Rassegna Stampa MIA

ROME
OCT 19 - 23
2017

MATCHING EXCELLENCE
MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO
CINEMA TV DOC

Luglio – Ottobre 2017

A cura di

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 12.53.10

Governo: Calenda, mia discesa in campo? esclusa da sempre

Governo: Calenda, **mia** discesa in campo? esclusa da sempre '**mia** area politica di riferimento è Gentiloni' (ANSA) - ROMA, 10 LUG - Una possibile discesa in campo? "E' esclusa da sempre. L'unico dettaglio è che io oggi faccio il ministro e dico cose che sono anche politiche, ma finirà con questa legislatura". Lo ha detto il ministro dello Sviluppo economico Carlo Calenda, rispondendo ai cronisti a margine della presentazione a Roma della terza edizione del **mia** - Mercato internazionale audiovisivo. "La **mia** area politica di riferimento è Paolo Gentiloni", ha spiegato Calenda. E a proposito della necessità di un piano industriale per il Paese, ha aggiunto: "E' necessario per gli obiettivi, le risorse e le priorità. E' un ragionamento fondamentale che deve fare il Paese costruendo una squadra ampia e condividendolo con i corpi intermedi. Condivido molto, però, il ragionamento di Renzi sul fatto che la discussione, a prescindere dai contenuti, sulle alleanze è inutile e non interessa a nessuno". (ANSA). Y64 10-LUG-17 12:51 NNN

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 13.36.18

Moda: Calenda, se riposizionamento Altaroma non va si chiude

Moda: Calenda, se riposizionamento Altaroma non va si chiude (ANSA) - ROMA, 10 LUG - "Stiamo lavorando con grande difficoltà su Altaroma. Abbiamo provato a riposizionarla sui giovani; non so se funzionerà, se così non fosse andrà chiusa. Non so se la moda sia nel futuro di Roma". Lo ha detto il Ministro dello Sviluppo economico Carlo Calenda, nel corso della conferenza stampa di presentazione della terza edizione del **Mia** - Mercato Internazionale Audiovisivo, che si svolgerà nella capitale dal 19 al 23 ottobre. (ANSA). Y64 10-LUG-17 13:23 NNN

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 13.36.18

Moda: Zingaretti, Noi continuiamo a sostenere Altaroma

Moda: Zingaretti, Noi continuiamo a sostenere Altaroma (V. Moda: Calenda, se riposizionamento Altaroma...ore 13,23) (ANSA) - ROMA, 10 LUG - "Noi siamo tra gli attori istituzionali che ci hanno sempre creduto e che continuano a crederci. Chiaramente bisogna fare gioco di squadra. Il ministro Calenda due anni fa ha lanciato quest'idea, noi siamo stati tra i primi a dire subito sì e a sostenerle. Ovviamente AltaRoma deve vedere in primo luogo il protagonismo anche di altre istituzioni". Lo ha detto il presidente della Regione Lazio Nicola Zingaretti, a margine della presentazione del **Mia**, a Roma, commentando le parole del ministro Carlo Calenda sul futuro di AltaRoma.?(ANSA). J5J-ST/SCN 10-LUG-17 13:35 NNN

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 13.48.47

Zingaretti, in un anno boom export audiovisivo Lazio

Zingaretti, in un anno boom export audiovisivo Lazio In arrivo bandi per produzioni, imprese hi-tech e cinema (ANSA) - ROMA, 10 LUG - "Nel primo trimestre del 2017 l'export di questo settore è aumentato

del 43 per cento rispetto allo scorso anno, un risultato anche figlio di un sistema che ha trovato forza e dovrà aumentarla". Lo ha detto il presidente della Regione Lazio Nicola Zingaretti intervenendo alla presentazione del **Mia**, il Mercato internazionale dell'audiovisivo, a Roma. "Quest'anno - ha aggiunto - saremo presenti al **Mia**con un contributo diretto, e presenteremo la seconda tranche, che vale 5 milioni, del bando Lazio Cinema International a sostegno delle produzioni internazionali. Rilanceremo la piattaforma di promozione delle 2000 location del Lazio, per costruire una sinergia che si amplia anche al turismo e alla promozione territoriale. Il sistema delle coproduzioni sta funzionando, sta trasformando questi territori, vediamo già dei risultati. Presenteremo poi - ha proseguito il governatore - un nuovo bando da 9 milioni della programmazione Ue a sostegno delle imprese digitali della creatività e dell'audiovisivo. Ci sarà poi un nuovo bando da 1,5

milioni a sostegno dei cinema e dei teatri - ha concluso - Il nostro obiettivo ora è non far spegnere questa luce". (ANSA). J5J-ST/VIT 10-LUG-17 13:47 NNN

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 13.52.22

Calenda,Roma in fase complessa,lavoriamo mappatura industria

Calenda,Roma in fase complessa,lavoriamo mappatura industria (ANSA) - ROMA, 10 LUG - "Roma sta vivendo un momento molto, complesso, stiamo lavorando a una mappatura per aiutare una città in cui ci sono state molte crisi industriali. Non è un'iniziativa contro nessuno, ma è fatta per aiutare". Lo ha detto il ministro dello Sviluppo economico Carlo Calenda, nel corso della conferenza stampa di presentazione della terza edizione del **Mia** - Mercato Internazionale Audiovisivo, che si svolgerà nella capitale dal 19 al 23 ottobre.(ANSA). Y64-BAC 10-LUG-17 13:51 NNN

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 13.55.19

Audiovisivo: Zingaretti, costruire buon habitat per Mia

Audiovisivo: Zingaretti, costruire buon habitat per **Mia** (ANSA) - ROMA, 10 LUG - "Noi vogliamo dare una mano al **Mia**, ed essere presenti con l'obiettivo di far trovare a questa manifestazione un habitat amichevole, costruendo un network di collaborazione che superi l'idea, vecchia, di mettere in concorrenza le 'perle' che abbiamo". Lo ha detto il presidente della Regione Lazio Nicola Zingaretti intervenendo alla presentazione del **Mia**, il Mercato internazionale dell'audiovisivo, a Roma. "Abbiamo sempre collaborato per costruire un sistema - ha aggiunto - e avere tante ricchezze può non essere una forza, se queste sono isolate. Abbiamo costruito una politica dell'audiovisivo, finanziata con 22 milioni l'anno di contributi. Il Lazio, in questo, è la seconda regione dell'Ue per sostegno all'audiovisivo, dopo Berlino e prima di Parigi, con cui siamo in contatto. Tutto ciò che accade nel Lazio deve trovare un sistema di attori pubblici e privati con una Regione che tenta di essere sistema e di rafforzarlo. Abbiamo superato un sistema a canne d'organo, abbiamo una 'task force' dell'audiovisivo e la grande forza della programmazione dei fondi europei 2014-20 a sostegno delle politiche di network.Rafforzare il **Mia** - ha concluso Zingaretti - è una grande opportunità per costruire questa sintesi tra cultura e industria, è un nostro dovere".(ANSA). J5J-ST/VIT 10-LUG-17 13:54 NNN

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 13.58.02

Calenda, più saloni libro? Approccio autolesionista

Calenda, più saloni libro? Approccio autolesionista Ministro, si punta su una cosa e non ci si fa competizione (ANSA) - ROMA, 10 LUG - "Non è un settore di cui mi occupi direttamente, ma mi pare che sulla questione dei vari saloni del libro ci sia un approccio vagamente autolesionista". Lo ha detto il ministro dello Sviluppo economico Carlo Calenda, nel corso della conferenza stampa di presentazione della terza edizione del **Mia** - Mercato Internazionale Audiovisivo, che si svolgerà nella capitale dal 19 al 23 ottobre. Calenda ne ha parlato sottolineando la necessità del Paese di "portare l'Italia all'estero e l'estero In Italia. E' la missione del Paese in materia di cultura, servizi, industria, mercato. Siamo un paese maturo con tassi di crescita limitati o stabili ma con un enorme potenziale". Come il **Mia**, per funzionare "ha bisogno di essere potente, lo stesso vale per il settore fieristico. Si punta su una cosa e non ci si fa competizione gli uni con gli altri". (ANSA). Y64 10-LUG-17 13:57 NNN

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 16.04.51

ANSA/ Cinema: Calenda, anche il Mia per far crescere il Paese

ANSA/ Cinema: Calenda, anche il **Mia** per far crescere il Paese 3/a edizione da 19 a 23/10. Rutelli, serve gioco di squadra (di Francesca Pierleoni) (ANSA) - ROMA, 10 LUG - Nel Mercato internazionale audiovisivo "abbiamo creduto dall'inizio. Permette di portare l'Italia all'estero e l'estero in Italia. E' la missione dell'Italia in materia di cultura, servizi, industria, mercato. Siamo un paese maturo con tassi di crescita limitati o stabili ma con un enorme potenziale". Lo ha detto il Ministro dello sviluppo economico Carlo Calenda nella conferenza stampa di presentazione della 3/a edizione del **Mia**, che si svolgerà a Roma dal 19 al 23 ottobre in nuove location, quelle del 'distretto' di Piazza Barberini, da Palazzo Barberini all'Hotel Bernini Bristol, al Cinema Barberini. Il **Mia**, ideato, organizzato e prodotto da Anica e Apt è finanziato da Ministero dello sviluppo economico, Ice, Mibact, Regione Lazio e Programma Media: "il budget, in linea con le precedenti edizioni, è di un milione e 900 mila euro che speriamo cresca con gli sponsor privati - dice il direttore editoriale Lucia Milazzotto -. Grazie alla nostra presenza strategica tra il Mipcom di Cannes e l'American Film Market, abbiamo riunito nelle precedenti edizioni 1500 accreditati, fra produttori e distributori, da 58 Paesi". L'obiettivo, rilanciato dal nuovo slogan 'Matching Excellence', è "far incontrare eccellenze e valorizzare la nostra". Tra le sezioni: **Mia** Cinema, vetrina e mercato di coproduzione che ha accompagnato fino alle realizzazione, più del 50% dei progetti selezionati; **Mia** Tv, che vuole favorire partnership e nuove possibilità di business; **Mia** Doc, piattaforma a sostegno delle coproduzioni e della distribuzione dei documentari. Per fare del **Mia** un successo "serve il gioco di squadra, di cui in Italia si parla spesso ma che si pratica poco - dice Francesco Rutelli, presidente dell'Anica -. Qui si realizza una sinergia tra cinema e audiovisivo". "Quest'anno - spiega il presidente della regione Lazio Nicola Zingaretti, parlando dell'impegno per l'audiovisivo - saremo presenti al **Mia** con un contributo diretto, e presenteremo la seconda tranche, che vale 5 milioni, del bando Lazio Cinema International a sostegno delle produzioni internazionali". Il **Mia**, parte del consolidamento del settore, "insieme alla nuova legge sul cinema", per funzionare "ha bisogno di essere potente - aggiunge Calenda -. Avevamo pensato a un impegno almeno triennale e continueremo a finanziarlo, lo metterò nel budget della legge di bilancio per l'anno successivo". Come per il settore fieristico "è importante puntare su una cosa senza farsi competizione gli uni con gli altri". Il ministro evita però le polemiche su un'eventuale rivalità con il mercato della Mostra del Cinema di Venezia: "Mi sembra abbiano vocazioni differenti - dice -. Massima libertà per le scelte di tutti, qui si fa un discorso legato ai nostri finanziamenti e alle esigenze che ci hanno esposto gli operatori del settore". Comunque "se in 4 o 5 anni, ci

accorgessimo che il **Mia** non funzionasse saremmo pronti a chiuderlo, ma non mi pare sia ciò che sta accadendo". La sede di Roma e queste date, ricorda Andrea Occhipinti, presidente della sezione distributori dell'Anica sono state scelte "perché la concorrenza sempre più forte del mercato del Festival di Toronto, che si svolge in contemporanea con la Mostra aveva svuotato il mercato di Venezia di presenze". In ogni modo la Mostra "è il miglior festival italiano e presenta altre grandi opportunità - ricorda Rutelli - infatti ci organizziamo il forum Italia -Cina". Infine una precisazione sullo sganciamento per la prima volta delle date del **Mia**, da quelle della Festa del Cinema di Roma (26 ottobre - 5 novembre): "E' dovuto a un problema logistico - spiega Rutelli -. Dal 2018 tornerà la simultaneità di date". Y64 10-LUG-17 16:03 NNN

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 16.31.49

Cinema: Calenda, servono player importanti per settore

Cinema: Calenda, servono player importanti per settore Ministro Economia, Italia rischia polverizzazione (ANSA) - ROMA, 10 LUG - Con il Mia (Mercato Internazione dell'**Audiovisivo**) e la legge sul cinema "per la quale so che ci sono discussioni sui decreti attuativi, dobbiamo puntare al consolidamento del settore. Siamo rilevanti se abbiamo player importanti che trascinano il resto, sennò si rischia la frammentazione, la polverizzazione. Questo è un pericolo che l'Italia corre in tutto, nel tentativo di non voler scontentare nessuno". Lo ha detto il ministro dello Sviluppo economico Carlo Calenda, nel corso della conferenza stampa di presentazione della terza edizione del Mia, che si svolgera' nella capitale dal 19 al 23 ottobre. Y64 10-LUG-17 16:31 NNN

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 12.37.01

PD: CALENDA, MIA AREA DI RIFERIMENTO POLITICO E' GENTILONI =

PD: CALENDA, **MIA** AREA DI RIFERIMENTO POLITICO E' GENTILONI = Roma, 10 lug. (AdnKronos) - "La **MIA** area di riferimento politica è Paolo Gentiloni". E' quanto ha dichiarato Carlo Calenda, ministro dello sviluppo economico partecipando oggi alla presentazione del "**MIA** mercato internazionale dell'audiovisivo" all'hotel Barberini. (Cap/AdnKronos) ISSN 2465 - 1222 10-LUG-17 12:32 NNNN

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 12.50.10

MODA: CALENDA, ALTAROMA POTREBBE ESSERE CHIUSA =

MODA: CALENDA, ALTAROMA POTREBBE ESSERE CHIUSA = 'Riposizionare la manifestazione sui giovani, non so se settore e' nel futuro di Roma' Roma, 10 (AdnKronos) - "Stiamo lavorando con grande difficoltà su Altaroma per vedere se si può fare un nuovo progetto. Non so se la moda è nel futuro di Roma, abbiamo deciso di riposizionarla sui giovani. Può essere che ce la faccia. Se non dovesse riuscirci, Altaroma andrà chiusa perché è inutile tenerla a metà". E' quanto ha dichiarato Carlo Calenda, ministro dello Sviluppo economico partecipando oggi alla presentazione della terza edizione del **Mia**, il Mercato internazionale dell'audiovisivo. (Cap/AdnKronos) ISSN 2465 - 1222 10-LUG-17 12:49 NNNN

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 13.09.09

ROMA: CALENDA, VOGLIAMO AIUTARE CAPITALE, STA VIVENDO MOMENTO COMPLESSO =

ROMA: CALENDA, VOGLIAMO AIUTARE CAPITALE, STA VIVENDO MOMENTO COMPLESSO = 'E' una citta' con una sua vocazione, presto presenteremo nostro lavoro di 'analisi'' Roma, 10 lug. - (AdnKronos) - "Roma è una città che, per tanti versi, sta vivendo un momento molto complesso. Stiamo lavorando per fare una mappatura di ciò che si può fare, per aiutarla a riemergere viste le tante crisi industriali". E' quanto ha dichiarato il ministro dello Sviluppo economico Carlo Calenda partecipando oggi all'Hotel Bernini, alla presentazione della terza edizione del **MIA**, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo che si svolgerà nella capitale dal 19 al 23 ottobre. Ed ha ancora aggiunto: "Non di stratta di un lavoro di attività ma di analisi che stiamo facendo e che presenteremo. Un lavoro che stiamo attuando per aiutare la città perché Roma ha una sua vocazione". (Cap/AdnKronos) ISSN 2465 - 1222 10-LUG-17 13:05 NNNN

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 13.24.32

PD: CALENDA, MIA DISCESA IN POLITICA ESCLUSA DA SEMPRE =

PD: CALENDA, **MIA** DISCESA IN POLITICA ESCLUSA DA SEMPRE = 'Un piccolo dettaglio... io faccio il ministro. Dico cose politiche e tutto questo finisce con questa legislatura'' Roma, 10 lug. - (AdnKronos) - "L'ascesa in politica è esclusa. L'ho esclusa da sempre. Sempre negli stessi termini, sempre per le stesse ragioni, con un piccolo dettaglio. Io oggi faccio il ministro e quindi dico delle cose che sono anche politiche, ma questo finisce con questa legislatura". E' quanto ha dichiarato il ministro dello Sviluppo economico Carlo Calenda partecipando oggi all'Hotel Bernini, alla presentazione della terza edizione del **MIA**, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo che si svolgerà nella capitale dal 19 al 23 ottobre. (Cap/AdnKronos) ISSN 2465 - 1222 10-LUG-17 13:21 NNNN

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 13.45.45

PD: CALENDA, SU ALLEANZE D'ACCORDO CON RENZI, E' DISCUSSIONE INUTILE =

PD: CALENDA, SU ALLEANZE D'ACCORDO CON RENZI, E' DISCUSSIONE INUTILE = Roma, 10 lug. - (AdnKronos) - "Condivido molto il ragionamento di Matteo Renzi sulla discussione, a prescindere dai contenuti, sulle alleanze: è una discussione inutile che non interessa nessuno". E' quanto ha dichiarato il ministro dello Sviluppo economico Carlo Calenda partecipando oggi all'Hotel Bernini, alla presentazione della terza edizione del **Mia**, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo che si svolgerà nella capitale dal 19 al 23 ottobre. (Cap/AdnKronos) ISSN 2465 - 1222 10-LUG-17 13:44 NNNN

MODA: ZINGARETTI, ABBIAMO SEMPRE CREDUTO IN ALTAROMA MA SERVE GIOCO DI SQUADRA =

MODA: ZINGARETTI, ABBIAMO SEMPRE CREDUTO IN ALTAROMA MA SERVE GIOCO DI SQUADRA = 'Deve esserci anche il 'protagonismo' di altre istituzioni' Roma, 10 lug. - (AdnKronos) - "Noi siamo tra gli attori istituzionali che hanno sempre creduto in AltaRoma e continua o a crederci. Ma bisogna fare un gioco di squadra". E' quanto ha dichiarato il presidente della Regione Lazio Nicola Zingaretti partecipando oggi all'Hotel Bernini, alla presentazione della terza edizione del **MIA**, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo che si svolgerà nella capitale dal 19 al 23 ottobre. Ed ha ancora ricordato : "Il ministro Calenda, due anni fa, ha lanciato la sua idea legata alla promozione dei giovani. Noi siamo stati tra i primi a dire subito sì, a sostenerlo. Ovviamente AltaRoma -ha proseguito- deve vedere il protagonismo anche delle altre istituzioni". (Cap/AdnKronos) ISSN 2465 - 1222 10-LUG-17 13:45 NNNN

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 14.11.59

LAZIO: ZINGARETTI, CON 'MIA' NUOVO MODELLO DI SVILUPPO FONDATO SU CULTURA =

LAZIO: ZINGARETTI, CON '**MIA**' NUOVO MODELLO DI SVILUPPO FONDATO SU CULTURA = Roma, 10 lug. - (AdnKronos) - "Partecipare al **MIA**, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo è un altro segno della voglia di costruire un nuovo modello di sviluppo fondato sulla cultura e su questo immenso patrimonio dell'industria dell'audiovisivo". E' quanto ha dichiarato il presidente della Regione Lazio Nicola Zingaretti, partecipando oggi all'Hotel Bernini alla presentazione della terza edizione del **MIA**, Mercato Internazionale dell'Audiovisivo che si svolgerà a Roma dal 19 al 23 ottobre. Ed ha ancora ricordato: "Saremo dunque al Mercato Internazionale dell'Audiovisivo che si proietta come uno degli eventi mondiali più importanti. Presenteremo pure il nostro sostegno 'Lazio Cinema International' e, per i comuni del Lazio la piattaforma delle promozioni delle location per fare film a tutti i produttori del mondo". (Cap/AdnKronos) ISSN 2465 - 1222 10-LUG-17 14:11 NNNN

LAZIO: ZINGARETTI, CON 'MIA' NUOVO MODELLO DI SVILUPPO FONDATO SU CULTURA(2) =

LAZIO: ZINGARETTI, CON '**MIA**' NUOVO MODELLO DI SVILUPPO FONDATO SU CULTURA(2) = 'Politica dell'audiovisivo finanziata con 22 milioni l'anno di contributi' (AdnKronos) - Nel corso del suo intervento il presidente della Regione Lazio Nicola Zingaretti ha sottolineato il pieno sostegno ai Mercati internazionali dell'audiovisivo. "Vogliamo essere presenti -ha detto- con l'obiettivo di costruire intorno a questa manifestazione un habitat amichevole realizzando un network di collaborazioni che superi l'idea ormai vecchia, di mettere in concorrenza le perle che noi abbiamo. Abbiamo sempre collaborato -ha ricordato ancora Zingaretti- per costruire un sistema. Avere tante ricchezze può non trasformarsi in una forza se sono isolate. Abbiamo costruito una politica dell'audiovisivo finanziata con 22 milioni l'anno di contributi". (segue) (Cap/AdnKronos) ISSN 2465 - 1222 10-LUG-17 14:28 NNNN

