dei partecipanti, dei film e dei progetti presentati".

Ancora, sempre proseguendo nell'elenco degli aggettivi maggiormente usati in questi giorni dagli ospiti, il MIA è stato, spiega Milazzotto, "**utile**, perché l'industria italiana ed europea ha sempre più bisogno di spazi non scontati di incontro. Ma il MIA è



soprattutto **strategico**: MIA sta diventando un appuntamento da non perdere, subito dopo MIP e prima di AFM”. Infine, conclude Milazzotto, il MIA è stato “italiano, internazionale e bello, che è stato l’aggettivo che ho sentito di più in questi giorni. **Italiano**: l’Italia sta vivendo un momento cruciale della sua storia per quanto riguarda lo sviluppo in campo internazionale; in questo ambito l’Italia giocherà un ruolo importante ai tavoli di negoziazione globale. Ed è **internazionale** perché raccoglie le industrie di 58 Paesi arrivati a Roma per fare business. Infine, in una parola semplice ma che sintetizza tutta l’eccezionale atmosfera di questi 4 giorni, il MIA è stato **bello** perché è l’unico mercato che vive e si anima in location straordinarie che attraversano duemila anni di storia”.

PER INFORMAZIONI:

Marcello Giannotti - marcello.giannotti@mnitalia.com, 348 9248870

Nicola Conati - nicola.conati@mnitalia.com, 340 8782960

Tatum Bartoli - tatum.bartoli@mnitalia.com, 348 1429538

A brand and a project produced by



Supported by



With the contribution of