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 14.52.17

AUDIOVISIVO: CALENDA, ABBIAMO DECISO INSIEME DI PUNTARE SU 'MIA' =

AUDIOVISIVO: CALENDA, ABBIAMO DECISO INSIEME DI PUNTARE SU '**MIA**' = 'Mantenuto parola, mi impegnero' a mettere progetto in prossima legge di bilancio' Roma, 10 lug. - (AdnKronos) - "Abbiamo deciso di puntare tutti insieme su '**MIA**', il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo. Abbiamo mantenuto la parola portando l'evento al triennio. Ora mi impegnerò a mettere il progetto nella prossima legge di bilancio ". E' quanto ha dichiarato il ministro dello Sviluppo economico Carlo Calenda partecipando oggi all'Hotel Bernini, alla presentazione della terza edizione del **MIA**, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo che si svolgerà nella capitale dal 19 al 23 ottobre. (Cap/AdnKronos) ISSN 2465 - 1222 10-LUG-17 14:52 NNNN

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 15.36.52

AUDIOVISIVO: DAL 19 AL 23 OTTOBRE A ROMA TERZA EDIZIONE DEL 'MIA' =

AUDIOVISIVO: DAL 19 AL 23 OTTOBRE A ROMA TERZA EDIZIONE DEL '**MIA**' = Occasione per una presentazione unitaria del 'Sistema Italia' sulla scena internazionale Roma, 10 lug. - (AdnKronos) - Riparte da Roma la terza edizione del **MIA**, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo che si svolgerà dal 19 al 23 ottobre. La manifestazione è stata presentata oggi all'Hotel Bernini dal ministro dello Sviluppo economico Carlo Calenda, dal presidente della Regione Lazio Nicola Zingaretti, dal presidente Anica, Associazione nazionale industrie cinematografiche e audiovisive Francesco Rutelli, da Giancarlo Leone, presidente Apt, Associazione produttori televisivi. Si tratta di una iniziativa che risponde in maniera 'sartoriale' alle esigenze dell'industria di cui è espressione. Una occasione di presentazione unitaria del 'Sistema Italia' sulla scena internazionale. Per l'edizione 2017 il **MIA** cambia l'identità visiva con un nuovo claim (Matching excellence) e un nuovo logo, per sottolineare il posizionamento che il mercato ha assunto nel panorama degli appuntamenti internazionali dedicati all'industria audiovisiva ovvero quello di un hub frequentato dai leader del mercato dove l'eccellenza italiana è protagonista. (segue) (Cap/AdnKronos) ISSN 2465 - 1222 10-LUG-17 15:35 NNNN

AUDIOVISIVO: DAL 19 AL 23 OTTOBRE A ROMA TERZA EDIZIONE DEL 'MIA'(2) =

AUDIOVISIVO: DAL 19 AL 23 OTTOBRE A ROMA TERZA EDIZIONE DEL '**MIA**'(2) = Tra cinema e tv il programma comprende anche animazione, graphic novel e spazi dedicati ai piu' giovani (AdnKronos) - Per l'edizione 2017 il **MIA** vedrà le proprie attività nel distretto di piazza Barberini (Palazzo Barberini, l'Hotel Bernini Bristol, il cinema Barberini). Il programma prevede sessioni specifiche dedicate al cinema, alla tv accanto alla seconda edizione del Drama series pitching forum e per la prima volta gli 'Italian tv upfront'. Presente inoltre nella capitale il '**MIA** Doc', una boutique market al servizio delle aziende italiane, una piattaforma selettiva ed efficiente a sostegno delle coproduzioni e della distribuzione di documentari e 'factual'. **MIA** 2017 conferma anche alcuni programmi speciali. Si tratta di Yas, uno spazio che si snoda tra cinema e tv segnalando, in diversi segmenti presenti alla manifestazione il prodotto 'Kids & Teens e Young adult'. Protagonista di Yas sarà anche la graphic novel. Un'altra sezione speciale dedicata all'animazione, tra le forme più efficaci e innovative della narrazione cine-audiovisiva. Il Fondo Eurimages conferma inoltre, per il terzo anno consecutivo, il premio al miglior progetto di '**MIA**Cinema'. L'Edi Effetti digitali italiani inaugura il '**MIA** Edi visionary award', un premio dedicato a quei progetti di cinema, serie tv e documentario che si contraddistinguono per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente di effetti visivi. Tra gli eventi ospitati dalla terza edizione del **MIA** il premio Carlo Bixio dedicato a giovani autori, di età compresa tra i 18 e i 30 anni, chiamati a cimentarsi ad un progetto di serialità senza limiti di genere con una vocazione internazionale. (Cap/AdnKronos) ISSN 2465 - 1222 10-LUG-17 15:36 NNNN

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 12.01.58

Roma: Calenda, citta' in crisi mappatura per interventi da fare =

(AGI) - Roma, 10 lug. - "Roma e' una citta' che, per tanti versi, sta vivendo un momento molto complesso e stiamo lavorando per fare una mappatura per le cose che si possono fare e aiutarla ad emergere da una situazione visto le tante crisi industriali. Non e' un lavoro di attivita' ma di analisi che stiamo facendo e presenteremo, non fatto contro nessuno ma per aiutare. Questa e' una citta' che ha una sua vocazione". Lo ha detto il ministro dello Sviluppo Economico, Carlo Calenda, durante il suo intervento per la presentazione della terza edizionde del **Mia**, in corso all'Hotel Bernini Bristol. (AGI) Rmy/Bru 101201 LUG 17 NNN

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 12.15.23

Moda: Calenda, "AltaRoma viri su giovani o andra' chiusa" =

(AGI) - Roma, 10 lug. - "Stiamo lavorando con grande difficolta' su Alta Roma, per vedere se si puo' fare un nuovo progetto. Abbiamo deciso di riposizionarla sui giovani, puo' essere che c'e' la faccia, puo' essere di no ma in questo caso andra' chiusa perche' e' inutile tenerla a meta'. Non so se la moda e' nel futuro di Roma, puo' esserlo in questa vocazione verso i giovani". Lo ha detto il ministro dello Sviluppo Economico, Carlo Calenda, nel suo intervento per la presentazione della terza edizione del **Mia**, in corso all'Hotel Bernini Bristol. (AGI) Rmy/Bru 101203 LUG 17 NNN

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 12.47.15

Moda: Zingaretti, crediamo in AltaRoma serve "gioco di squadra" =

(AGI) - Roma, 10 lug. - "Noi siamo tra gli attori istituzionali che ci hanno sempre creduto e che continuano a crederci. Chiaramente bisogna fare un gioco di squadra. Il ministro Calenda due anni fa ha lanciato questa idea, noi siamo stati tra i primi a dire subito s? e a sostenerle. Ovviamente AltaRoma deve vedere in primo luogo il protagonismo anche di altre istituzioni". Lo ha detto il presidente della Regione Lazio, Nicola Zingaretti, a margine della presentazione della terza edizione del **Mia**, riaspondendo a chi gli chiedeva un commento alle parole del ministro Carlo Calenda sul futuro di AltaRoma.(AGI) Rmy/Bru 101242 LUG 17 NNN

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 12.47.15

Governo: Calenda, mia area di riferimento e' Paolo Gentiloni =

(AGI) - Roma, 10 lug. - "Condivido molto il ragionamento di Renzi che la discussione a prescindere dai contenuti sulle allenze ? una discussione inutile, che non interessa a nessuno". Lo ha detto il ministro dello Sviluppo Economico Carlo Calenda, a margine della presentazione della terza edizione del **Mia**, all'Hotel Bernini Bristol di Roma. A chi gli chiedeva se una sua eventuale discesa in politica va esclusa, il ministro ha replicato: "Io l'ho esclusa da sempre, sempre negli stessi termini e per le stesse ragioni. Con

un piccolo dettaglio, io oggi faccio il ministro e quindi dico delle cose che sono anche politiche, ma questo finisce con questa legislatura". Mentre alla domanda si quale fosse la sua area politica di riferimento Calenda risponde: "La **Mia** area di riferimento politico e' Paolo Gentiloni".(AGI) Rmy/Bru 101249 LUG 17 NN

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 12.01.37

Altaroma, Calenda: o avanti col nuovo progetto o si chiude

Altaroma, Calenda: o avanti col nuovo progetto o si chiude Altaroma, Calenda: o avanti col nuovo progetto o si chiude Inutile tenerla a metà Roma, 10 lug. (askanews) - "Stiamo lavorando con grande difficoltà su Altaroma, per vedere se si può fare un nuovo progetto, abbiamo deciso di riposizionarla sui giovani, può essere che ce la faccia, può essere di no, ma in questo caso andrà chiusa perché è inutile tenerla a metà". Così Carlo Calenda, Ministro dello Sviluppo economico, in occasione della presentazione della terza edizione del **Mia** il Mercato internazionale audiovisivo. "Non so se la moda è nel futuro di Roma, può esserlo in questa vocazione verso i giovani". Bet 20170710T115928Z

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 12.04.03

Roma, Calenda: città in crisi al lavoro per aiutarla

Roma, Calenda: città in crisi al lavoro per aiutarla Per Capitale momento molto complesso Roma, 10 lug. (askanews) - "Roma è una città che per tanti versi sta vivendo un momento molto complesso e stiamo lavorando per fare una mappatura per le cose che si possono fare e aiutarla ad emergere da una situazione visto le tante crisi industriali'. Così Carlo Calenda, Ministro dello Sviluppo economico, in occasione della terza edizione del **Mia** il Mercato internazionale audiovisivo. "Non è un lavoro di attività ma di analisi che stiamo facendo e presenteremo, ma non fatto contro nessuno ma per aiutare. Questa è una città che ha una sua vocazione". Bet 20170710T120326Z

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 12.33.45

Calenda: la mia area di riferimento politico è Paolo Gentiloni

Calenda: la **mia** area di riferimento politico è Paolo Gentiloni Calenda: la **mia** area di riferimento politico è Paolo Gentiloni Roma, 10 lug. (askanews) - "La **mia** area di riferimento politico è Paolo Gentiloni". Così Carlo Calenda, ministro dello Sviluppo economico, a margine della presentazione della terza edizione del **mia**, il Mercato internazionale audiovisivo. Bet 20170710T123054Z

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 12.43.00

***Governo, Calenda: ho sempre escluso mia discesa in politica**

*Governo, Calenda: ho sempre escluso **mia** discesa in politica *Governo, Calenda: ho sempre escluso **mia** discesa in politica "Finisco con questa legislatura" Roma, 10 lug. (askanews) - Una discesa in politica "l'ho esclusa da sempre e sempre negli stessi termini e sempre per le stesse ragioni, con un piccolo dettaglio che io oggi faccio il ministro e quindi dico delle cose che sono anche politiche, ma questo finisce con questa legislatura". Così il ministro dello Sviluppo economico, Carlo Calenda, a margine della presentazione della terza edizione del **mia**, il Mercato internazionale audiovisivo. Bet 20170710T123649Z

Altaroma, Zingaretti: noi in Altaroma abbiamo sempre creduto

Altaroma, Zingaretti: noi in Altaroma abbiamo sempre creduto Altaroma, Zingaretti: noi in Altaroma abbiamo sempre creduto E continuiamo a crederci Roma, 10 lug. (askanews) - "Noi siamo tra gli attori istituzionali che ci hanno sempre creduto e che continuano a crederci. Chiaramente bisogna fare un gioco di squadra. Il miniatro Calenda due anni fa ha lanciato questa idea, noi siamo stati tra i primi a dire subito si e a sostenerla. Ovviamente AltaRoma deve vedere in primo luogo il protagonismo anche di altre istituzioni". Così il presidente della Regione Lazio, Nicola Zingaretti, a margine della presentazione della terza edizione del **Mia**, il Mercato internazionale audiovisivo, riasondendo a chi gli chiedeva un commento alle parole del ministro, Carlo Calenda, sul futuro di AltaRoma. Bet 20170710T130902Z

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 13.44.54

A Roma dal 19 al 23 ottobre il Mercato internazionale audiovisivo

A Roma dal 19 al 23 ottobre il Mercato internazionale audiovisivo A Roma dal 19 al 23 ottobre il Mercato internazionale audiovisivo Distretto Barberino punto di incontro Roma, 10 lug. (askanews) - Appuntamento dal 19 al 23 ottobre con la terza edizione del Mercato Internazionale Audiovisivo (**Mia**), la convention dedicata ai produttori e i distributori di film e serie tv organizzata da Anica e Apt (Associazione produttori televisivi) insieme alle associazioni di categoria e imprenditori del settore audiovisivo che - ed é la novità - si incontreranno nel 'distretto' di piazza Barberini, tra il cinema e il Palazzo omonimi e l'Hotel Bristol, per discutere della promozione dei prodotti italiani sul mercato internazionale. 'Matching Excellence' lo slogan scelto per questa terza edizione del **Mia**, che vedrà 1.500 partecipanti accreditati, provenienti da 58 Paesi. L'iniziativa è finanziata dal Ministero dello Sviluppo Economico, il Mibact, l'Istituto del Commercio Estero, la Regione Lazio e dal programma Media. Tre le sezioni in programma per la terza edizione del **Mia**: Cinema, Tv e Doc. Gli organizzatori sottolineano che più del 50% dei progetti cinematografici selezionati nelle scorse edizioni è stato accompagnato fino alla produzione. Bet 20170710T134027Z

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 14.15.36

Audiovisivo, Zingaretti: Regione Lazio vicina al settore

Audiovisivo, Zingaretti: Regione Lazio vicina al settore "Vogliamo dare una mano al Mercato internazionale audiovisivo" Roma, 10 lug. (askanews) - "Noi vogliamo dare una mano al **Mia**, ed essere presenti con l'obiettivo di far trovare a questa manifestazione un habitat amichevole, costruendo un network di collaborazione che superi l'idea, vecchia, di mettere in concorrenza le 'perle' che abbiamo". Così il presidente della Regione Lazio, Nicola Zingaretti, in occasione della presentazione della terza edizione del **Mia**, il Mercato internazionale audiovisivo. "Abbiamo sempre collaborato per costruire un sistema, e avere tante ricchezze può non essere una forza, se queste sono isolate. Abbiamo costruito una politica dell'audiovisivo, finanziata con 22 milioni l'anno di contributi. Il Lazio, in questo, è la seconda regione dell'Ue per sostegno all'audiovisivo, dopo Berlino - ha aggiunto - e prima di Parigi, con cui siamo in contatto. Tutto ciò che accade nel Lazio deve trovare un sistema di attori pubblici e privati con una Regione che tenta di essere sistema e di rafforzarlo. Abbiamo superato un sistema a canne d'organo,

abbiamo una 'task force' dell'audiovisivo e la grande forza della programmazione dei fondi europei 2014-20 a sostegno delle politiche di network". (Segue) 20170710T141522Z

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 14.15.36

Audiovisivo, Zingaretti: Regione Lazio vicina al settore -2-

Audiovisivo, Zingaretti: Regione Lazio vicina al settore -2- Roma, 10 lug. (askanews) - "Nel primo trimestre del 2017 - ha ricordato Zingaretti - l'export di questo settore è aumentato del 43 per cento rispetto allo scorso anno, un risultato anche figlio di un sistema che ha trovato forza e dovrà aumentarla. Quest'anno saremo presenti al **Mia** con un contributo diretto, e presenteremo la seconda tranche, che vale 5 milioni, del bando Lazio Cinema International a sostegno delle produzioni internazionali. Rilanceremo una piattaforma di promozione delle 2000 location del Lazio, costruire una sinergia che si amplia anche al turismo e alla promozione territoriale. Il sistema delle coproduzioni sta funzionando, sta trasformando questi territori, vediamo già dei risultati. Presenteremo poi un nuovo bando da 9 milioni della programmazione Ue a sostegno delle imprese digitali della creatività e dell'audiovisivo. Ci sarà poi un nuovo bando da 1,5 milioni a sostegno dei cinema e dei teatri. Il nostro obiettivo ora è non far spegnere questa luce. Rafforzare il **Mia** è una grande opportunità per costruire questa sintesi tra cultura e industria, è un nostro dovere" ha concluso il presidente. Bet 20170710T141529Z

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 12.15.23

CULTURA. A OTTOBRE IL 'MIA', ROMA SARÀ CAPITALE MERCATO AUDIOVISIVO

CULTURA. A OTTOBRE IL '**MIA**', ROMA SARÀ CAPITALE MERCATO AUDIOVISIVO (DIRE) Roma, 10 lug. - Si svolgera' a Roma dal 19 al 23 ottobre la terza edizione del Mercato internazionale audiovisivo (**MIA**), la convention dedicata ai produttori e i distributori di film e serie tv organizzata da Anica e Apt. Associazioni di categoria e imprenditori del settore audiovisivo si incontreranno nel 'distretto' di piazza Barberini, tra il cinema e il palazzo omonimi e l'Hotel Bristol, per discutere della promozione dei prodotti italiani sul mercato internazionale. La presentazione della terza edizione, questa mattina proprio all'Hotel Bristol di piazza Barberini, alla presenza del ministro dello Sviluppo economico, Carlo Calenda, del presidente della Regione Lazio, Nicola Zingaretti, e del presidente dell'Anica, Francesco Rutelli. 'Matching Excellence' lo slogan scelto per questa terza edizione del **MIA**, che vedra' 1.500 partecipanti accreditati, provenienti da 58 Paesi. L'iniziativa e' finanziata dal ministero dello Sviluppo economico, il Mibact, l'Istituto del Commercio estero, la Regione Lazio e dal programma Media. Tre le sezioni del **MIA**: cinema, tv e doc. Gli organizzatori sottolineano che piu' del 50% dei progetti cinematografici selezionati nelle scorse edizioni e' stato accompagnato fino alla produzione. "Abbiamo mantenuto la parola portando l'evento al triennio. Ora mi impegnero' a mettere il progetto nella prossima legge di Bilancio" ha commentato il ministro dell Sviluppo economico, Carlo Calenda, durante la conferenza di presentazione questa mattina. (Ago/ Dire) 12:14 10-07-17 NNNN

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 12.21.58

ROMA. CALENDA: CITTÀ IN CRISI, LAVORIAMO PER AIUTARLA

ROMA. CALENDA: CITTÀ IN CRISI, LAVORIAMO PER AIUTARLA (DIRE) Roma, 10 lug. - "Roma e' una citta' che per tanti versi sta vivendo un momento molto complesso e stiamo lavorando per fare una mappatura per le cose che si possono fare e aiutarla ad emergere da una situazione che vede tante crisi industriali. Non e' un lavoro di attivita' ma di analisi, che stiamo facendo e presenteremo. Non e' fatto contro nessuno ma per aiutare. Questa e' una citta' che ha una sua vocazione". A dirlo il ministro dello Sviluppo economico, Carlo Calenda, durante la presentazione della terza edizione del **Mia**-Mercato internazionale dell'audiovisivo all'Hotel Bristol in piazza Barberini a Roma. (Ago/ Dire) 12:14 10-07-17 NNNN

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 12.23.43

ALTAROMA. CALENDA: PROGETTO SU GIOVANI, E SE NON VA ANDRÀ CHIUSA

ALTAROMA. CALENDA: PROGETTO SU GIOVANI, E SE NON VA ANDRÀ CHIUSA "VEDIAMO SE RIPOSIZIONAMENTO FUNZIONA" (DIRE) Roma, 10 lug. - "Stiamo lavorando con grande difficolta' su AltaRoma per vedere se si puo' fare un nuovo progetto, abbiamo deciso di riposizionarla sui giovani, puo' essere che ce la faccia, puo' essere di no, ma in questo caso andra' chiusa perche' e' inutile tenerla a meta'". A dirlo il ministro dello Sviluppo economico, Carlo Calenda, durante la presentazione della terza edizione del **Mia** all'Hotel Bristol, in piazza Barberini, a Roma. "Non so se la moda e' nel futuro di Roma, puo' esserlo in questa vocazione verso i giovani", ha aggiunto. (Ago/ Dire) 12:20 10-07-17 NNNN

CULTURA. A OTTOBRE IL 'MIA', ROMA SARÀ CAPITALE MERCATO AUDIOVISIVO /FOTO

CULTURA. A OTTOBRE IL '**MIA**', ROMA SARÀ CAPITALE MERCATO AUDIOVISIVO /FOTO (DIRE) Roma, 10 lug. - Si svolgera' a Roma dal 19 al 23 ottobre la terza edizione del Mercato internazionale audiovisivo (**MIA**), la convention dedicata ai produttori e i distributori di film e serie tv organizzata da Anica e Apt. Associazioni di categoria e imprenditori del settore audiovisivo si incontreranno nel 'distretto' di piazza

Barberini, tra il cinema e il palazzo omonimi e l'Hotel Bristol, per discutere della promozione dei prodotti italiani sul mercato internazionale. La presentazione della terza edizione, questa mattina proprio all'Hotel Bristol di piazza Barberini, alla presenza del ministro dello Sviluppo economico, Carlo Calenda, del presidente della Regione Lazio, Nicola Zingaretti, e del presidente dell'Anica, Francesco Rutelli. 'Matching Excellence' lo slogan scelto per questa terza edizione del **MIA**, che vedra' 1.500 partecipanti accreditati, provenienti da 58 Paesi. L'iniziativa e' finanziata dal ministero dello Sviluppo economico, il Mibact, l'Istituto del Commercio estero, la Regione Lazio e dal programma Media. Tre le sezioni del **MIA**: cinema, tv e doc. Gli organizzatori sottolineano che piu' del 50% dei progetti cinematografici selezionati nelle scorse edizioni e' stato accompagnato fino alla produzione. "Abbiamo mantenuto la parola portando l'evento al triennio. Ora mi impegnero' a mettere il progetto nella prossima legge di Bilancio" ha commentato il ministro dell Sviluppo economico, Carlo Calenda, durante la conferenza di presentazione questa mattina. (Ago/ Dire) 12:22 10-07-17 NNNN

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 12.31.05

GOVERNO. CALENDA: MIA AREA DI RIFERIMENTO È GENTILONI

GOVERNO. CALENDA: **MIA** AREA DI RIFERIMENTO È GENTILONI (DIRE) Roma, 10 lug. - "Escludo da sempre la **MIA** ascesa in politica, sempre per gli stessi termini e le stesse ragioni, con un piccolo dettaglio, che io oggi faccio il ministro e quindi dico delle cose che sono anche politiche. Ma questo finisce con questa legislatura. La **MIA** area di riferimento politica e' Paolo Gentiloni". Cosi' il ministro dello Sviluppo economico, Carlo Calenda, lasciando l'Hotel Bristol di Roma. (Ago/ Dire) 12:50 10-07-17 NNNN

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 12.52.37

ALTAROMA. ZINGARETTI: CI DEVE ESSERE PROTAGONISMO ALTRE ISTITUZIONI /VIDEO

ALTAROMA. ZINGARETTI: CI DEVE ESSERE PROTAGONISMO ALTRE ISTITUZIONI /VIDEO (DIRE) Roma, 10 lug. - "Noi siamo tra gli attori istituzionali che ci hanno sempre creduto e che continuano a crederci. Chiaramente bisogna fare un gioco di squadra. Il ministro Calenda due anni fa ha lanciato questa idea, noi siamo stati tra i primi a dire subito si' e a sostenerla. Ovviamente AltaRoma, AltaModa, deve vedere in primo luogo il protagonismo anche di altre istituzioni". Lo ha detto il presidente della Regione Lazio, Nicola Zingaretti, a margine della presentazione della terza edizione del **Mia**, rispondendo a chi gli chiedeva un commento alle parole del ministro Carlo Calenda sul futuro di AltaRoma. (Ago/Dire) 15:38 10-07-17 NNNN

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 11.58.05

ROMA: CALENDA "CITTÀ IN CRISI, AL LAVORO PER AIUTARLA"

ROMA: CALENDA "CITTÀ IN CRISI, AL LAVORO PER AIUTARLA" ROMA (ITALPRESS) - "Roma e' una citta' che per tanti versi sta vivendo un momento molto complesso. Stiamo lavorando per fare una mappatura per le cose che si possono fare e aiutarla ad emergere da una situazione in cui si registrano tante crisi industriali". Lo ha detto il ministro dello Sviluppo Economico, Carlo Calenda, nel corso della presentazione della terza edizione del **Mia**, Mercato Internazionale dell'audiovisivo. "Non e' un lavoro di attivita' ma di analisi che stiamo facendo" ha continuato. (ITALPRESS). mac/pc/red 10-Lug-17 11:57 NNNN

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 12.01.59

MODA: CALENDA: "SU ALTAROMA NUOVO PROGETTO O CHIUSURA"

MODA: CALENDA: "SU ALTAROMA NUOVO PROGETTO O CHIUSURA" ROMA (ITALPRESS) - "Stiamo lavorando con grande difficolta' su AltaRoma, per vedere se si puo' fare un nuovo progetto. Abbiamo deciso di riposizionarla sui giovani, puo' essere che ce la faccia, puo' essere di no, ma in questo caso andra' chiusa perche' e' inutile tenerla a meta'. Non so se la moda e' nel futuro di Roma, puo' esserlo in questa vocazione verso i giovani". Lo ha detto il ministro dello Sviluppo Economico, Carlo Calenda, nel corso della presentazione della terza edizione del **Mia**, Mercato Internazionale dell'audiovisivo. (ITALPRESS). mac/pc/red 10-Lug-17 12:01 NNNN

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 12.47.16

GOVERNO: CALENDA "MIA AREA RIFERIMENTO E' PAOLO GENTILONI"

GOVERNO: CALENDA "**MIA** AREA RIFERIMENTO E' PAOLO GENTILONI" ROMA (ITALPRESS) - "La **MIA** area di riferimento politico e' Paolo Gentiloni". Cosi' Carlo Calenda, Ministro dello Sviluppo economico, a margine della presentazione della terza edizione del**MIA**, il Mercato internazionale audiovisivo. Per quel che riguarda la sua discesa in politica ha risposto: "l'ho esclusa da sempre, sempre negli stessi termini, sempre per le stesse ragioni, con un piccolo dettaglio che io oggi faccio il ministro e quindi dico delle cose che sono anche politiche, ma tutto questo finisce con questa legislatura". (ITALPRESS). mac/pc/red 10-Lug-17 12:47 NNNN

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 12.51.16

GOVERNO: CALENDA "SU ALLEANZE BENE RENZI, DISCUSSIONE NON INTERESSA"

GOVERNO: CALENDA "SU ALLEANZE BENE RENZI, DISCUSSIONE NON INTERESSA" ROMA (ITALPRESS) - "L'invito era a lavorare a un piano industriale, cosa che sostengo da molto tempo, che

definisca obiettivi, risorse e priorita'. Alcune le ho indicate". Lo ha detto Carlo Calenda, Ministro dello Sviluppo economico, a margine della presentazione della terza edizione del **Mia**, il Mercato internazionale audiovisivo, rispondendo cosi' a chi gli chiedeva un chiarimento sulle sue parole rilasciate al Corriere della Sera. "Penso che questo sia il ragionamento generale di questo Paese - ha proseguito - costruendo una squadra ampia e condividendolo con i corpi intermedi. Condivido molto il ragionamento di Renzi che la discussione, a prescindente dai contenuti, sulle alleanze, e' una discussione inutile che non interessa nessuno". (ITALPRESS). mac/pc/red 10-Lug-17 12:50 NNNN

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 12.52.00

GOVERNO: CALENDA "SU ALLEANZE BENE RENZI, DISCUSSIONE NON INTERESSA"

ROMA (ITALPRESS) - "L'invito era a lavorare a un piano industriale, cosa che sostengo da molto tempo, che definisca obiettivi, risorse e priorita'. Alcune le ho indicate". Lo ha detto Carlo Calenda, Ministro dello Sviluppo economico, a margine della presentazione della terza edizione del **Mia**, il Mercato internazionale audiovisivo, rispondendo cosi' a chi gli chiedeva un chiarimento sulle sue parole rilasciate al Corriere della Sera. "Penso che questo sia il ragionamento generale di questo Paese - ha proseguito - costruendo una squadra ampia e condividendolo con i corpi intermedi. Condivido molto il ragionamento di Renzi che la discussione, a prescindente dai contenuti, sulle alleanze, e' una discussione inutile che non interessa nessuno". (ITALPRESS). mac/pc/red 10-Lug-17 12:50 NNNN

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 13.06.11

MODA: ZINGARETTI "SU ALTAROMA ABBIAMO CONTINUIAMO A CREDERCI"

MODA: ZINGARETTI "SU ALTAROMA ABBIAMO CONTINUIAMO A CREDERCI" ROMA (ITALPRESS) - "Noi siamo tra gli attori istituzionali che ci hanno sempre creduto e che continuano a crederci. Chiaramente bisogna fare un gioco di squadra". Cosi' il presidente della Regione Lazio, Nicola Zingaretti, a margine della presentazione della terza edizione del **Mia**, Mercato internazionale dell'Audiovisivo, commentando cosi' le parole del ministro della Sviluppo economico, Carlo Calenda, che su AltaRoma ha parlato di una ipotesi di chiusura in caso di mancato progetto. "Il ministro Calenda, due anni fa, - ha ricordato - ha lanciato questa idea, noi siamo stati tra i primi a dire subito si' e a sostenerle. Ovviamente AltaRoma deve vedere in primo luogo il protagonismo anche di altre istituzioni". (ITALPRESS). mac/pc/red 10-Lug-17 12:52 NNNN

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 13.10.14

AUDIOVISIVO: ZINGARETTI "10,5 MILIONI CON NUOVO BANDO"

ROMA (ITALPRESS) - "Noi vogliamo dare una mano al **Mia** ed essere presenti con l'obiettivo di far trovare a questa manifestazione un habitat amichevole, costruendo un network di collaborazione che superi l'idea, vecchia, di mettere in concorrenza le 'perle' che abbiamo". Lo ha detto il presidente della Regione Lazio, Nicola Zingaretti, che questa mattina ha partecipato con il ministro allo Sviluppo economico, Carlo Calenda, alla presentazione della Terza edizione del **Mia**, mercato internazionale dell'audiovisivo. "Abbiamo sempre collaborato per costruire un sistema e avere tante ricchezze puo' non

essere una forza se queste sono isolate - ha spiegato -. Abbiamo costruito una politica dell'audiovisivo, finanziata con 22 milioni l'anno di contributi. Il Lazio, in questo, e' la seconda regione dell'Ue per sostegno all'audiovisivo, dopo Berlino e prima di Parigi, con cui siamo in contatto". "Tutto cio' che accade nel Lazio - ha proseguito Zingaretti - deve trovare un sistema di attori pubblici e privati con una Regione che tenta di essere sistema e di rafforzarlo. Abbiamo una 'task force' dell'audiovisivo e la grande forza della programmazione dei fondi europei 2014-20 a sostegno delle politiche di network. Nel primo trimestre del 2017 l'export di questo settore e' aumentato del 43 per cento rispetto allo scorso anno, un risultato anche figlio di un sistema che ha trovato forza e dovra' aumentarla. Quest'anno saremo presenti al **Mia** con un contributo diretto e presenteremo la seconda tranche, che vale 5 milioni, del bando Lazio Cinema International a sostegno delle produzioni internazionali". (ITALPRESS) - (SEGUE). mac/pc/red 10-Lug-17 13:09 NNNN

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 13.10.14

AUDIOVISIVO: ZINGARETTI "10,5 MILIONI CON NUOVO BANDO"-2-

"Rilanceremo una piattaforma di promozione delle 2000 location del Lazio, costruiremo una sinergia che si amplia anche al turismo e alla promozione territoriale - ha concluso Zingaretti -. Il sistema delle coproduzioni sta funzionando, sta trasformando questi territori, vediamo gia' dei risultati. Presenteremo poi un nuovo bando da 9 milioni della programmazione Ue a sostegno delle imprese digitali della creativita' e dell'audiovisivo. Ci sara' poi un nuovo bando da 1,5 milioni a sostegno dei cinema e dei teatri. Il nostro obiettivo ora e' non far spegnere questa luce. Rafforzare il **Mia** e' una grande opportunita' per costruire questa sintesi tra cultura e industria, e' un nostro dovere". (ITALPRESS). mac/pc/red 10-Lug-17 13:09 NNNN

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 16.26.07

MODA: ZINGARETTI "SU ALTAROMA CONTINUIAMO A CREDERCI"

MODA: ZINGARETTI "SU ALTAROMA CONTINUIAMO A CREDERCI" ROMA (ITALPRESS) - "Noi siamo tra gli attori istituzionali che ci hanno sempre creduto e che continuano a crederci. Chiaramente bisogna fare un gioco di squadra". Cosi' il presidente della Regione Lazio, Nicola Zingaretti, a margine della presentazione della terza edizione del **Mia**, Mercato internazionale dell'Audiovisivo, commentando cosi' le parole del ministro della Sviluppo economico, Carlo Calenda, che su AltaRoma ha parlato di una ipotesi di chiusura in caso di mancato progetto. "Il ministro Calenda, due anni fa, - ha ricordato - ha lanciato questa idea, noi siamo stati tra i primi a dire subito si' e a sostenerle. Ovviamente AltaRoma deve vedere in primo luogo il protagonismo anche di altre istituzioni". (ITALPRESS). mac/pc/red 10-Lug-17 16:25 NNNN

LUNEDÌ 10 LUGLIO 2017 17.46.04

Speciale Ict: Mercato audiovisivo italiano, tante novita' per l'edizione 2017

Speciale Ict: Mercato audiovisivo italiano, tante novita' per l'edizione 2017 Roma, 10 lug - (Nova) - **Mia** e' ideato, realizzato e prodotto da Anica (Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche e Audiovisive) e Apt (Associazione Produttori Televisivi), con 1.500 accreditati da 58 Paesi nelle precedenti edizioni, **Mia** e'Â l'appuntamento esclusivo per i produttori e distributori di contenuti, film e serie televisive transnazionali e di alto valore industriale, affermatosi allo stesso tempo come un volano importante per promuovere la capacita' produttiva, il sistema audiovisivo italiano, il know-how e le expertise del nostro paese a livello internazionale. Per l'edizione 2017 cambia anche l'identita' visiva con un nuovo claim,Â Matching Excellence e un nuovo logo. Entrambi sottolineano il posizionamento che il mercato ha assunto nel panorama degli appuntamenti internazionali dedicati all'industria audiovisiva: quello di un hub frequentato dai leader del mercato dove l'eccellenza italiana e' protagonista. Tra le altre novita' di questa edizione, la location: il **Mia** vivra' le proprie attivita' nel "distretto" di Piazza Barberini, da Palazzo Barberini, all'Hotel Bernini Bristol, al Cinema Barberini. **Mia**e' finanziato da Ministero dello Sviluppo Economico, Ice, Ministero dei Beni e delle Attivita' Culturali e del Turismo, Regione Lazio, e dal programma Media. Tra i partner laÂ Fondazione Cinema per RomaÂ e il FondoÂ EurimagesÂ del Consiglio d'Europa. **Mia** si avvale di un comitato editoriale che comprende, oltre ad Anica e Apt: Cartoon IT, 100 Autori, Italian Film Commissions, Unefa. Tre le sezioni previste per l'edizione 2017: MIACINEMA, un mercato di co-produzione che ha accompagnato, fino alla realizzazione,Â piu' del 50 per cento dei progetti selezionati nel corso delle passate edizioni e una piattaforma di riferimento per l'industria europea nella stagione autunnale, dove vedere e acquistare le produzioni piu' recenti del cinema indipendente e di qualita' con 120 proiezioni in 4 giorni, oltre che la vetrina What's Next Italy. MIATV, un appuntamento selezionato di alto profiloÂ per l'industria televisiva mondiale, con l'obiettivo principale di favorire il confronto e il networking, partnership, accordi e nuove opportunita' di business in un momento di profonda trasformazione dell'industria italiana. Tra gli appuntamenti piu' attesi, la seconda edizione del Drama Series Pitching Forum e, per la prima volta, gli Italian TV Upfront. **Mia** DOC, un boutique market al servizio delle aziende italiane, una piattaforma selettiva ed efficiente a sostegno delle co-produzioni e della distribuzione di documentari e factual.Â **Mia** 2017 conferma anche alcuni programmi speciali: YAS (Young adult spotlight) e' uno spazio che si snoda in maniera trasversale tra cinema e TVÂ segnalandoÂ nei diversi segmenti presenti al MIAÂ il prodotto kids&teens e young adultÂ nelle varie fasi di sviluppo e con diverse declinazioni: dai pitch ai panel, agli screenings di mercatoa vere e proprie anteprime. Protagonista di YAS quest'anno sara' la graphic novel. Un'altra sezione speciale e' dedicata all'animazione, tra le forme piu' efficaci e innovative della narrazione cine-audiovisiva. Riconoscendo a **Mia** un importante ruolo nel sostegno alle co-produzioni e alle relazioni di business intorno ai grandi progetti internazionali, il Fondo EurimagesÂ conferma per il terzo anno di seguito il Premio al Miglior progetto di **Mia**Cinema. EDI Effetti Digitali Italiani (azienda leader nel settore dei VFX) inaugura il **Mia**EDI Visionary Award, un premio dedicato a quei progetti di cinema, serie tv e documentario che si contraddistinguono per capacita' innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi. Tra gli eventi ospitati dal **Mia** 2017 spicca anche la VI edizioneÂ del Premio Carlo Bixio:Â i giovani autori di eta' compresa tra i 18 ed i 30 anni sono chiamati a cimentarsi in un progetto di serialita' senza limiti di genere, con qualita' di internazionalizzazione. (Kib) NNNN

MERCOLEDÌ 18 OTTOBRE 2017 13.39.23

Cinema: 1400 accreditati e 114 film al Mia

Cinema: 1400 accreditati e 114 film al Mia Per operatori masterclass con Kim, Spotniz, Brancato, Katz (ANSA) - ROMA, 18 OTT - Mille e quattrocento operatori accreditati, 114 film in programma negli screening di mercato dedicati ai buyer internazionali, quattro appuntamenti speciali con i titoli italiani della prossima stagione di cinema e televisione. Sono fra i numeri della terza edizione del Mia, Mercato Internazionale dell'**Audiovisivo** che torna a Roma dal 19 al 23 ottobre, nel 'distretto Barberini'. Il primo mercato italiano del settore (tutti gli appuntamenti sono riservati agli accreditati) per numero di presenze internazionali proporrà anche 45 progetti da 21 paesi per oltre 500 potenziali partner di co-produzione e 40 tra panel, masterclass e dibattiti. In anteprima per l'Italia ci sarà 'Rellik', la serie tv crime targata BBC. Tra i protagonisti delle masterclass l'attore e produttore Daniel Dae Kim (Lost, Hawaii Five-O) e tre degli showrunner più ambiti del momento: Frank Spotniz (X-Files, I Medici); Chris Brancato (Narcos) e Evan Katz (24: Legacy, Body of proof e The event). Y64 18-OTT-17 13:38 NNN

MERCOLEDÌ 18 OTTOBRE 2017 14.54.36

(AGV) Cartoon Network celebra il suo 25esimo anniversario al Mia

(AGV) Cartoon Network celebra il suo 25esimo anniversario al Mia (IL VELINO) Roma, 18 Ott - Cartoon Network (canale 607 di Sky e 350 di Mediaset Premium) celebra il suo 25esimo anniversario al MIA – il Mercato Internazionale dell'**Audiovisivo** e appuntamento esclusivo per i produttori e distributori di contenuti high-end. Ospite d'eccezione Daniel Chong, creatore di una delle serie più amate del canale: WE BARE BEARS, la produzione originale dei Cartoon Network Studios che si è aggiudica il BAFTA Children's Award nella categoria International (2016). Venerdì 20 ottobre alle 11.30 presso il Bernini Bristol Hotel di Roma (sala turchese) è previsto il panel "I NUOVI LINGUAGGI DELL'ANIMAZIONE" tenuto da Daniel Chong e Jaime Ondarza, SVP Southern Europe & Africa di Turner. (com/red) 20171018T145429

MERCOLEDÌ 18 OTTOBRE 2017 15.35.28

AUDIOVISIVO, LAZIO: ITALIAN FILM BOUTIQUE AL MIA (1)

AUDIOVISIVO, LAZIO: ITALIAN FILM BOUTIQUE AL MIA (1) (9Colonne) Roma, 18 ott - Italian Film Boutique - Roma Lazio Cinema Days For International Buyers, giunto alla sua terza edizione, è una iniziativa esclusiva che si terrà a Roma dal 19 ottobre al 23 ottobre in occasione del MIA, il Mercato Internazionale dell'**AUDIOVISIVO**. La manifestazione è realizzata da MOViE UP 2020 di Ass.For.SEO in collaborazione con Roma Lazio Film Commission. Italian Film Boutique, nata nel 2014, si colloca nell'ambito della Sovvenzione Globale MOViE UP 2020, un intervento di più ampia portata, finanziato dalla Regione Lazio - Assessorato Formazione, Ricerca, Scuola, Università e Turismo (POR FSE 2014-2020), per sostenere e valorizzare l'internazionalizzazione degli operatori del settore **AUDIOVISIVO** del Lazio in tutti i diversi comparti. Esportare e sostenere nel mondo "the Italian touch", questo il principale obiettivo di un'ampia iniziativa finalizzata ad accrescere le competenze degli operatori della filiera e che si realizza attraverso molteplici interventi:

formazione, seminari, missioni outgoing, work experience all'estero, market screening di cinema italiano, iniziative di networking. Con l'intento di promuovere e sostenere l'esportazione del cinema italiano e delle competenze espresse dai suoi operatori, IFB 2017 torna con una vetrina, ampia e variegata, per genere e contenuto, della più recente produzione audiovisiva italiana (cinema, documentario, animazione) destinata all'export. (SEGUE) □181534 OTT 17 □

MERCOLEDÌ 18 OTTOBRE 2017 15.36.05

AUDIOVISIVO, LAZIO: ITALIAN FILM BOUTIQUE AL MIA (2)

AUDIOVISIVO, LAZIO: ITALIAN FILM BOUTIQUE AL MIA (2) (9Colonne) Roma, 18 ott IFB sostiene le screening di mercato 22 titoli della più recente produzione cinematografica di lungometraggi (cinema, documentario, animazione) prodotti, girati, venduti o realizzati da operatori della Regione Lazio. 22 storie italiane pronte a portare per il mondo creatività e professionalità del settore. Le proiezioni di mercato si svolgeranno presso la Multisala Barberini e il Cinema Quattro Fontane dove sarà presente anche un desk di informazione IFB. Nell'ambito della sua mission sull'internazionalizzazione degli operatori del settore, MOViE UP 2020 sostiene e cura, in cooperazione con il MIA, un seminario dal titolo: PAST-FORWARD: CLASSIC FILMS ON THE RISE che si terrà domenica 22 ottobre alle ore 10:30 presso la Sala Turchese - Hotel Bernini. Grazie allo sviluppo delle tecniche di restauro, alla nascita di festival specializzati, ai numerosi circuiti di diffusione, nati sulla spinta di una forte richiesta e di un successo sempre maggiore, i film classici sembrano ritrovare una nuova giovinezza. Nel panel proposto, importanti professionisti del settore esplorano gli aspetti commerciali e legali, le prospettive future di distribuzione nazionale e di internazionalizzazione del nostro patrimonio di cinema classico. Spazio al networking tra produttori, buyer, venditori e broadcaster, dal 19 al 23 ottobre, nella IFB LOUNGE, l'area riservata agli invitati di IFB e ai loro ospiti presso l'Hotel Sina Bernini Bristol (VI piano).(red) □181535 OTT 17 □

MERCOLEDÌ 18 OTTOBRE 2017 16.25.54

(AGV) Roma, al via il "Mia - Mercato Internazionale dell'Audiovisivo"

(AGV) Roma, al via il "Mia - Mercato Internazionale dell'**Audiovisivo**" (IL VELINO) Roma, 18 Ott - MIA Mercato Internazionale dell'**Audiovisivo** torna con la sua terza edizione a Roma dal 19 al 23 ottobre 2017, nel "distretto Barberini". Primo mercato italiano per numero di presenze internazionali, MIA è la piattaforma di business rivolta ai produttori e ai distributori di contenuti transnazionali di alto valore industriale e un'occasione unica per presentare il "Sistema Italia" sulla scena internazionale. Dedicato a tutti i settori dell'**Audiovisivo** (Cinema, TV, Doc), MIA prevede quattro linee di attività. Networking: una serie di strumenti costruiti per facilitare l'incontro tra i più di 1.400 operatori accreditati. Content showcase: 114 film presentati durante gli screening di mercato dedicati ai buyer internazionali e 4 appuntamenti speciali con i titoli italiani della prossima stagione di cinema e televisione. Coproduction Market & Pitching Forum: 45 progetti da 21 paesi proposti a oltre 500 potenziali partner di co-produzione; Talks: un fitto programma con oltre 40 tra panel, masterclass e dibattiti. (com/red) 20171018T162547

MERCOLEDÌ 18 OTTOBRE 2017 16.26.01

(AGV) Roma, al via il "Mia - Mercato Internazionale dell'Audiovisivo" (2)

(AGV) Roma, al via il "Mia - Mercato Internazionale dell'**Audiovisivo**" (2) (IL VELINO) Roma, 18 Ott - La capacità di 'matchmaking', ovvero di costruire una rete efficiente di rapporti industriali internazionali è il tratto distintivo di questo evento di mercato, informale e d'eccellenza al tempo stesso. Matching Excellence è, quindi, il nuovo claim dell'edizione 2017, che sottolinea come l'Italia sia portatrice di innovazione e creatività in campo internazionale e MIA sia l'acceleratore di business per l'eccellenza italiana nei rapporti con l'estero. Come ricordato da Carlo Calenda, Ministro dello Sviluppo Economico: "il MIA, ora alla sua terza edizione rappresenta un'occasione d'oro per il mercato **Audiovisivo**nazionale ed internazionale, promuovendo incontri tra produttori e distributori sui contenuti e incoraggiando la condivisione del progresso tecnologico. Questa manifestazione promuove le nostre produzioni nazionali e i processi di internazionalizzazione, facilitando la crescita del settore e la diffusione delle risorse italiane in tutto il mondo". (com/red) 20171018T162547

MERCOLEDÌ 18 OTTOBRE 2017 16.26.01

(AGV) Roma, al via il "Mia - Mercato Internazionale dell'Audiovisivo" (3)

(AGV) Roma, al via il "Mia - Mercato Internazionale dell'**Audiovisivo**" (3) (IL VELINO) Roma, 18 Ott - Dario Franceschini, Ministro dei Beni e delle attività culturali e del Turismo, riconosce come "L'introduzione della nuova legge cinema, il rilancio dell'Istituto Luce-Cinecittà, il ritorno in Italia delle grandi produzioni internazionali, la crescente affermazione della nostra cinematografia nel mondo sono i cardini intorno ai quali ruota una nuova, importante stagione per l'**Audiovisivo** italiano. E i numeri di questa edizione del Mia confermano che Roma, capitale della produzione audiovisiva nazionale, è ormai da tutti riconosciuta come un importante mercato internazionale dell'**Audiovisivo**". "Il mercato internazionale di Roma si allinea perfettamente alla nostra visione strategica - aggiunge Michele Scannavini, Presidente di ICE (Italian Trade Agency). È il primo del suo genere in Italia ed è un segnale più concreto della svolta intrapresa negli ultimi anni per valorizzare l'industria audiovisiva italiana; ha permesso di presentare all'estero il Sistema Italiano e la sua governance sempre più ben definita, anche grazie alla collaborazione tra le istituzioni pubbliche interessate e le associazioni di imprese del settore". (com/red) 20171018T162547

MERCOLEDÌ 18 OTTOBRE 2017 16.26.13

(AGV) Roma, al via il "Mia - Mercato Internazionale dell'Audiovisivo" (4)

(AGV) Roma, al via il "Mia - Mercato Internazionale dell'**Audiovisivo**" (4) (IL VELINO) Roma, 18 Ott - Nicola Zingaretti, Presidente Regione Lazio riconosce inoltre come "il MIA sia diventato l'evento principale dell'industria cinematografica italiana e la sua influenza stia continuando a crescere e ad emergere sulla scena internazionale. Di conseguenza, la Regione Lazio, con la collaborazione della Roma Lazio Film Commission, ha deciso di presentare la nuova edizione della call to action "Lazio Cinema International" a Roma." Francesco Rutelli, Presidente di ANICA

descrive il MIA come "un perfetto gioco di squadra, dove sia il settore privato che le istituzioni lavorano affiancate per la crescita del settore Cinema e **Audiovisivo**, con l'obiettivo di migliorare la nostra opportunità di successo sul mercato internazionale. MIA nasce in un momento di grande fermento per il cinema italiano: una rinnovata capacità di raccontare storie e produrle e una legge molto importante come quella stilata dal Ministro Franceschini, che supporta la produzione di film, serie e documentari ". (com/red) 20171018T162547

MERCOLEDÌ 18 OTTOBRE 2017 16.26.14

(AGV) Roma, al via il "Mia - Mercato Internazionale dell'Audiovisivo" (5)

(AGV) Roma, al via il "Mia - Mercato Internazionale dell'**Audiovisivo**" (5) (IL VELINO) Roma, 18 Ott - Osserva Giancarlo Leone, Presidente di APT "Negli ultimi anni, l'industria dell'**Audiovisivo** sta vivendo un 'rinascimento', grazie alla capacità dei produttori indipendenti di fronteggiare le nuove sfide poste sia a livello nazionale che internazionale. Questa rinascita è anche il risultato delle nuove politiche che hanno ulteriormente favorito la crescita di case di produzione indipendenti, che investono in contenuti innovativi e internazionalizzazione. MIA è stato concepito seguendo queste linee guida e, oggi, giunto alla sua terza edizione, è più che mai impegnato a supportare le aziende italiane nelle loro sfide su scala globale". Lucia Milazzotto, direttore del MIA conclude "MIA è uscito dalla fase di start-up e si presenta come un mercato originale e molto strutturato a disposizione dell'industria nazionale e internazionale. La nostra formula contemporanea e flessibile si è perfezionata nel corso di questi tre anni e oggi finalmente possiamo affermare che gli operatori di cinema, televisione e documentario lo considerano un appuntamento importante. La leva sinergica tra i segmenti dell'**Audiovisivo** è un tratto distintivo di questo evento, che rende MIA un luogo unico per incontrare, scoprire, immaginare e investire sui film, serie televisive e documentari di domani. Un mercato di alto profilo per i leader che producono e distribuiscono contenuti di alta qualità. (com/red) 20171018T162547

MERCOLEDÌ 18 OTTOBRE 2017 16.26.15

(AGV) Roma, al via il "Mia - Mercato Internazionale dell'Audiovisivo" (6)

(AGV) Roma, al via il "Mia - Mercato Internazionale dell'**Audiovisivo**" (6) (IL VELINO) Roma, 18 Ott - MIA è ideato, realizzato e prodotto dal raggruppamento temporaneo d'impresa tra ANICA (Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche e Audiovisive) e APT (Associazione Produttori Televisivi), finanziato da Ministero dello Sviluppo Economico, ICE, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali, Regione Lazio, e dal programma MEDIA. Sponsor tecnico è la Fondazione Cinema per Roma e partner il Fondo Eurimages del Consiglio d'Europa. MIA si avvale di un comitato editoriale che comprende, oltre ad ANICA e APT: CartoonIT, 100 Autori, Italian Film Commissions, UNEFA. (com/red) 20171018T162547

MERCOLEDÌ 18 OTTOBRE 2017 16.26.15

(AGV) Roma, al via il "Mia - Mercato Internazionale dell'Audiovisivo" (7)

(AGV) Roma, al via il "Mia - Mercato Internazionale dell'**Audiovisivo**" (7) (IL VELINO) Roma, 18 Ott - LE ATTIVITÀ - NETWORKING MIA è un boutique market a forte impronta selettiva, rivolto principalmente all'industria del contenuto di alta qualità. Questo posizionamento e dimensioni consentono al team di MIA di assistere ogni singolo progetto e operatore costruendo un piano "tailor made" di appuntamenti, presentazioni, occasioni promozionali per rendere la loro esperienza a Roma efficiente e in linea con le aspettative di business. Più di 1.000 incontri sono già stati pre-organizzati sulla base delle strategie industriali di ciascun accreditato, con formule che vanno dagli speed meetings, breakfast with, producers meet producers. Nel 2017, il mercato romano si presenta come un foro ancora più strutturato, capace di agevolare e sostenere i professionisti del settore nel costruire e potenziare relazioni strategiche utili nel medio e lungo periodo. CO-PRODUCTION MARKET E PITCHING FORUM Il coproduction market di MIA 2017 prevede una selezione complessiva di 45 titoli di cinema, tv e documentario provenienti da 21 paesi che beneficeranno di un fitto programma di presentazioni pubbliche, incontri B2B pre-organizzati e speed meetings, finalizzato ad attivare possibili co-produzioni e trovare partner finanziari. I progetti sono stati scelti da un board di esperti tra oltre 300 candidature. Più del 50% dei progetti selezionati nelle precedenti edizioni del mercato di Roma sono già diventati film che hanno ricevuto importanti riconoscimenti a livello internazionale. Tra i partecipanti delle passate edizioni del mercato di produzione troviamo Agnieszka Holland, Sally Potter, Paddy Considine, Ritesh Batra, Clio Barnard, Jia Zhang-ke, Sheng Zhimin, Diego Lerman, Kadri Kousaar, Stephen Burke, Katarzyna Roslaniec, Sharunas Bartas, Alvaro Brechner, Laura Bispuri, Fabio Mollo, Marco Bellocchio, Franco Maresco, Manetti Bros, Elisa Fuksas, Fulvio Risuleo, Valerio Mieli, Salvatore Mereu, Matteo Botrugno e Daniele Coluccini. Quest'anno il mercato di co-produzione di MIA CINEMA presenta 21 progetti di cinema indipendente, confermando la forte impronta autoriale. Tra questi, Noah's Ark, un film di Sérgio Machado prodotto da Walter Salles, We Are the Winners di Giovanni Piperno prodotto da Matteo Garrone, Lo Spietato di Renato De Maria prodotto da Angelo Barbagallo, The Vice of Hope di Edoardo De Angelis, prodotto da Pierpaolo Verga. 15 i titoli presentati al MIA TV Drama Series Pitching Forum: una selezione ampia e variegata in termini di geografie, generi e dimensioni produttive, che spazia da progetti a forte impronta indipendente alle nuovissime produzioni di importanti società, come All3 Media, Company Pictures, Saga Films. Di grande rilevanza il parterre degli interlocutori internazionali, chiamati a incontrare i progetti: commissioning editor e head of production, finanziatori e talent agents da Europa e Stati Uniti. Il MIA DOC Co-Production Market & Pitching Forum presenterà 9 progetti di produzione italiana, incentrati sul tema dell'Human Interest, Current Affairs e Investigative Journalism. Tra i titoli selezionati figura "My Missing Sister" (documentario sulla scomparsa di Emanuela Orlandi, regia di Alessandra Bruno, prodotto da Raffaele Brunetti e da Ilona Grundmann). Trasversalmente, si colloca una interessante novità di MIA 2017: Graphic Novel Rights Center, un format che favorisce l'incontro tra l'industria audiovisiva e gli editori indipendenti di graphic novel, uno dei generi letterari più vitali in termini di qualità narrativa e capacità di essere in sintonia con il suo pubblico. L'iniziativa mira a favorire lo sfruttamento da parte di cinema e tv di properties indipendenti come quelle selezionate e che verranno presentate ai produttori in sessioni di pitch. Tra queste figurano: "Le ragazzine stanno perdendo il controllo La città le teme. La fine è azzurra" di Ratigher, "Cosmo" di Marino Neri, "La favorita" di Matthias Lehman e "Brian the brain" di Miguel Angel Martin, "Alien" di Aisha Franz. (com/red) 20171018T162547

(AGV) Roma, al via il "Mia - Mercato Internazionale dell'**Audiovisivo**" (8) (IL VELINO) Roma, 18 Ott - CONTENT SHOWCASE MIA è una piattaforma ideale per la vendita e promozione del contenuto indipendente italiano e europeo. I buyer cinematografici avranno accesso a 114 titoli tra nazionali e internazionali da visionare durante le proiezioni di mercato in programma presso i due multiplex del distretto, il Cinema Barberini e Quattro Fontane oppure attraverso la videolibrary digitale, realizzata in collaborazione con WCPMedia Services. Ma avranno anche un accesso anticipato e privilegiato al miglior prodotto italiano in arrivo nei prossimi mesi. What's Next Italy è infatti l'appuntamento in cui verranno presentati film italiani più interessanti della prossima stagione, con scene inedite ed esclusive di film in lavorazione, raccontate dai loro autori o produttori. I titoli presentati: Albe (Elisa Fuksas), Due Piccoli Italiani (Paolo Sassanelli), Favola (Sebastiano Mauri), Figlia Mia (Laura Bispuri), In viaggio con Adele (Alessandro Capitani), Il Libro delle Visioni (Carlo S.Hintermann), Like me back (Leonardo Guerra Seràgnoli), Made in Italy (Luciano Ligabue), Matrimonio Italiano (Alessandro Genovesi), Ovunque Proteggimi (Bonifacio Angius), The Place (Paolo Genovese), Il premio (Alessandro Gassman), Il Ragazzo Invisibile – Seconda Generazione (Gabriele Salvatores), Ride (Jacopo Rondinelli), Sembra mio figlio (Costanza Quatriglio), Sono Tornato (Luca Miniero), Il Vegetariano (Roberto San Pietro). Gli operatori televisivi quali broadcasters, head of drama, commissioning editors, distributori internazionali parteciperanno all'Italian TV Upfront, un evento in cui saranno presentate serie televisive italiane in lavorazione con l'obiettivo di mostrare l'eccellenza e la competitività della nostra produzione. Uno screening speciale, in anteprima per l'Italia sarà quello di "Rellik", la serie tv crime targata BBC e Cinemax, creata dai fratelli Harry e Jack Williams - già menti di The Missing, con protagonisti Richard Dormer (Beric Dondarrion in Game of Thrones, Dan Anderssen in Fortitude) e Jodi Balfour (Joni in Quarry). (com/red) 20171018T162547

MERCOLEDÌ 18 OTTOBRE 2017 16.26.16

(AGV) Roma, al via il "Mia - Mercato Internazionale dell'Audiovisivo" (9)

(AGV) Roma, al via il "Mia - Mercato Internazionale dell'**Audiovisivo**" (9) (IL VELINO) Roma, 18 Ott - TALKS & PANELS Un ricco programma di tavole rotonde, masterclass, impact speech e workshop completano l'esperienza di MIA 2017, per aiutare i professionisti a condividere idee e per offrire strumenti di analisi volti a identificare modelli di business efficaci e nuove opportunità di mercato. Oltre 40 gli approfondimenti in calendario, che vedranno come protagonisti 130 top player dell'industria. Tra i temi affrontati La globalizzazione del mercato televisivo internazionale: un argomento che verrà analizzato dalla duplice prospettiva, statunitense ed europea. Altri panel tratteranno questioni come il remake cinematografico, la pirateria e i suoi effetti sul cinema indipendente, le tecniche di valorizzazione dei cataloghi di film classici, le donne di potere nell'industria dell'entertainment, lo storytelling nel gaming e nell'**Audiovisivo**, l'animazione europea (tra i relatori Jacques Bled, l'uomo dietro ai film come Despicable Me, Minions, Pets e Sing), la realtà virtuale nei film e nella tv. L'industria internazionale potrà approfondire cosa cambia con l'introduzione del nuovo pacchetto di norme sull'**Audiovisivo** nel panel Working with Italy, un appuntamento a cura del MIBACT dove verranno illustrati tutti i nuovi incentivi fiscali che il fondo unico per lo spettacolo mette a disposizione per le produzioni e coproduzioni internazionali. Tra le masterclass spicca l'appuntamento con tre degli showrunner più ambiti del momento: Frank Spotniz, già ideatore di X-Files, The man in the high castle e reduce dall'esperienza "italiana" di Medici, Chris Brancato, co-creatore di Narcos e noto per il suo lavoro in serie tv cult come X-Files

e Hannibal e Evan Katz, executive producer di serie tv tra cui 24: Legacy, Body of proof e The event. Al MIA anche l'attore e produttore Daniel Dae Kim (Lost, Hawaii Five-O) per parlare della sua esperienza nel realizzare per il network ABC il remake di uno show sudcoreano di grande successo. Attesa anche la masterclass con il vincitore del Sundance Eugene Jarecki (The House I Live In?, Why We Fight, The Trials of Henry Kissinger, Reagan, ?Freakonomics, e Promised Land)?, che parlerà di come i suoi documentari creativi e d'inchiesta abbiano contribuito a plasmare il dialogo politico negli Stati Uniti degli ultimi anni. Jarecki parlerà anche del suo impegno in The Eisenhower Project, che studia le forze che influenzano l'agenda della politica interna e estera statunitense. (com/red) 20171018T162547

MERCOLEDÌ 18 OTTOBRE 2017 16.26.19

(AGV) Roma, al via il "Mia - Mercato Internazionale dell'Audiovisivo" (10)

(AGV) Roma, al via il "Mia - Mercato Internazionale dell'**Audiovisivo**" (10) (IL VELINO) Roma, 18 Ott - IL "DISTRETTO" BARBERINI La location è una delle grandi novità della terza edizione di MIA che vivrà le proprie attività nel "distretto" di piazza Barberini, un quartiere che unisce in maniera eccellente funzionalità e unicità. Immersi nel cuore del barocco italiano, i delegati del MIA si sposteranno tra Palazzo Barberini, che ospiterà in alcune sale il mercato di coproduzione, le attività di networking e la videolibrary, l'Hotel Bernini Bristol dove avrà luogo l'attività di networking e numerosi eventi del mercato, l'Auditorium NCTM e l'Auditorium EDISON dove prenderanno vita le sessioni di pitching, i panel e le masterclass. Presso le sale del Cinema Barberini e Quattro Fontane avranno luogo invece le proiezioni di mercato e gli eventi "What's Next Italy" "A Suivre ...France" e "Italian Tv Upfront". (com/red) 20171018T162547

MERCOLEDÌ 18 OTTOBRE 2017 16.26.20

(AGV) Roma, al via il "Mia - Mercato Internazionale dell'Audiovisivo" (11)

(AGV) Roma, al via il "Mia - Mercato Internazionale dell'**Audiovisivo**" (11) (IL VELINO) Roma, 18 Ott - I PREMI II progetti "incubati" dentro il mercato di coproduzione di MIA 2017 concorrono all'assegnazione di premi per un valore totale di 55.000 euro. Riconoscendo a MIA un importante ruolo nel sostegno alle co-produzioni e alle relazioni di business intorno ai grandi progetti internazionali, il Fondo Eurimages del Consiglio D'Europa conferma l'Eurimages Co-Production Development Award:il premio al progetto più in linea con i principi di collaborazione e coproduzione che ispirano Eurimages, per un totale di 20.000 euro in denaro. L'Apulia Film Commission, fondazione nata con l'obiettivo di attrarre le produzioni audiovisive grazie alla competitività dei servizi, maestranze e location del territorio pugliese, assegnerà il MIA TV Best Drama Series Award con un contributo in denaro di 20.000 euro al miglior progetto presentato al mercato di coproduzione televisivo. EDI Effetti Digitali Italiani ha scelto MIA per inaugurare il MIA EDI Visionary Award, un premio dedicato a quei progetti di cinema, serie tv e documentario che si contraddistinguono per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi. Il premio è costituito da facilities di visual effects per un valore di 15.000 euro. MIA 2017 inoltre è orgogliosa di ospitare due dei più prestigiosi premi italiani a supporto della scrittura cinematografica e televisiva: il Premio Bixio e Il Premio Solinas. (com/red) 20171018T162547

MERCOLEDÌ 18 OTTOBRE 2017 16.53.41

TV: EFFETTO 'SUBURRA' SUL MIA, L'AUDIOVISIVO ITALIANO SEMPRE PIU' ATTRAENTE =

TV: EFFETTO 'SUBURRA' SUL MIA, L'**AUDIOVISIVO** ITALIANO SEMPRE PIU' ATTRAENTE = Tra le anteprime le prime immagini di 'Zero zero zero', la nuova serie tratta da Saviano Roma, 18 ott. (AdnKronos) - Doppio effetto 'Suburra' sul Mia, il Mercato Internazionale dell'**AUDIOVISIVO** che torna da domani a Roma per la terza edizione: da un lato, infatti, sulla scia del successo internazionale della serialità 'made in Italy', da 'Gomorra' a 'Suburra' appunto, i principali produttori italiani cercheranno partnership e coproduzioni su progetti ambiziosi ed esportabili, dall'altro l'appeal della capitale, che metterà in campo location d'eccezione come Palazzo Barberini e i Mercati Traianei, ha aiutato la crescita del numero di operatori (diventati ben 1.400 quest'anno) che si sono accreditati, tra cui oltre 500 potenziali partner di co-produzione e distribuzione, tanto nel settore televisivo quanto cinematografico. Tra le anteprime previste nella cinque giorni romana (tra snack-preview e vere e proprie proiezioni), spiccano le prime immagini di 'Zero zero zero', la nuova serie prodotta da Cattleya e Sky, tratta dall'omonimo romanzo-inchiesta di Roberto Saviano, e tutti i principali titoli cinematografici della prossima stagione, da 'Made in Italy', il nuovo film da regista del rocker Luciano Ligabue, a 'Il ragazzo invisibile - seconda generazione', sequel firmato dal premio Oscar Gabriele Salvatores. Diversi altri importanti progetti seriali cercheranno di allargare il team di coproduzione o il numero di broadcaster interessati all'acquisto dei diritti di trasmissione: dal 'Gheddafi' scritto da Roberto Saviano e da Nadav Schirman (regista di The Green Prince) e prodotto da Palomare e dalla canadese Entertainment One, alla serie tv tratta da 'Il nome della rosa' di Umberto Eco con John Turturro e Rupert Everett prodotta dalla 11 Marzo di Matteo Levi con Palomar e Rai, a 'L'amica geniale' dai romanzi di Elena Ferrante, megaproduzione Hbo-Rai, diretta da Saverio Costanzo e prodotta da Lorenzo Mieli e Mario Gianani per Wildside e Domenico Procacci per Fandango. Ma si affacceranno da Roma sul mercato internazionale - grazie al Pitching Forum - anche altri titoli, tra cui 'Beautiful Minds - Bernini vs Borromini' di Endemol Shine Italia, 'Beatrice Cenci - The trial', legal thriller rinascimentale sulla storia del leggendario processo alla nobildonna, prodotto da Roberto Levi per Tangram Film, 'Venice Rising', storia del complicato e avventuroso furto delle spoglie di San Marco da Alessandria d'Egitto, ambientata nel IX secolo a.C. e prodotto dalla Pepito Productions di Agostino Saccà. (segue) (Nex/AdnKronos) ISSN 2465 - 1222 18-OTT-17 16:52 NNNN

MERCOLEDÌ 18 OTTOBRE 2017 17.41.21

TV: EFFETTO 'SUBURRA' SUL MIA, L'AUDIOVISIVO ITALIANO SEMPRE PIU' ATTRAENTE (2) =

TV: EFFETTO 'SUBURRA' SUL MIA, L'**AUDIOVISIVO** ITALIANO SEMPRE PIU' ATTRAENTE (2) = (AdnKronos) - Dedicato a tutti i settori dell'**AUDIOVISIVO** (cinema, tv e doc), il MIA - presentato questa mattina dal direttore Lucia Milazzotto, con il presidente di Anica Francesco Rutelli e il presidente di Apt Giancarlo Leone - prevede quattro linee di attività. Networking: una serie di strumenti costruiti per facilitare l'incontro tra i più di 1.400 operatori accreditati. Content showcase: 114 film presentati durante gli screening di mercato dedicati ai buyer internazionali e 4 appuntamenti speciali con i titoli italiani della prossima stagione di cinema e televisione. Coproduction Market & Pitching Forum: 45 progetti da 21 paesi proposti a oltre 500 potenziali

partner di co-produzione; Talks: un fitto programma con oltre 40 tra panel, masterclass e dibattiti. "Questo mercato - ha detto Giancarlo Leone - arriva in un momento molto particolare, in cui c'è un significativo interesse internazionale, in termini di coproduzioni, per il prodotto italiano, soprattutto per la serialità televisiva. A questo si aggiunge il fatto che importanti gruppi internazionali stanno investendo in Italia, come accaduto con l'ingresso dell'inglese ITV in Cattleya e come si prospetta per la possibile joint venture tra Tim e Canal Plus. A questo va aggiunto che il governo ha mostrato un attivismo meritorio sul settore audivisivo, prima con l'estensione del tax credit e poi con il decreto delegato sulle quote, che però, soprattutto per quanto riguarda le quote di distribuzione, è perfettibile", ha aggiunto Leone. "Il Mia si pone come l'appuntamento di riferimento per l'internazionalizzazione della filiera cinematografica e televisiva - ha sottolineato Francesco Rutelli - e la capacità attrattiva di Roma ci aiuta in questa missione. Perché il 'Barberini District' (così è stato ribattezzato l'isolato che ospiterà gli eventi del Mia, tra il cinema Barberini, il cinema Quattro Fontane, l'Hotel Bernini Bristol, Palazzo Barberini e i Mercati Traianei, ndr.) offrono a chi viene a Roma per il Mia qualcosa che nessun altro mercato al mondo può offrire: qui non trovano il capannone o la tensostruttura ma meraviglie che tutto il pianeta ci invidia!", ha sottolineato Rutelli. (Nex/AdnKronos) ISSN 2465 - 1222 18-OTT-17 17:41 NNNN

MERCOLEDÌ 18 OTTOBRE 2017 17.31.13

Tv: assegnato il Premio Carlo Bixio, quest'anno due categorie =

(AGI) - Roma, 18 ott. - Assegnato il Premio Carlo Brixio 2017, riconoscimento che anche quest'anno riceve la medaglia del Presidente della Repubblica quale suo segno di rappresentanza. La novita' del Premio 2017, voluta da RTI che finanzia questa sesta edizione, e' che si divide in due categorie: miglior sceneggiatura e miglior concept di serie, scelti tra quelli proposti da autori under 30. Ai vincitori rispettivamente 10.000 e 5.000 euro, a fronte di un contratto con il broadcaster. A questi due premi si aggiunge la 'Targa SIAE Idea d'Autore' con 3.000 euro messi in palio dalla Siae, che sostiene il Premio dal 2013. La giuria, presieduta da Gabriella Campenni' Bixio e composta da Francesca Galiani (RTI), Leonardo Ferrara (Rai), Ivan Cotroneo, Graziano Diana e Francesco Vicario, si e' riunita nei giorni scorsi ed ha scelto i tre vincitori. L'ordine dei premi verra' svelato solo nel corso della cerimonia di premiazione, che si terra' domenica 22 ottobre nell'ambito di MIA, Mercato Internazionale **Audiovisivo**. Ecco i tre titoli, ed i nomi dei rispettivi autori, in ordine alfabetico: "77" di Giuseppe Checchia e Elia Gonella; "Dante" di Angelica Farinelli, Lorenzo Righi e Gregorio Scorsetti; "Vera sul treno" di Isabella Cirillo. (AGI) Vic 181730 OTT 17 NNN

MERCOLEDÌ 18 OTTOBRE 2017 17.07.52

(AGV) Premio Carlo Bixio annuncia i progetti vincitori

(AGV) Premio Carlo Bixio annuncia i progetti vincitori (IL VELINO) Roma, 18 Ott - Il Premio Carlo Bixio anche quest'anno ha l'onore di ricevere la Medaglia del Presidente della Repubblica quale suo segno di rappresentanza. La novità del Premio 2017, voluta da RTI che finanzia questa sesta edizione, è che il Premio si divide in due categorie: miglior sceneggiatura e miglior concept di serie, scelti tra quelli proposti da autori under 30. Ai vincitori rispettivamente diecimila e cinquemila euro, a fronte di un contratto con il broadcaster. A questi due premi si aggiunge la Targa SIAE Idea

d'Autore con tremila euro messi in palio dalla Società Italiana degli Autori ed Editori, che sostiene il Premio dal 2013. La giuria, presieduta da Gabriella Campennì Bixio e composta da Francesca Galiani (RTI), Leonardo Ferrara (RAI), Ivan Cotroneo, Graziano Diana e Francesco Vicario, si è riunita nei giorni scorsi ed ha scelto i tre vincitori. L'ordine dei premi verrà svelato solo nel corso della cerimonia di premiazione, che si terrà domenica 22 ottobre nell'ambito di MIA, Mercato Internazionale **Audiovisivo**. Ecco i tre titoli, ed i nomi dei rispettivi autori, in ordine alfabetico: "77" di Giuseppe Checchia e Elia Gonella; "Dante" di Angelica Farinelli, Lorenzo Righi e Gregorio Scorsetti; "Vera sul treno" di Isabella Cirillo. (com/red) 20171018T170748

MERCOLEDÌ 18 OTTOBRE 2017 18.03.34

CINEMA: LEONE (APT), DECRETO QUOTE PERFETTIBILE =

CINEMA: LEONE (APT), DECRETO QUOTE PERFETTIBILE = Roma, 19 ott. (AdnKronos) - "Premesso che certamente è meritorio il fatto che il governo abbia rimesso al centro l'**audiovisivo**, il decreto sulle quote, soprattutto per quanto riguarda le quote di trasmissione, è perfettibile". Lo ha detto Giancarlo Leone, presidente dell'Apt, l'Associazione dei Produttori televisivi, nel corso della presentazione del Mia, il Mercato Internazionale dell'**audiovisivo**, che prende il via domani a Roma. Secondo Leone, occorre "mitigare quella che può sembrare una pervasività delle quote di trasmissione sull'attività dei broadcaster. Bisogna fare in modo che le quote sia vissute come un'opportunità e non come un vincolo. Occorrerebbe rendere più duttile il meccanismo delle quote di trasmisisone, soprattutto in relazione alla fascia oraria 18-23, anche perché una massiccia trasmissione di cinema sulle reti free, rischia di svalutare il prodotto cinema e di penalizzare il cinema in sala. Quanto alle quote di investimento, forse bisognerebbe prevedere la possibilità di una maggiore osmosi tra cinema e tv", ha aggiunto Leone. (Nex/AdnKronos) ISSN 2465 - 1222 18-OTT-17 18:02 NNNN

MERCOLEDÌ 18 OTTOBRE 2017 18.45.51

ANSA/ Cinema: al mercato Mia da serie su Gheddafi a Rellik

ANSA/ Cinema: al mercato Mia da serie su Gheddafi a Rellik A Roma terza edizione, operatori internazionali in crescita (di Francesca Pierleoni) (ANSA) - ROMA, 18 OTT - Serie in lavorazione o vicine al debutto, con la presentazione, per molte, delle prime immagini esclusive, fra le quali ZeroZeroZero, e la nuova stagione di Gomorra, E' arrivata la felicità 2, alla presenza del cast, i nuovi episodi di Montalbano, I racconti di Vigata, la fiction western That dirty bag, e quella su Gheddafi, La porta rossa 2, accompagnata da Lino Guanciale, La strada di casa con Alessio Boni, Medici - Masters of Florence, i nuovi episodi de I delitti del BarLume. Saranno protagoniste di Italian Tv Upfront, la nuova sezione dedicata alle lineup delle case di produzione italiane alla terza edizione del Mia, Mercato Internazionale dell'**Audiovisivo** che torna a Roma dal 19 al 23 ottobre, nel 'distretto Barberini'. Il primo mercato italiano del settore (tutti gli appuntamenti sono riservati agli accreditati) per numero di presenze internazionali annuncia già numeri incoraggianti: sono 1400 operatori accreditati di cui il 45% a livello internazionale (''nel 2016 erano in apertura 1170 e nel conto finale 1330 e anche quest'anno sono destinati a crescere'' sottolinea il presidente dell'Apt Giancarlo Leone), con 115 film in programma (nel 2016 erano 95) negli screening di mercato dedicati ai buyer internazionali; quattro appuntamenti speciali con i titoli italiani della prossima

stagione di cinema e televisione; verranno proposti 45 progetti da 21 paesi per oltre 500 potenziali partner di co-produzione e 40 tra panel, masterclass e dibattiti. ''L'obiettivo con il Mia è crescere, puntando sull'internazionalizzazione e la coproduzione - spiega il presidente dell'Anica Francesco Rutelli -. Quest'anno non c'è coincidenza temporale con la Festa del cinema di Roma per ragioni logistiche, dall'anno prossimo verrà ristabilita e ci saranno anche altre novità''. In anteprima per l'Italia ci sarà 'Rellik', la serie tv crime targata BBC. Mentre tra i protagonisti delle masterclass ci saranno l'attore e produttore Daniel Dae Kim (Lost, Hawaii Five-O) e tre degli showrunner più ambiti del momento: Frank Spotniz (X-Files, I Medici); Chris Brancato (Narcos) e Evan Katz (24: Legacy, Body of proof e The event). L'appuntamento è articolato in 4 linee: Networking, per facilitare l'incontro tra gli operatori; content showcase con gli screenings per i buyer; Coproduction Market & Pitching Forum (dove le iscrizioni sono quadruplicate) e gli incontri di Talks. ''In un calendario fitto come quello dei mercati dell'**Audiovisivo**, il Mia dimostra la credibilità che ha conquistato, con la qualità degli accreditati che parteciperanno'' dice il direttore Lucia Milazzotto. Ampissima la partecipazione anche in What's next Italy, l'appuntamento in cui vengono presentati, con scene inedite, i film italiani in arrivo in questa stagione e nella prossima: fra gli altri Made in Italy di Luciano Ligabue, Matrimonio Italiano di Alessandro Genovesi, The Place di Paolo Genovese, Il premio di Alessandro Gassman, Il Ragazzo Invisibile - Seconda Generazione di Gabriele Salvatores, Sembra mio figlio di Costanza Quatriglio, Sono Tornato di Luca Miniero, Il Vegetariano di Roberto San Pietro con l'esordio da attore di Rovazzi, Figlia Mia di Laura Bispuri. Mentre tra i 20 progetti da 14 Paesi selezionati per Coproduction Market & Pitching Forum ci sono Lo spietato di Renato de Maria, e The vice of hope, il nuovo film di Edoardo de Angelis, il regista di Indivisibili. Y64 18-OTT-17 18:45 NNN

MERCOLEDÌ 18 OTTOBRE 2017 19.00.12

Cinema: Rutelli, decreto su quote tv da vedere in positivo

Cinema: Rutelli, decreto su quote tv da vedere in positivo Leone (Apt), provvedimento meritorio, si può perfezionare (ANSA) - ROMA, 18 OTT - ''Ho sentito che ci sono critiche ma il decreto di Franceschini sulle nuove quote di investimento e trasmissione (delle produzioni made in Italy, ndr) per i broadcaster va interpretato in positivo. Al settore serve un salto di qualità''. Lo ha detto il presidente dell'Anica Francesco Rutelli durante la presentazione della terza edizione del Mercato Internazionale dell'**Audiovisivo** (Mia), che si svolgerà a Roma dal 19 al 23 ottobre. Sul tema è intervenuto anche Giancarlo Leone, presidente dell'Apt (associazione Produttori televisivi): ''Il decreto è meritorio, perché ha rimesso al centro dell'azione del governo il prodotto **Audiovisivo**. E importante l'azione sugli investimenti, e quella sulle quote di trasmissione, ma il tempo consente di perfezionare diversi passaggi. Forse qualche riflessione può essere fatta sul mitigare quella che sembra una pervasività degli obblighi di trasmissione. Questi devono essere visti dai broadcaster come un'opportunità non come un vincolo. E' importante che per il cinema italiano in tv non ci sia un eccesso di presenza, non andrebbe a suo vantaggio. Il luogo principale dove vederlo deve restare la sala''. (ANSA). Y64 18-OTT-17 18:59 NNN

MERCOLEDÌ 18 OTTOBRE 2017 19.26.16

TV: MIA, MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO DAL 19 AL 23/10 A ROMA

TV: MIA, MERCATO INTERNAZIONALE **AUDIOVISIVO** DAL 19 AL 23/10 A ROMA ROMA (ITALPRESS) - MIA Mercato Internazionale dell'**AUDIOVISIVO** torna con la sua terza edizione a Roma dal 19 al 23 ottobre, nel "distretto Barberini". Primo mercato italiano per numero di presenze internazionali, MIA e' la piattaforma di business rivolta ai produttori e ai distributori di contenuti transnazionali di alto valore industriale e un'occasione unica per presentare il "Sistema Italia" sulla scena internazionale. Dedicato a tutti i settori dell'**AUDIOVISIVO** (Cinema, TV, Doc), MIA prevede quattro linee di attivita'. Networking: una serie di strumenti costruiti per facilitare l'incontro tra i piu' di 1.400 operatori accreditati. Content showcase: 114 film presentati durante gli screening di mercato dedicati ai buyer internazionali e 4 appuntamenti speciali con i titoli italiani della prossima stagione di cinema e televisione. Coproduction Market & Pitching Forum: 45 progetti da 21 paesi proposti a oltre 500 potenziali partner di co-produzione; Talks: un fitto programma con oltre 40 tra panel, masterclass e dibattiti. La capacita' di 'matchmaking', ovvero di costruire una rete efficiente di rapporti industriali internazionali e' il tratto distintivo di questo evento di mercato, informale e d'eccellenza al tempo stesso. Matching Excellence e', quindi, il nuovo claim dell'edizione 2017, che sottolinea come l'Italia sia portatrice di innovazione e creativita' in campo internazionale e MIA sia l'acceleratore di business per l'eccellenza italiana nei rapporti con l'estero. (ITALPRESS).
mgg/com 18-Ott-17 19:25 NNNN

GIOVEDÌ 19 OTTOBRE 2017 09.33.17

OGGI CULTURA E SPETTACOLO: A ROMA ARRIVA ARCIMBOLDO =

OGGI CULTURA E SPETTACOLO: A ROMA ARRIVA ARCIMBOLDO = Roma, 19 ott. (AdnKronos) - Alle 10, nella sala Giada dell'Hotel Bernini Bristol di Roma, nell'ambito del Mia - Mercato Internazionale dell'**Audiovisivo**, saranno presentati i trailer dei 10 format vincitori del concorso ProFormat 2a edizione. Introduce Paolo Marzano, presidente del Comitato Consultivo Permanente per la Legge sul Diritto d'Autore per illustrare i lavori della Commissione Speciale Format. Presenta gli autori ed i loro format, Linda Brunetta, presidente Anart, presidente della commissione DOR-SIAE, componente del consiglio di Sorveglianza Siae e del Comitato Consultivo Permanente per la Legge sul Diritto d'Autore. Alle 12, presso le Gallerie Nazionali di Arte Antica - Palazzo Barberini di Roma, sarà presentata la mostra 'Arcimboldo', organizzata dalle Gallerie Nazionali di Arte Antica e da Mondo Mostre Skira, a cura di Sylvia Ferino-Pagden, una delle maggiori studiose di Arcimboldo e già direttore della Pinacoteca del Kunsthistorisches Museum di Vienna, e con la direzione scientifica delle Gallerie. Saranno presenti: Flaminia Gennari Santori, direttore delle Gallerie Nazionali di Arte Antica e Sylvia Ferino-Pagden, curatrice della mostra. Per la prima volta nella capitale sarà possibile ammirare una ventina di capolavori autografi, disegni e dipinti, di Arcimboldo e circa altre ottanta opere, che analizzano la carriera artistica del pittore milanese mettendo a confronto i suoi lavori con quelli dei colleghi dell'ultimo quarto del '500. Alle 17,30 al Museo di Roma in Trastevere approda, a cinquant'anni dalla scomparsa del grande artista napoletano, il progetto espositivo 'Totò genio', che vuole ricordare e amplificare la grandezza dell'attore facendo conoscere anche ai più giovani un personaggio di grande intelligenza e di rara sensibilità, un vero e proprio genio. Saranno presenti Luca Bergamo, vice sindaco di Roma Capitale; Claudio Parisi Presicce sovrintendente Capitolino ai Beni Culturali; Luigi de Magistris, sindaco di Napoli; Nino Daniele, assessore alla Cultura e al Turismo del

Comune di Napoli; Elena Alessandra Anticoli, nipote di Totò; Alessandro Nicosia e Vincenzo Mollica curatori della mostra. (Spe/AdnKronos) ISSN 2465 - 1222 19-OTT-17 09:14 NNNN

GIOVEDÌ 19 OTTOBRE 2017 14.50.03

TV: AL VIA IL MIA, CON BOOM DI ACCREDITATI E SALE STRAPIENE =

TV: AL VIA IL MIA, CON BOOM DI ACCREDITATI E SALE STRAPIENE = Roma, 19 ott. (AdnKronos) - Format italiani che viaggiano all'estero. E' stato questo il primo panel organizzato alla terza edizione del MIA, il Mercato internazionale che si è aperto oggi a Roma al distretto Barberini, con una folla di accreditati che sta riempiendo le varie sale in cui si svolgono le attività. Un evento attesissimo che farà diventare Roma la capitale del'**audiovisivo** mondiale fino a domenica con panel, incontri tra produttori e presentazioni di progetti nei vari stadi di produzione. Tra i titoli che saranno presentati agli Italian tv upfront, la nuova serie originale Sky prodotta da Cattleya, "Zero Zero Zero" che vede anche il coinvolgimento di Canal+ che era stata a fianco di Sky nella mega produzione di Young Pope, e tratta dall'omonimo romanzo inchiesta di Roberto Saviano, di cui prossimamente inizieranno le riprese. Tra gli altri progetti che saranno presentati agli investitori stranieri, i nuovi episodi di 'Montalbano' (Palomar), 'Ultimo 5' (Tao Due), 'I mille giorni di mafia capitale' (Magnolia), 'E' arrivata la felicità 2' (Publispei). "Oggi credo che i broadcaster rischino poco, vogliono vedere gli ascolti che un format ha fatto in Francia o in Spagna, vogliono vedere banalmente la puntata", ha spiegato nel corso del primo panel dedicato ai format italiani che viaggiano all'estero Dante Sollazzo, Head of Format Department di Endemol Italia. Secondo Paolo Ruffini, Direttore di TV2000 - TV2000 - Italy, "la nostra TV nasce con gli stessi pregi e difetti della RAI - un mandato editoriale molto stretto, a un pubblico non esattamente giovane, ma ora stiamo cercando di aprirci, anche sfruttando un Papa molto comunicatore" mentre Alessandro Grieco, Director Comedy Central di Viacom - Italy, osserva che "bisogna pensare ai programmi in prospettiva globale, ma è chiaro che per la comicità sia difficilissimo avere una comicità capace di adattarsi a tutti i contesti". (Nex/AdnKronos) ISSN 2465 - 1222 19-OTT-17 14:49 NNNN

GIOVEDÌ 19 OTTOBRE 2017 17.46.23

(AGV) Mia, Coletta (Rai3): “Porterò in prima serata intrattenimento e racconto di cambio di genere”

(AGV) Mia, Coletta (Rai3): “Porterò in prima serata intrattenimento e racconto di cambio di genere” (IL VELINO) Roma, 19 Ott - Le grandi novità nei documentari e nei factual italiani sono state al centro della prima giornata del MIA, il Mercato internazionale dell'**audiovisivo**che si è aperto oggi a Roma al distretto Barberini, con una folla di accreditati che sta riempiendo le varie sale in cui si svolgono le attività. Un evento attesissimo che farà diventare Roma la capitale del'**audiovisivo** mondiale fino a domenica con panel, incontri tra produttori e presentazioni di progetti nei vari stadi di produzione. Tra gli interventi, quello di Stefano Coletta, direttore di Raitre, che ha parlato delle novità del canale che dirige dalla scorsa estate: "Raitre sta vivendo una trasformazione epocale -ha spiegato- soffriva da tempo di immobilismo di palinsesto a causa di marchi longevi di successo che era difficile cambiare. L'improvvisa defezione di Fabio Fazio si sta dimostrando per noi in un'opportunità: i numeri cui "Che tempo che fa" era arrivato dopo 14

edizioni erano enormi per Raitre ma non dimentichiamo che era partito dal 5% che in prima serata era comunque un successo e poi negli anni è cresciuto". (com/red) 20171019T174618

GIOVEDÌ 19 OTTOBRE 2017 18.18.16

TV: COLETTA (RAI3) AL MIA, USCITA DI FAZIO E' OPPORTUNITA' PER LA RETE =

TV: COLETTA (RAI3) AL MIA, USCITA DI FAZIO E' OPPORTUNITA' PER LA RETE = "Trasformazione epocale, da febbraio si vedranno i frutti" Roma, 19 ott. (AdnKronos) - "Raitre sta vivendo una trasformazione epocale soffriva da tempo di immobilismo di palinsesto a causa di marchi longevi di successo che era difficile cambiare. L'improvvisa defezione di Fabio Fazio si sta dimostrando per noi in un'opportunità: i numeri cui ''Che tempo che fa'' era arrivato dopo 14 edizioni erano enormi per Raitre ma non dimentichiamo che era partito dal 5% che in prima serata era comunque un successo e poi negli anni è cresciuto". Lo ha detto il direttore di Rai3, Stefano Coletta, intervendo alla giornata inaugurale del Mia, il Mercato internazionale dell'**audiovisivo** che si è aperto oggi a Roma al distretto Barberini, dedicata alle grandi novità nei documentari e nei factual italiani. Precisando di essere operativo dal primo settembre scorso ma che solo da febbraio si vedranno i frutti del suo lavoro, Coletta ha spiegato che la prima grande diversità del palinsesto autunnale di Raitre è la giornata del giovedì dedicata ai grandi documentari. "Abbiamo iniziato con il documentario Stone-Putin che in prima serata è arrivato al 5% battendo marchi consolidati. E stasera avremo la prova del nove con 'Life, animated', il film documentario della Disney su un bambino affetto da autismo. Poi giovedì prossimo sarà la volta di 'Going, Clear', il documentario su Scientology. Ma è comunque la prima volta che uno dei canali generalisti fa una serialità sui documentari". (Nex/AdnKronos) ISSN 2465 - 1222 19-OTT-17 18:07 NNNN

GIOVEDÌ 19 OTTOBRE 2017 18.46.45

Tv: Coletta (Rai3), in prima serata racconto cambio genere

Tv: Coletta (Rai3), in prima serata racconto cambio genere Annuncio direttore rete al Mia, ma riporto anche intrattenimento (ANSA) - ROMA, 19 OTT - e grandi novità nei documentari e nei factual italiani sono state al centro della prima giornata del MIA, il Mercato internazionale dell'**audiovisivo** che si è aperto oggi a Roma. Un evento che proseguirà fino a domenica. Stefano Coletta, direttore di Rai3 ha oggi illustrato le novità della rete che dirige dalla scorsa estate: "stiamo vivendo una trasformazione epocale - ha spiegato- Rai3 soffriva da tempo di immobilismo di palinsesto a causa di marchi longevi di successo che era difficile cambiare. L'improvvisa defezione di Fabio Fazio si sta dimostrando per noi un'opportunità: i numeri cui Che tempo che fa era arrivato dopo 14 edizioni erano enormi per Rai3". Coletta ha spiegato che la prima grande diversità del palinsesto autunnale di Rai3 è la giornata del giovedì dedicata ai grandi documentari. "Abbiamo iniziato con il documentario Stone-Putin. E stasera 'Life, animated', il film documentario della Disney su un bambino affetto da autismo. Poi giovedì prossimo sarà la volta di 'Going, Clear', il documentario su Scientology. Ma è comunque la prima volta che uno dei canali generalisti fa una serialità sui documentari". Per il 2018 Coletta annuncia importanti novità nate dalla convinzione che una rete generalista doc debba avere tutti i generi espressivi. "Da anni a Rai3 manca la leggerezza e la satira -spiega- forse non c'è più neanche nella realtà. Voglio riportare l'intrattenimento in prima serata su Raitre, già abbiamo individuato quale sarà, me la sono imposto come medicina. E questo porterà cambiamenti anche nel daytime". Non solo: "Penso -ha detto Coletta che ha anche annunciato per maggio 2018 un documentario su don Ciotti in occasione della

giornata della legalità- che la rete deve parlare a tutti, negli ultimi anni non abbiamo parlato a tutti, abbiamo elevato la posta ed esasperato la ripetizione di generi. Voglio riportare i generi su Rai3. Voglio raccontare l'ambivalenza individuale e sociale. A me piacerà raccontare con lo storytelling le trasformazioni identitarie che stanno avvenendo nella nostra società. Racconteremo il cambio di genere: su una tv di servizio pubblico è arrivato il momento di parlare di sesso con consapevolezza". Tra gli ospiti che hanno animato gli incontri sui format e le nuove linee editoriali, Antonio Visca (direttore di Sky Atlantic), Dante Sollazzo, (head of format department di Endemol), Paolo Ruffini, direttore di Tv2000, Laura Carafoli (Svp content and programming - Discovery). TH 19-OTT-17 18:45 NNN

GIOVEDÌ 19 OTTOBRE 2017 18.52.43

Rai3: Coletta, soffriva immobilismo palinsesto,ora cambio epocale =

(AGI) - Roma, 19 ott. - "Rai3 sta vivendo una trasformazione epocale, soffriva da tempo di immobilismo di palinsesto a causa di marchi longevi di successo che era difficile cambiare". Lo ha detto Stefano Coletta, direttore della rete, che oggi in occasione della prima giornata del MIA, il Mercato internazionale dell'**audiovisivo** che si e' aperto a Roma al distretto Barberini, con una folla di accreditati che sta riempiendo le varie sale in cui si svolgono le attivita', ha parlato delle novita' del canale che dirige dalla scorsa estate. "L'improvvisa defezione di Fabio Fazio (il suo programma e' migrato su Rai1, ndr) si sta dimostrando per noi in un'opportunita' - ha detto Coletta -: i numeri cui 'Che tempo che fa' era arrivato dopo 14 edizioni erano enormi per Rai3 ma non dimentichiamo che era partito dal 5% che in prima serata era comunque un successo e poi negli anni e' cresciuto". Precisando di essere operativo dal primo settembre e che solo dal prossimo febbraio si vedranno i frutti del suo lavoro, Coletta ha spiegato che la prima grande diversita' del palinsesto autunnale di Rai3 e' la giornata del giovedi' dedicata ai grandi documentari. "Abbiamo iniziato con il documentario Stone-Putin che in prima serata e' arrivato al 5% battendo marchi consolidati. E stasera avremo la prova del nove con 'Life, animated', il film documentario della Disney su un bambino affetto da autismo. Poi giovedi' prossimo sara' la volta di 'Going, Clear', il documentario su Scientology. Ma e' comunque la prima volta che uno dei canali generalisti fa una serialita' sui documentari". Peraltro proprio le grandi novita' nei documentari e nei factual italiani sono state al centro della prima giornata del MIA, che costituisce un evento attesissimo che fara' diventare Roma la capitale del'**audiovisivo** mondiale fino a domenica con panel, incontri tra produttori e presentazioni di progetti nei vari stadi di produzione. (AGI) Vic (Segue) 191852 OTT 17 NNN

VENERDÌ 20 OTTOBRE 2017 15.57.00

(AGV) Mia: solo il 9% dei registi è donna nei tv show Usa

(AGV) Mia: solo il 9% dei registi è donna nei tv show Usa (IL VELINO) Roma, 20 Ott - Su 72 show americani della stagione 2016-17, i registi uomini sono stati il 90,7%, gli autori il 95%, gli showrunners l'83% con percentuali residuali per le donne. Basterebbero questi dati, estrapolati da uno studio della USC Annenberg School for communication and journalism di Los Angeles, per rappresentare l'emergenza di genere nell'industria dell'**audiovisivo**, al centro dell'incontro Powerful women in Global Entertainment, uno dei panel più attesi della terza edizione del MIA, il Mercato Internazionale dell'**audiovisivo** nel corso della seconda giornata di lavori a Roma. Sala del Barberini strapiena per l'incontro che, in questo momento cruciale con le pesantissime accuse ad Harvey Weinstein, ha assunto un valore particolare. Accuse che sono rimbalzate subito nell'incontro nelle parole di Katherine Pope, produttrice esecutiva di "New Girl" e "Terra Nova":

"Finalmente dopo 20 anni la vicenda Weinstein è uscita allo scoperto ma c'è ancora tanto lavoro da fare ovviamente", ha spiegato. "Non sapevamo delle violenze che stanno venendo fuori in questi giorni", le ha fatto eco Sally Woodward Gentle (direttore creativo di "Downton Abbey"). E per capire il grande lavoro che resta da fare basti pensare che sono ancora in minoranza (42%) le serie tv prodotte in Usa tra il 2016 e il 2017 che contengono personaggi femminili o hanno ruoli femminili da protagoniste, percentuale che si abbassa leggermente nelle serie destinate ad un pubblico adulto (18-49 anni). Malgrado le donne siano sempre più presenti ai vertici nell'industria dell'intrattenimento, secondo uno studio del "Center for the Study of Women in Television & Film" di San Diego, il 68% dei programmi televisivi americani sono composti da un cast più maschile che femminile mentre dietro la telecamera, nei ruoli di creatore, regista, autore, produttore ed editor le donne rappresentano solo il 28% (+2 rispetto all'anno scorso). (com/red) 20171020T155650

VENERDÌ 20 OTTOBRE 2017 16.13.12

TV: PANEL MIA, NEGLI SHOW USA SOLO IL 9% DEI REGISTI E' DONNA =

TV: PANEL MIA, NEGLI SHOW USA SOLO IL 9% DEI REGISTI E' DONNA = Discriminazione di genere e caso Weinstein nella seconda giornata del Mercato Internazionale Roma, 20 ott. (AdnKronos) - Su 72 show americani della stagione 2016-17, i registi uomini sono stati il 90,7%, gli autori il 95%, gli showrunners l'83% con percentuali residuali per le donne. Basterebbero questi dati, estrapolati da uno studio della USC Annenberg School for communication and journalism di Los Angeles, per rappresentare l'emergenza di genere nell'industria dell'**audiovisivo**, al centro dell'incontro Powerful women in Global Entertainment, uno dei panel più attesi della terza edizione del MIA, il Mercato Internazionale dell'**audiovisivo** nel corso della seconda giornata di lavori a Roma. Sala del Barberini strapiena per l'incontro che, in questo momento cruciale con le pesantissime accuse ad Harvey Weinstein, ha assunto un valore particolare. Accuse che sono rimbalzate subito nell'incontro nelle parole di Katherine Pope, produttrice esecutiva di ''New Girl'' e ''Terra Nova'': ''Finalmente dopo 20 anni la vicenda Weinstein è uscita allo scoperto ma c'è ancora tanto lavoro da fare ovviamente'', ha spiegato. ''Non sapevamo delle violenze che stanno venendo fuori in questi giorni'', le ha fatto eco Sally Woodward Gentle (direttore creativo di ''Downton Abbey''). E per capire il grande lavoro che resta da fare basti pensare che sono ancora in minoranza (42%) le serie tv prodotte in Usa tra il 2016 e il 2017 che contengono personaggi femminili o hanno ruoli femminili da protagoniste, percentuale che si abbassa leggermente nelle serie destinate ad un pubblico adulto (18-49 anni). Malgrado le donne siano sempre più presenti ai vertici nell'industria dell'intrattenimento, secondo uno studio del "Center for the Study of Women in Television & Film" di San Diego, il 68% dei programmi televisivi americani sono composti da un cast più maschile che femminile mentre dietro la telecamera, nei ruoli di creatore, regista, autore, produttore ed editor le donne rappresentano solo il 28% (+2 rispetto all'anno scorso). (Nex/AdnKronos) ISSN 2465 - 1222 20-OTT-17 16:11 NNNN

VENERDÌ 20 OTTOBRE 2017 17.22.57

Mia: successo per il panel sul ruolo femminile nell'entertainment

Mia: successo per il panel sul ruolo femminile nell'entertainment Solo il 9% dei registi è donna nei tv show Usa Roma, 20 ott. (askanews) - Su 72 show americani della stagione 2016-17, i registi uomini sono stati il 90,7%, gli autori il 95%, gli showrunners l'83% con percentuali residuali per le

donne. Basterebbero questi dati, estrapolati da uno studio della USC Annenberg School for communication and journalism di Los Angeles, per rappresentare l'emergenza di genere nell'industria dell'**audiovisivo**, al centro dell'incontro Powerful women in Global Entertainment, uno dei panel più attesi della terza edizione del MIA, il Mercato Internazionale dell'**audiovisivo** nel corso della seconda giornata di lavori a Roma. Sala del Barberini strapiena per l'incontro che, in questo momento cruciale con le pesantissime accuse ad Harvey Weinstein, ha assunto un valore particolare. Accuse che sono rimbalzate subito nell'incontro nelle parole di Katherine Pope, produttrice esecutiva di "New Girl" e "Terra Nova": "Finalmente dopo 20 anni la vicenda Weinstein è uscita allo scoperto ma c'è ancora tanto lavoro da fare ovviamente", ha spiegato. "Non sapevamo delle violenze che stanno venendo fuori in questi giorni", le ha fatto eco Sally Woodward Gentle (direttore creativo di "Downton Abbey"). E per capire il grande lavoro che resta da fare basti pensare che sono ancora in minoranza (42%) le serie tv prodotte in Usa tra il 2016 e il 2017 che contengono personaggi femminili o hanno ruoli femminili da protagoniste, percentuale che si abbassa leggermente nelle serie destinate ad un pubblico adulto (18-49 anni). Malgrado le donne siano sempre più presenti ai vertici nell'industria dell'intrattenimento, secondo uno studio del "Center for the Study of Women in Television & Film" di San Diego, il 68% dei programmi televisivi americani sono composti da un cast più maschile che femminile mentre dietro la telecamera, nei ruoli di creatore, regista, autore, produttore ed editor le donne rappresentano solo il 28% (+2 rispetto all'anno scorso). Adx 20171020T172243Z

VENERDÌ 20 OTTOBRE 2017 19.19.42

Tv: Andreatta al Mia, progetto su donna candidata premier

Tv: Andreatta al Mia, progetto su donna candidata premier Discriminazioni di genere al centro della seconda giornata (ANSA) - ROMA, 20 OTT - Un progetto con una ragazza che si candida per la presidenza del Consiglio. Ad annunciarlo il direttore di Rai Fiction Eleonora Andreatta nel corso dell'incontro Powerful women in Global Entertainment, uno dei panel più attesi della terza edizione del MIA, il Mercato Internazionale dell'**Audiovisivo** nel corso della seconda giornata di lavori a Roma. Andreatta ha ricordato di essere stata la prima responsabile del settore in Italia: "Il mio lavoro è stato lavorare tanto sulla realtà, prima c'erano molti melodrammi e commedie ma pochissime serie parlavano di realtà. In Italia il personaggio predominante è sempre stato l'uomo, da Cattani a Montalbano, e c'erano pochissime donne rappresentate, la maggior parte erano madri o protagoniste di storie d'amore. Abbiamo presentato la varietà di ruoli che una donna può avere oggi, una donna che lavora e sta in famiglia, abbiamo raccontato il suo modo di essere sia nel pubblico che nel privato. Abbiamo cambiato anche il modo di rappresentarle fisicamente, negli anni '80 erano belle e giovani e apprezzate dagli uomini, secondo criteri omologati che valevano sia per la pubblicità che per le fiction, noi vogliamo rappresentare un altro tipo di bellezza, che metta in luce il temperamento e il carattere delle donne". E ha annunciato "un progetto con una ragazza che si candida per la presidenza del Consiglio". Le discriminazioni di genere sono state al centro della seconda giornata del mercato dell'**Audiovisivo**. Katherine Pope, produttrice esecutiva di "New Girl" e "Terra Nova", ha sottolineato: "Finalmente dopo 20 anni la vicenda Weinstein è uscita allo scoperto, ma c'è ancora tanto lavoro da fare ovviamente". "Non sapevamo delle violenze che stanno venendo fuori in questi giorni", le ha fatto eco Sally Woodward Gentle (direttore creativo di "Downton Abbey"). E per capire il grande lavoro che resta da fare, basti pensare che sono ancora in minoranza (42%) le serie tv prodotte in Usa tra il 2016 e il 2017 che contengono personaggi femminili o hanno ruoli femminili da protagoniste, percentuale che si abbassa leggermente nelle serie destinate ad un pubblico adulto (18-49 anni). Malgrado le donne siano sempre più presenti ai vertici nell'industria dell'intrattenimento, secondo uno studio del "Center for the Study of Women in Television & Film" di San Diego, il 68% dei programmi televisivi americani sono

composti da un cast più maschile che femminile, mentre dietro la telecamera, nei ruoli di creatore, regista, autore, produttore ed editor le donne rappresentano solo il 28% (+2 rispetto all'anno scorso). Per quanto riguarda invece il contesto europeo, l'"European Women's Audiovisual Network" nel rapporto "Where are the women directors?" evidenzia la significativa sotto-rappresentazione di registi femminili in tutti livelli dell'industria. Secondo lo studio, solo un film su quattro è diretto da una donna. Non stupisce quindi che Reed Morano, vincitrice dell'Emmy come Miglior regia in una serie drammatica per The Handmaid's Tale, sia solo la terza donna della storia ad essersi aggiudicata il riconoscimento. All'incontro hanno partecipato anche Katie O'Connell Marsh, produttrice esecutiva di "Narcos" e "Hannibal", Kate Crowe, produttrice di "Misfits" e "Taboo", Rola Bauer (Studio Canal), inserita da The Hollywood Reporter tra le 20 donne più potenti dell'industria televisiva globale, Helen Gregory, produttore esecutivo di "The Catch" e "No Angels". (ANSA). TH 20-OTT-17 19:18 NNN

VENERDÌ 20 OTTOBRE 2017 20.10.00

MIA: SUCCESSO PER PANEL SU RUOLO FEMMINILE NELL'ENTERTAINMENT (1)

MIA: SUCCESSO PER PANEL SU RUOLO FEMMINILE NELL'ENTERTAINMENT (1) (9Colonne) Roma, 20 ott - Su 72 show americani della stagione 2016-17, i registi uomini sono stati il 90,7%, gli autori il 95%, gli showrunners l'83% con percentuali residuali per le donne. Basterebbero questi dati, estrapolati da uno studio della USC Annenberg School for communication and journalism di Los Angeles, per rappresentare l'emergenza di genere nell'industria dell'**audiovisivo**, al centro dell'incontro Powerful women in Global Entertainment, uno dei panel più attesi della terza edizione del MIA, il Mercato Internazionale dell'**audiovisivo** nel corso della seconda giornata di lavori a Roma. Sala del Barberini strapiena per l'incontro che, in questo momento cruciale con le pesantissime accuse ad Harvey Weinstein, ha assunto un valore particolare. Accuse che sono rimbalzate subito nell'incontro nelle parole di Katherine Pope, produttrice esecutiva di "New Girl" e "Terra Nova": "Finalmente dopo 20 anni la vicenda Weinstein è uscita allo scoperto ma c'è ancora tanto lavoro da fare ovviamente", ha spiegato. "Non sapevamo delle violenze che stanno venendo fuori in questi giorni", le ha fatto eco Sally Woodward Gentle (direttore creativo di "Downton Abbey"). E per capire il grande lavoro che resta da fare basti pensare che sono ancora in minoranza (42%) le serie tv prodotte in Usa tra il 2016 e il 2017 che contengono personaggi femminili o hanno ruoli femminili da protagoniste, percentuale che si abbassa leggermente nelle serie destinate ad un pubblico adulto (18-49 anni). Malgrado le donne siano sempre più presenti ai vertici nell'industria dell'intrattenimento, secondo uno studio del "Center for the Study of Women in Television & Film" di San Diego, il 68% dei programmi televisivi americani sono composti da un cast più maschile che femminile mentre dietro la telecamera, nei ruoli di creatore, regista, autore, produttore ed editor le donne rappresentano solo il 28% (+2 rispetto all'anno scorso). (PO / □202008 OTT 17 □

VENERDÌ 20 OTTOBRE 2017 22.34.10

Rai: Andreatta, progetto tv su donna candidata a premier italiana =

(AGI) - Roma, 20 ott. - Un progetto tv della Rai incentrato su una ragazza che si candida per la presidenza del Consiglio italiana. Lo ha annunciato Eleonora Andreatta, direttrice di Rai Fiction, intervenendo oggi all'incontro 'Powerful women in Global Entertainment', uno dei panel piu' attesi della terza edizione del MIA, il Mercato Internazionale dell'**Audiovisivo**nel corso della seconda

giornata di lavori a Roma, al Barberini. Panel da cui e' emerso che su 72 show americani della stagione 2016-17, i registi uomini sono stati il 90,7%, gli autori il 95%, gli showrunners l'83% con percentuali residuali per le donne. Basterebbero questi dati, ricavati da uno studio della USC Annenberg School for communication and journalism di Los Angeles, per rappresentare l'emergenza di genere nell'industria dell'**Audiovisivo**. E per capire il grande lavoro che resta da fare basti pensare che sono ancora in minoranza (42%) le serie tv prodotte in Usa tra il 2016 e il 2017 che contengono personaggi femminili o hanno ruoli femminili da protagoniste, percentuale che si abbassa leggermente nelle serie destinate ad un pubblico adulto (18-49 anni). Malgrado poi le donne siano sempre piu' presenti ai vertici nell'industria dell'intrattenimento, secondo uno studio del "Center for the Study of Women in Television & Film" di San Diego il 68% dei programmi televisivi americani sono composti da un cast piu' maschile che femminile mentre dietro la telecamera, nei ruoli di creatore, regista, autore, produttore ed editor le donne rappresentano solo il 28% (+2 rispetto all'anno scorso). (AGI) Vic 202233 OTT 17 NNN

SABATO 21 OTTOBRE 2017 14.07.52

TV: AL MIA IL PERIOD DRAMA 'BEAUTIFUL MINDS: BERNINI VS BORROMINI' =

TV: AL MIA IL PERIOD DRAMA 'BEAUTIFUL MINDS: BERNINI VS BORROMINI' = Il nuovo progetto di Endemol Shine Italy ambientato nella Roma del XVII secolo Roma, 21 ott. (AdnKronos) - Due geni alla ricerca della perfezione e della bellezza. Sono Gianlorenzo Bernini e Francesco Borromini, protagonisti di un racconto moderno che parla di un'amicizia che si trasforma in rivalità, umana e artistica, che ha caratterizzato il 17esimo secolo, cambiando per sempre la storia dell'arte, e che continua ad appassionare ancora oggi. Tutto questo è 'Beautiful Minds: Bernini vs Borromini', il nuovo progetto di Endemol Shine Italy che sarà presentato durante la seconda edizione del M.I.A. Drama Series Pitching Forum, all'interno della terza edizione del M.I.A., il primo mercato italiano dedicato all'**audiovisivo**, in programma a Roma dal 19 al 23 ottobre. 'Beautiful Minds: Berinini vs Borromini' è uno dei 15 progetti selezionati dal MIA|TV Board, composto da professionisti internazionali dell'industria televisiva, per essere presentato oggi presso il Cinema Multiplex Bernini di Roma, a una platea di professionisti del settore, e per concorrere alla vincita del premio 'Best Drama Series Project'. Ideato e scritto da Davide Sala, Eleonora Fiorini, Giorgia Mariani, 'Beautiful Minds: Berinini vs Borromini' è un period drama ambientato nella Roma del XVII secolo. Ma non è il classico racconto biografico. La serie, infatti, utilizza uno stile moderno e visionario per raccontare la grande rivalità artistica e umana di Bernini e Borromini, due dei più talentuosi artisti di tutti i tempi. Due vite straordinarie che si intrecciano, due giovani dai caratteri diversi che si ammirano l'uno l'altro, amici prima e poi rivali, nell'arte e in amore. Una costante competizione, tra i due, per raggiungere la celebrità, la gloria e i favori del Papa, in un duello di idee che ha portato alla creazione di alcune delle opere più famose al mondo, ancora oggi sotto gli occhi di tutti. Sullo sfondo della Roma Barocca del 1600, arte, amore, passione, intrighi e giochi di potere. (Spe/AdnKronos) ISSN 2465 - 1222 21-OTT-17 14:07 NNNN

SABATO 21 OTTOBRE 2017 15.29.23

TV: AL M.I.A. TRA SERIALITA' E 'GAMING' RAPPORTI SEMPRE PIU' RAVVICINATI =

TV: AL M.I.A. TRA SERIALITA' E 'GAMING' RAPPORTI SEMPRE PIU' RAVVICINATI = In anteprima al Mercato dell'Audivisivo 'Marta is dead' Roma, 21 ott. (AdnKronos) - Tra il mondo della serialità e quello del gaming i rapporti sono sempre più ravvicinati. E' quanto emerso dal seguitissimo panel 'Creative Emotions - Narrative Gaming vs Scripted Storytelling: Win the Audience in the Centre Field' tenutosi nel corso della terza edizione del M.i.a., il Mercato

dell'Audiovisivo in corso a Roma. Nel periodo d'oro della serialità quello che è più richiesto a livello produttivo è senza dubbio la capacità di creare mondi in grado di generare infinite storie. Ed è questo ciò che da sempre fanno i videogiochi che per il mondo dell'audiovisivo possono essere una fonte di grandissima creatività e ispirazione. Al 'panel' hanno preso parte Alessandro Bragalini (Art Director and Concept Artist, Forge Reply, Italy), Pietro Righi Riva (Studio Director, Santa Ragione, Italy), Stefano Sardo (Screenwriter, Italy), Riccardo Tozzi (Ceo, Cattleya, Italy), Gerardo Verna (Ceo,Trinity Team, Italy) e Luca Dalcò (Ceo, LKA, Italy) che hanno anche raccontato le loro esperienze e presentato i loro titoli. Tra i più attesi, 'The Town of Light' e il nuovissimo 'Marta is Dead' (LKA) e 'The Lone Wolf', remake videoludico della famosa saga di libri game (Forge Reply) e Theseus (Forge Reply) come esempio di esperienza VR. (segue) (Cap/AdnKronos) ISSN 2465 - 1222 21-OTT-17 15:29 NNNN

SABATO 21 OTTOBRE 2017 15.29.24

TV: AL M.I.A. TRA SERIALITA' E 'GAMING' RAPPORTI SEMPRE PIU' RAVVICINATI (2) =

TV: AL M.I.A. TRA SERIALITA' E 'GAMING' RAPPORTI SEMPRE PIU' RAVVICINATI (2) = Tozzi, nei videogiochi utente gioca, sceglie percorsi, deframmenta la narrazione (AdnKronos) - ''Ciò che ormai accade nel mondo della serialità è incentrato sul rapporto tra la storia e il suo pubblico - ha spiegato Riccardo Tozzi- Si tratta di un gioco tra chi crea e chi guarda. Il videogioco ha un linguaggio simile. L'utente non solo gioca, ma sceglie il proprio percorso, deframmenta la narrazione. Fra i due mondi c'è un processo di convergenza, in una prospettiva di collaborazione creativa e industriale''. ''Si percepisce un'enorme libertà - ha continuato Stefano Sardo - specie per quanto riguarda la possibilità di esplorare generi differenti rispetto ai soliti. Anche in questo il videogioco è all'avanguardia, per le enormi possibilità che offre''. (Cap/AdnKronos) ISSN 2465 - 1222 21-OTT-17 15:29 NNNN

SABATO 21 OTTOBRE 2017 16.56.23

>>>ANSA/ Tv: nuove serie, da Lorenzo il Magnifico a Gheddafi

>>>ANSA/ Tv: nuove serie, da Lorenzo il Magnifico a Gheddafi In arrivo Montalbano, La porta rossa 2, Ultimo, Zero Zero Zero (di Francesca Pierleoni) (ANSA) - ROMA, 21 OTT - Michele Riondino nel primo dei Racconti di Vigata, nuova serie nata da Camilleri; Daniel Sharman (Teen Wolf) nei panni di Lorenzo il Magnifico e Raoul Bova per Papa Sisto in Medici: Masters of Florence - The magnificent; Roberto Saviano creatore insieme a Nadav Schirman di 'Gheddafi', sul leader libico. Saranno fra i protagonisti delle nuove serie made in Italy in arrivo o in lavorazione, presentate ai buyers internazionali, in Italian Tv Upfronts, sezione del Mia, il Mercato internazionale dell'**audiovisivo** in corso a Roma. Mentre è già in onda Suburra, e sta per debuttare Gomorra 3, Cattleya è pronta all'avventura di 'Zero zero zero', serie per Sky tratta dal bestseller di Saviano, diretta da Stefano Sollima (riprese da marzo). "La storia si snoda in 4 continenti e sei Paesi. Al centro della trama la consegna di un carico di droga dal Messico all'Europa", ha spiegato Kim Gualino di Cattleya. Tra febbraio e marzo tornerà Il commissario Montalbano, con due nuovi episodi, 'Amore' e 'La giostra degli scambi' (in anteprima è stata mostrata una scena su qualcosa di strano che succede a Catarella). E sempre in primavera, sull'ammiraglia Rai, debutteranno 'I racconti di Vigata', storie "con soggetti forti, come passione, vendetta, corruzione", ha spiegato

Nicola Serra di Palomar, ambientate in una Sicilia tra 19/o e 20/o secolo. Si comincia con 'La mossa del cavallo' che ha per protagonista Michele Riondino. La Palomar ha in cantiere anche Il nome della rosa (riprese a inizio 2018), con John Turturro e Rupert Everett; la serie steampunk western That dirty black bag (riprese in estate) e Gheddafi, sul leader libico, ideata da Saviano con Nadav Schirman. "Si stanno pianificando le prime due stagioni, le riprese inizieranno a fine 2018 - ha detto Serra -. Ancora non abbiamo scelto il partner in Italia, siamo in trattativa". Cross Productions, che ha realizzato Sirene (al debutto la prossima settimana su Rai1) e Rocco Schiavone (che tornerà in primavera), proporrà anche Il Cacciatore, nella quale Francesco Montanari è un magistrato ispirato a Alfonso Sabella che ha mandato in prigione boss come Leoluca Bagarella e Giovanni Brusca. A novembre debutterà su Rai1 'Scomparsa' con Vanessa Incontrada, con unisce conflitto generazionale e noir: "Vuole attirare sia un pubblico giovane che quello classico di Rai1" ha detto Massimo Del Frate di Endemol Shine Italy. Raoul Bova tornerà a uno dei suoi personaggi simbolo con Ultimo - Operazione Cobra diretta da Alexis Sweet, e girata tra Italia e Messico, con l'ufficiale dei carabinieri stavolta sotto copertura per sbaragliare il cartello degli Zetas. Inoltre Taodue sempre per Canale 5 ha realizzato Solo 2, con Marco Bocci. In primavera inizieranno le riprese della seconda stagione di La porta rossa, con Lino Guanciale, ideata da Carlo Lucarelli e Giampiero Rigosi, grande successo di Rai2, prodotto da Vela Film. La messa in onda è prevista a febbraio 2019. Alessio Boni è un allevatore che, dopo essere uscito da un coma durato cinque anni, inizia ad indagare sui misteri nella sua vita in La strada verso casa di Riccardo Donna (Casanova Multimedia per Rai1). In arrivo anche amori, famiglie e canzoni di E' arrivata la felicità 2 (Publispei), di cui sono appena finite le riprese. Una "rivoluzione rock con la giovane generazione che prende il potere a Firenze": così Luca Bernabei di Lux Vide descrive Medici: Masters of Florence - The magnificent, seconda stagione, con Frank Spotniz come showrunner, sulla famiglia fiorentina. Nel ruolo del Magnifico, l'inglese Daniel Sharman (Teen Wolf); con lui fra gli altri, Bradley James, per Giuliano De Medici, un inedito Raoul Bova per Papa Sisto, Alessandra Mastronardi per Lucrezia Donati e Sean Bean (Il trono di spade) per Jacopo de' Pazzi. (ANSA). Y64 21-OTT-17 16:55 NNN

SABATO 21 OTTOBRE 2017 17.10.48

Tv: Bernini vs Borromini, geni e rivali nella Roma barocca

Tv: Bernini vs Borromini, geni e rivali nella Roma barocca Il nuovo progetto di Endemol Shine Italy presentato al Mia (ANSA) - ROMA, 21 OTT - Due geni alla ricerca della perfezione e della bellezza. Due rockstar della loro epoca, protagonisti di un racconto moderno che parla di un'amicizia che si trasforma in rivalità, umana e artistica, che ha caratterizzato il XVII secolo, cambiando per sempre la storia dell'arte, e che continua ad appassionare ancora oggi. E' "Beautiful Minds: Bernini vs Borromini", il nuovo progetto di Endemol Shine Italy presentato durante la seconda edizione del Mia Drama Series Pitching Forum, all'interno della terza edizione del Mercato internazionale dell'**audiovisivo**, in corso a Roma fino al 23 ottobre. "Beautiful Minds: Bernini vs Borromini" è uno dei 15 progetti selezionati dal Mia|TV Board, composto da professionisti internazionali dell'industria televisiva, per essere presentato oggi, al Cinema Multiplex Bernini di Roma, a una platea di professionisti del settore, e per concorrere alla vincita del premio "Best Drama Series Project". Ideato e scritto da Davide Sala, Eleonora Fiorini, Giorgia Mariani, "Beautiful Minds: Bernini vs Borromini" è un period drama ambientato nella Roma del XVII secolo. Ma non è il classico racconto biografico. La serie, infatti, utilizza uno stile moderno e visionario per raccontare la grande rivalità artistica e umana di Gian Lorenzo Bernini e Francesco Borromini, due dei più talentuosi artisti di tutti i tempi. Due vite straordinarie che si intrecciano, due giovani dai caratteri diversi che si ammirano l'un l'altro, amici prima e poi rivali, nell'arte e in amore. Una

costante competizione, tra i due, per raggiungere la celebrità, la gloria e i favori del Papa, in un duello di idee che ha portato alla creazione di alcune delle opere più famose al mondo, ancora oggi sotto gli occhi di tutti. Sullo sfondo della Roma Barocca del 1600, arte, amore, passione, intrighi e giochi di potere. (ANSA). COM-MAJ 21-OTT-17 17:10 NNN

SABATO 21 OTTOBRE 2017 20.29.05

CINEMA: ZINGARETTI PRESENTA III EDIZIONE BANDO LAZIO INTERNATIONAL =

CINEMA: ZINGARETTI PRESENTA III EDIZIONE BANDO LAZIO INTERNATIONAL = 10 mln per promuovere coproduzioni con paesi stranieri Roma, 21 ott. (AdnKronos) - Il presidente della Regione Lazio, Nicola Zingaretti ha presentato oggi l'edizione 2017 del bando Lazio Cinema International con cui vengono stanziati 10 milioni di euro del Por Fesr 2014-2020 per le imprese del settore cinematografico e dell'audiovisivo. L'incontro si è svolto allo spazio Open Colonna del Palazzo delle Esposizioni, nell'ambito del Mia, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo, attualmente in corso di svolgimento a Roma. Obiettivo del nuovo bando è quello di sostenere la capacità del sistema produttivo del territorio di lavorare nelle grandi coproduzioni internazionali, cinematografiche e audiovisive, valorizzando il 'girato' nel Lazio, favorendo il coinvolgimento delle imprese della filiera e promuovendo la crescita strutturale del settore e l'immagine del Lazio. L'avviso è stato predisposto valorizzando gli elementi più innovativi che hanno portato al successo le precedenti edizioni del bando, grazie ai quali la Regione Lazio ha favorito finora (bando 2015 e prima finestra temporale del bando 2016) la realizzazione di 26 coproduzioni, che vedono coinvolti produttori di Francia, Germania, Islanda, Repubblica Ceca, Olanda, Belgio, Spagna, Regno Unito, Grecia, Danimarca, Svizzera, Portogallo, Brasile e Cina, girate in numerose location di tutto il Lazio. (segue) (Cap/AdnKronos) ISSN 2465 - 1222 21-OTT-17 20:28 NNNN

SABATO 21 OTTOBRE 2017 20.29.15

CINEMA: ZINGARETTI PRESENTA III EDIZIONE BANDO LAZIO INTERNATIONAL (2) =

CINEMA: ZINGARETTI PRESENTA III EDIZIONE BANDO LAZIO INTERNATIONAL (2) = tra le location laziali Sabaudia, Tarquinia, Marino, Bomarzo, Bolsena, l'abbazia di Casamari (AdnKronos) - Tra le location laziali, Anzio, Fiumicino, Ostia, Sabaudia, Civitavecchia, Ciampino, Roma, Latina, Viterbo, Rieti, Bomarzo, Bolsena, Piansano, Tarquinia, Caprarola, Bracciano, Marino, Ariccia, l'abbazia di Casamari, le terme di Cotilia e il santuario di Greccio. Tra i criteri utilizzati nel valutare i progetti presentati anche per questa terza edizione del bando viene data particolare importanza alla ricaduta sull'indotto industriale dell'audiovisivo laziale e all'utilizzo nella produzione e/o post-produzione di maestranze della regione. L'avviso pubblico anche quest'anno è articolato in due 'finestre temporali', ossia è suddiviso in due tranche, una in autunno e una nella prossima primavera, per le quali sono a disposizione 5 milioni di euro ciascuna e prevede un contributo a fondo perduto che non può superare il 25% delle spese ammissibili, incrementabile al 35% nel caso di coproduzioni finanziate al produttore estero da almeno un altro Stato dell'Unione Europea. Inoltre il 50% delle risorse complessive è destinato a opere ritenute di 'interesse regionale' o di 'particolare interesse regionale'. Per opere di 'interesse regionale' si intendono le coproduzioni che valorizzano il patrimonio artistico, culturale, storico, ambientale, paesaggistico, enogastronomico e

artigianale del Lazio e, comunque, possano valorizzare le sue destinazioni turistiche. (segue) (Cap/AdnKronos) ISSN 2465 - 1222 21-OTT-17 20:28 NNNN

SABATO 21 OTTOBRE 2017 20.29.15

CINEMA: ZINGARETTI PRESENTA III EDIZIONE BANDO LAZIO INTERNATIONAL (3) =

CINEMA: ZINGARETTI PRESENTA III EDIZIONE BANDO LAZIO INTERNATIONAL (3) = valorizzazione delle destinazioni turistiche al di fuori di Roma (AdnKronos) - Sono invece considerate di 'particolare interesse regionale' quelle tra le coproduzioni di interesse regionale che valorizzano nello specifico le destinazioni turistiche site al di fuori del Comune di Roma. Le domande di contributo possono essere presentate esclusivamente per via telematica compilando il formulario disponibile on line nella piattaforma GeCoWEB, accessibile dal sito www.lazioinnova.it nella pagina dedicata. La dinamica sarà articolata in due fasi. Per quanto riguarda la prima finestra temporale, lo sportello telematico per la compilazione del formulario sarà aperto a partire dalle ore 12 del 16 novembre 2017 (fino alle ore 12 del 16 febbraio 2018), quando sarà possibile accedere al sistema GeCoWEB per predisporre la domanda e caricare la documentazione prevista dall'Avviso. Successivamente, a partire dal 16 gennaio 2018, sarà possibile presentare formalmente le domande, inviando tramite posta elettronica certificata (Pec) la documentazione prodotta dal sistema GeCoWEB. I contributi verranno erogati con il metodo a sportello. È importante evidenziare che le spese ammissibili computabili ai fini del bando potranno essere sostenute dalle imprese di produzione già a partire dalla data di finalizzazione della compilazione della domanda su GeCoWEB. (segue) (Cap/AdnKronos) ISSN 2465 - 1222 21-OTT-17 20:28 NNNN

SABATO 21 OTTOBRE 2017 20.29.15

CINEMA: ZINGARETTI PRESENTA III EDIZIONE BANDO LAZIO INTERNATIONAL (4) =

CINEMA: ZINGARETTI PRESENTA III EDIZIONE BANDO LAZIO INTERNATIONAL (4) = Bando promosso anche durante il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo e la Festa del Cinema di Roma (AdnKronos) - Le coproduzioni che mirano a ottenere il finanziamento del bando, quindi, potrebbero iniziare le riprese tra meno di un mese, senza attendere la presentazione della domanda per cominciare. Quanto alla seconda finestra temporale, lo sportello telematico per la compilazione del formulario sarà aperto a partire dalle ore 12 del 30 maggio 2018 (fino alle ore 12.00 del 31 luglio 2018), mentre, sarà possibile presentare le domande tramite Pec a partire dal 4 luglio 2018. Il bando viene promosso anche nel corso del Mercato Internazionale dell'Audiovisivo (Mia) e della Festa del Cinema di Roma con due help desk siti, rispettivamente, a Palazzo Barberini, fino al 23 ottobre, e all'Auditorium - Parco della Musica, dal 26 ottobre fino al 5 novembre. Il Lazio è tra le Regioni europee più accoglienti per il cinema internazionale e la Regione italiana che investe di più su questo asset. Solo per il 2017 sono stati destinati complessivamente all'audiovisivo 22 milioni di euro, a cui vanno aggiunte le risorse che andranno all'industria audiovisiva con il bando 'Creatività 2020', recentemente pubblicato. (Cap/AdnKronos) ISSN 2465 - 1222 21-OTT-17 20:28 NNNN

DOMENICA 22 OTTOBRE 2017 16.47.35

AUDIOVISIVO: CHIUDE CON SUCCESSO A ROMA TERZA EDIZIONE MERCATO INTERNAZIONALE =

AUDIOVISIVO: CHIUDE CON SUCCESSO A ROMA TERZA EDIZIONE MERCATO INTERNAZIONALE = Milazzotto, e' il nuovo brand dell'innovazione italiana Roma, 22 ott. (AdnKronos) - 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 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''. (segue) (Sin/AdnKronos) ISSN 2465 - 1222 22-OTT-17 16:47 NNNN

DOMENICA 22 OTTOBRE 2017 16.47.35

AUDIOVISIVO: CHIUDE CON SUCCESSO A ROMA TERZA EDIZIONE MERCATO INTERNAZIONALE (2) =

AUDIOVISIVO: CHIUDE CON SUCCESSO A ROMA TERZA EDIZIONE MERCATO INTERNAZIONALE (2) = (AdnKronos) - 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''. (Sin/AdnKronos) ISSN 2465 - 1222 22-OTT-17 16:47 NNNN

DOMENICA 22 OTTOBRE 2017 17.57.27

Cinema: chiude Mia, oltre 1800 accreditati e 60 mila meeting

Cinema: chiude Mia, oltre 1800 accreditati e 60 mila meeting 120 film al 3/o Mercato internazionale dell'**audiovisivo** a Roma (ANSA) - ROMA, 22 OTT - Oltre 1800 accreditati, 58 Paesi partecipanti, 45 progetti, più di 60 mila meeting, 120 film, affollati TV Upfront e What's next Italy. Sono i numeri della terza edizione del Mia, il Mercato internazionale dell'**audiovisivo** che si conclude oggi a Roma, mettendo a segno anche un milione di visualizzazioni su twitter. Un successo per gli organizzatori, che rivendicano la scelta 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 da parte di Lucia Milazzotto, direttrice del Mia, che cita alcuni degli aggettivi maggiormente usati in questi giorni dai 1839 accreditati: "E' stato un mercato vibrante, perché il numero di meeting e di affari è stato al di sopra delle aspettative. 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". (ANSA). COM-MAJ 22-OTT-17 17:56 NNN

DOMENICA 22 OTTOBRE 2017 18.13.06

CINEMA: IL MIA CONQUISTA OPERATORI E INVESTITORI =

CINEMA: IL MIA CONQUISTA OPERATORI E INVESTITORI = Roma, 22 ott. (AdnKronos) - Il MIA conquista operatori e investitori. Girando per le location del Distretto Barberini dove si è svolta la terza edizione del MIA, si respira un'aria di grandissima soddisfazione per quello che è il nuovo brand per l'innovazione italiana nel campo dell'audiovisivo. ''E' stata la migliore edizione del MIA- spiega Michael Rosenberg, presidente di Imagine Entertainment- quella con il numero maggiore di sales company. Palazzo Barberini e' una location meravigliosa. Siamo tutti contentissimi, sicuramente il MIA continuerà a crescere nel corso degli anni''. ''E' la mia prima volta al MIA ma sento che e' un periodo esaltante nella televisione italiana che è esplosa negli ultimi anni - concorda lo showrunner americano Frank Spotnitz- con serie come Gomorra, Suburra, I Medici, The Young Pope, Il nome della rosa, solo per fare alcuni esempi. Ci sono moltissime possibilità per gli showrunner di lavorare in Italia. Le collaborazioni permettono un processo di scoperta reciproca, non sono facili ma utili. Sono sicuro che voi volete americani che portino il proprio talento per degli show italiani, non per format americani''. Della location meravigliosa parla Catia Rossi, direttrice delle vendite di True Colors: ''I compratori sono esseri umani e quando arrivano in un posto così bello hanno un umore migliore, sono più disponibili verso il business e hanno un occhio di riguardo per i film italiani'', dice Katia Rossi. (segue) (Spe/AdnKronos) ISSN 2465 - 1222 22-OTT-17 18:12 NNNN

DOMENICA 22 OTTOBRE 2017 18.13.07

CINEMA: IL MIA CONQUISTA OPERATORI E INVESTITORI (2) =

CINEMA: IL MIA CONQUISTA OPERATORI E INVESTITORI (2) = (AdnKronos) - ''Sono molto contenta di essere qui -spiega Ida Martins di Media Luna- ho visto un miglioramento in questo mercato, che è meraviglioso sia per l'atmosfera che per la gente, semplicemente fantastico! Senza dubbio ha raggiunto una rilevanza nel mercato internazionale per la presenza di acquirenti internazionali. Abbiamo chiuso due offerte e questo non sempre accade negli altri mercati''. ''Solo essere qui con tante persone in un luogo così storico la prima notte è stato veramente bello- spiegano Melissa Landau e Alysse Bezahler del network AMC- Anche vedere, come sempre, quanto più tutto stia diventando globale. Ora soprattutto in TV il mercato sta diventando un posto centrale con grandi storie e persone creative con cui lavorare''. ''E' stato un meeting fantastico, molto costruttivo e ben organizzato. Il prossimo anno tornerò sicuramente e rimarrò più a lungo'', dice Rola Bauer, Managing Director Studio Canals Tandem Productions. ''E' molto più grande e più interessante delle edizioni precedenti, ci sono più persone e funziona molto bene -dice il regista Vaclav Kadrnka- Nel 2014 portai il mio primo progetto e vinsi e questo mi ha aiutato molto a produrre il film, quindi il mercato funziona''. ''Il MIA è un'importantissima opportunità per connetterci con italian film makers e producers'', concorda Marie Nelson, vicepresidente di PBS nella sezione news and public affairs. Conclude la produttrice e distributrice italiana Adriana Chiesa: ''E' stata una svolta di cambiamento molto positivo dal momento che questa nuova sede ha funzionato benissimo. Più raccolta e maggiore contatto tra venditori e compratori. Molti nuovi distributori. Tanti contatti con le televisioni. Siamo molto soddisfatti''. (Spe/AdnKronos) ISSN 2465 - 1222 22-OTT-17 18:12 NNNN

LUNEDÌ 23 OTTOBRE 2017 14.06.48

FOCUS Tutti i premiati della terza edizione del MIA

FOCUS Tutti i premiati della terza edizione del MIA Milano, 23 ott. (LaPresse) - Si è svolta a Roma ieri la serata di premiazione della terza edizione del MIA, il Mercato internazionale dell'**audiovisivo** che si è tenuto a Roma, al Distretto Barberini. Alla serata hanno preso parte il direttore del MIA, Lucia Milazzotto, e i presidenti di ANICA e APT, Francesco Rutelli e Giancarlo Leone.Il premio Eurimages Co-Production Development Award di 20.000 euro, selezionato dalla giuria composta da Conchita Airoldi, Roman Paul, Karin Schockweiler tra i progetti del MIA Cinema Co-production Market, è stato conferito a 'Madame luna' di Binyam Berhane, prodotto da David Herdies e Vicky Miha. La Giuria ha deciso di dare una Menzione Speciale a 'Pablo' di Enrico Maria Artale prodotto da Roberto De Paolis e Carla Altieri.Per la prima volta al MIA è stato assegnato dall'Apulia Film Commission il MIA TV Best Drama Series Award del valore totale di 20.000 € al miglior progetto seriale della selezione presentata al MIA TV Drama Series Pitching Forum. La commissione ha conferito un premio ex aequo ai progetti 'Replay' (Black Sheep Films and Division Paris) e 'Enemies' (Company Pictures and all3media international). Il premio è stato consegnato dal Presidente della Apulia Film Commission Maurizio Sciarra, dal Direttore di Apulia Film Commission Antonio Parente e dal Direttore di Pugliapromozione Luca Scandale.Per la prima volta al MIA Il Premio MIA|EDI Visionary Award, che consiste in un premio in kind in servizi di post produzione ed effetti visivi del valore di 15.000 €, è andato al è andato al progetto 'Woodland' (Fiction Factory and Awesome) del MIA TV Drama Series Pitching Forum. Due Menzioni Speciali

del valore di 5.000 € in VFX per lo sviluppo del progetto, da utilizzare perla creazione di un teaser di presentazione, sono state conferite ai progetti 'Beatrice Cenci' (Tangram Film, Isaria Productions) e 'Venice rising' (Pepito Produzioni).I premi Eurimages, Edi e Apulia Film Commission, sono dedicati ai progetti presenti al MIA che hanno partecipato al co-production market e pitching forum Cinema, TV e DOC.Il MIA quest'anno ha ospitato due prestigiosi premi storici dedicati agli autori italiani.La Targa Premio Carlo Bixio 2017 per la migliore sceneggiatura è stata assegnata a '77' di Elia Gonella e Giuseppe Checchia. Il Premio Carlo Bixio per il miglior concept di serie, promosso da APT, RTI Mediaset e Rai, è stato vinto da 'Dante' di Angelica Farinelli, Lorenzo Righi e Gregorio Scorsetti. Ai vincitori rispettivamente andranno 10.000 e 5.000 euro, a fronte di un contratto con il broadcaster. La Targa SIAE Idea d'Autore, con 3.000 euro messi in palio da Siae, assegnata alla sceneggiatura che si è distinta maggiormente per l'originalità della concezione iniziale, è andata a 'Vera sul treno' di Isabella Cirillo.Il Premio Franco Solinas Migliore Sceneggiatura di 9.000 euro è stato assegnato a 'Piove' di Jacopo del Giudice, mentre la Borsa di Studio Claudia Sbarigia di 1.000 euro, dedicata a premiare il talento nel raccontare i personaggi e l'universo femminile, è andata a a 'Body Odyssey' di Grazia Tricarico, Marco Morana e Giulio Rizzo. La giuria ha inoltre deciso di assegnare due Menzioni Speciali a 'Le figlie di Coro' di Lucrezia Le Moli e Amedeo Guarnieri e a 'Io e il secco' di Michela Straniero e Gianluca Santoni.La terza edizione del MIA si è conclusa con un grandissimo successo rappresentato da oltre 1.800 accreditati, 58 Paesi partecipanti, 45 progetti, più di 60 mila meeting, 120 film, affollati TV Upfront e What's next Italy.

LUNEDÌ 23 OTTOBRE 2017 16.05.34

Tv: a "77" e "Dante" i premi Carlo Bixio 2017 =

(AGI) - Roma, 23 ott. - Consegnati i premi ai vincitori del Premio Carlo Bixio 2017 in occasione della serata finale del MIA, Mercato Internazionale **Audiovisivo**. RTI, che in questa sesta edizione ha messo in palio il premio, ha deciso di articolare in due categorie il bando: migliore sceneggiatura e miglior concept di serie. La giuria del Premio, presieduta da Gabriella Campenni' Bixio, e composta da Francesca Galiani per RTI, Leonardo Ferrara per Rai e da Ivan Cotroneo, Graziano Diana e Francesco Vicario, ha emesso il proprio verdetto assegnando il Premio Carlo Bixio per la migliore sceneggiatura a "77" di Giuseppe Checchia e Elia Gonella. "Per l'audacia del concept - dice la motivazione - e per il suo brillante svolgimento nella puntata pilota, che mostra come, grazie al talento degli autori, il passato italiano recente e meno recente, quello del 1977 e quello del 1997, possano incrociarsi e vivere in un racconto che offre chiavi di comprensione per il nostro presente. '77' e' un progetto solido e insieme innovativo, che affronta gli anni di piombo e le trasformazioni politiche e sociali successive con un tono di racconto inedito, una ricchezza di dettagli scrupolosa, e una totale immersione nell'epoca, qualita' tanto piu' sorprendenti data la giovane eta' dei suoi autori". Il Premio Carlo Bixio per il miglior concept di serie e' stato invece vinto da "Dante" di Angelica Farinelli, Lorenzo Righi e Gregorio Scorsetti con la seguente motivazione "Per la stimolante sapienza del suo assunto, che riesce a coniugare lo charme internazionale e senza tempo del 'brand' italiano per eccellenza, l'universo dantesco della 'Divina Commedia', con i dettami 'action' di un poliziesco contemporaneo, in una duplice 'discesa all'Inferno'". Ai vincitori rispettivamente diecimila e cinquemila euro a fronte di un contratto con il broadcaster. La Siae, che dal 2013 sostiene l'iniziativa, premia con tremila euro e la targa SIAE Idea d'Autore "Vera sul treno" di Isabella Cirillo, "per la sensibilita' - la motivazione - con cui viene esplorata, nei toni dolci-amari della 'commedia italiana' la bizzarra svolta professionale della

giovane protagonista che da aspirante reporter si ritrova controllore su un treno, alle prese con personaggi della piu' svariata umanita', in una continua commistione di generi e di situazioni". (AGI) Vic 231605 OTT 17 NNN

LUNEDÌ 23 OTTOBRE 2017 19.11.41

Tv: i vincitori del premio Carlo Bixio per la fiction

Tv: i vincitori del premio Carlo Bixio per la fiction A 77 di Checchia-Gonella e a Dante di Farinelli-Righi-Scorsetti (ANSA) - ROMA, 23 OTT - 77 di Giuseppe Checchia e Elia Gonella per la miglior sceneggiatura e Dante di Angelica Farinelli, Lorenzo Righi e Gregorio Scorsetti per il miglior concept di serie: sono i due vincitori del premio Carlo Bixio 2017 consegnati in occasione della serata finale del MIA, Mercato Internazionale **Audiovisivo**. RTI, che in questa sesta edizione ha messo in palio il premio, ha deciso di articolare in due categorie il bando: migliore sceneggiatura e miglior concept di serie. La Giuria del Premio, presieduta da Gabriella Campennì Bixio, e composta da Francesca Galiani per RTI, Leonardo Ferrara per Rai e da Ivan Cotroneo, Graziano Diana e Francesco Vicario ha emesso il proprio verdetto assegnando il Premio Carlo Bixio per la migliore sceneggiatura a "77" di Giuseppe Checchia e Elia Gonella "Per l'audacia del concept e per il suo brillante svolgimento nella puntata pilota, che mostra come - grazie al talento degli autori - il passato italiano recente e meno recente, quello del 1977 e quello del 1997, possano incrociarsi e vivere in un racconto che offre chiavi di comprensione per il nostro presente. 77 è un progetto solido e insieme innovativo, che affronta gli anni di piombo e le trasformazioni politiche e sociali successive con un tono di racconto inedito, una ricchezza di dettagli scrupolosa, e una totale immersione nell'epoca, qualità tanto più sorprendenti data la giovane età dei suoi autori". Il Premio Carlo Bixio per il miglior concept di serie è stato vinto da "Dante" di Angelica Farinelli, Lorenzo Righi e Gregorio Scorsetti con la seguente motivazione "Per la stimolante sapienza del suo assunto, che riesce a coniugare lo charme internazionale e senza tempo del "brand" italiano per eccellenza, l'universo dantesco della "Divina Commedia", con i dettami "action" di un poliziesco contemporaneo, in una duplice "discesa all'Inferno". Ai vincitori rispettivamente diecimila e cinquemila euro a fronte di un contratto con il broadcaster. La Società Italiana degli Autori ed Editori, che dal 2013 sostiene l'iniziativa, premia con tremila euro e la targa "SIAE Idea d'Autore" "Vera sul treno" di Isabella Cirillo "Per la sensibilità con cui viene esplorata, nei toni dolci-amari della 'commedia italiana' la bizzarra svolta professionale della giovane protagonista che da aspirante reporter si ritrova controllore su un treno, alle prese con personaggi della più svariata umanità, in una continua commistione di generi e di situazioni. (ANSA). COM-MA 23-OTT-17 19:10 NNN

LUNEDÌ 23 OTTOBRE 2017 19.15.30

TV: 'MADAME LUNA' E 'PABLO' TRA I PREMIATI III EDIZIONE MIA =

TV: 'MADAME LUNA' E 'PABLO' TRA I PREMIATI III EDIZIONE MIA = Premi ex aequo a progetti 'Replay' e 'Enemies' Roma, 23 ott. (AdnKronos) - Sì è svolta a Roma ieri la serata di premiazione della terza edizione del Mia, il Mercato internazionale dell'audiovisivo che si è tenuto a Roma, al Distretto Barberini. Alla serata hanno preso parte il direttore del Mia, Lucia Milazzotto, e i presidenti di Anica e Ap, Francesco Rutelli e Giancarlo Leone. Il premio Eurimages Co-Production Development Award di 20mila euro, selezionato dalla giuria composta da Conchita Airoldi, Roman Paul, Karin Schockweiler tra i progetti del Mia Cinema Co-production Market, è stato conferito a

'Madame Luna' di Binyam Berhane, prodotto da David Herdies e Vicky Miha. La Giuria ha deciso di dare una Menzione Speciale a 'Pablo' di Enrico Maria Artale, prodotto da Roberto De Paolis e Carla Altieri. Per la prima volta al Mia è stato assegnato dall'Apulia Film Commission il Mia Tv Best Drama Series Award del valore totale di 20mila euro al miglior progetto seriale della selezione presentata al Mia Tv Drama Series Pitching Forum. La commissione ha conferito un premio ex aequo ai progetti 'Replay' (Black Sheep Films and Division Paris) e 'Enemies' (Company Pictures and all3media international). (segue) (Cap/AdnKronos) ISSN 2465 - 1222 23-OTT-17 19:15 NNNN

LUNEDÌ 23 OTTOBRE 2017 19.15.30

TV: 'MADAME LUNA' E 'PABLO' TRA I PREMIATI III EDIZIONE MIA (2) =

TV: 'MADAME LUNA' E 'PABLO' TRA I PREMIATI III EDIZIONE MIA (2) = Il Premio Carlo Bixio per il miglior concept di serie vinto da 'Dante' di Farinelli-Righi-Scorsetti (AdnKronos) - Il premio è stato consegnato dal presidente della Apulia Film Commission Maurizio Sciarra, dal direttore di Apulia Film Commission Antonio Parente e dal Direttore di Pugliapromozione Luca Scandale. Per la prima volta al Mia, il Premio Mia|Edi Visionary Award, che consiste in un premio in servizi di post produzione ed effetti visivi del valore di 15mila euro, è andato al progetto Woodland(Fiction Factory and Awesome) del Mia Tv Drama Series Pitching Forum. Due Menzioni speciali del valore di 5mila euro in Vfx per lo sviluppo del progetto, da utilizzare perla creazione di un teaser di presentazione, sono state conferite ai progetti 'Beatrice Cenci' (Tangram Film, Isaria Productions) e 'Venice Rising' (Pepito Produzioni). I premi Eurimages, Edi e Apulia Film Commission, sono dedicati ai progetti presenti al Mia che hanno partecipato al co-production market e pitching forum Cinema, Tv e Doc. Il Mia ha poi ospitato quest'anno due prestigiosi premi storici dedicati agli autori italiani. La Targa Premio Carlo Bixio 2017 per la migliore sceneggiatura è stata assegnata a '77' di Elia Gonella e Giuseppe Checchia. Il Premio Carlo Bixio per il miglior concept di serie, promosso da Apt, Rti Mediaset e Rai, è stato vinto da 'Dante' di Angelica Farinelli, Lorenzo Righi e Gregorio Scorsetti. Ai vincitori rispettivamente andranno 10mila e 5mila euro, a fronte di un contratto con il broadcaster. (segue) (Cap/AdnKronos) ISSN 2465 - 1222 23-OTT-17 19:15 NNNN

LUNEDÌ 23 OTTOBRE 2017 19.15.33

TV: 'MADAME LUNA' E 'PABLO' TRA I PREMIATI III EDIZIONE MIA (3) =

TV: 'MADAME LUNA' E 'PABLO' TRA I PREMIATI III EDIZIONE MIA (3) = Targa Siae Idea d'Autore e' andata a 'Vera sul treno' di Isabella Cirillo (AdnKronos) - La Targa Siae Idea d'Autore, con 3mila euro messi in palio da Siae, assegnata alla sceneggiatura che si è distinta maggiormente per l'originalità della concezione iniziale, è andata a 'Vera sul treno' di Isabella Cirillo. Il Premio Franco Solinas Migliore Sceneggiatura di 9mila euro è stato assegnato a 'Piove' di Jacopo del Giudice, mentre la Borsa di Studio Claudia Sbarigia di mille euro, dedicata a premiare il talento nel raccontare i personaggi e l'universo femminile, è andata a a 'Body Odyssey' di Grazia Tricarico, Marco Morana e Giulio Rizzo. La Giuria ha inoltre deciso di assegnare due Menzioni Speciali a 'Le figlie di Coro' di Lucrezia Le Moli e Amedeo Guarnieri e a 'Io e il secco' di Michela Straniero e Gianluca Santoni. La terza edizione del Mia si è conclusa con un grandissimo successo rappresentato da oltre 1800 accreditati, 58 Paesi partecipanti, 45 progetti, più di 60 mila

meeting, 120 film, affollati TV Upfront e What's next Italy. (Cap/AdnKronos) ISSN 2465 - 1222 23-OTT-17 19:15 NNNN

ADNK, 24/10/2017

RAI: DOC/IT, IN CONTRATTO SERVIZIO QUOTA INVESTIMENTO SETTORE DOCUMENTARIO =

RAI: DOC/IT, IN CONTRATTO SERVIZIO QUOTA INVESTIMENTO SETTORE DOCUMENTARIO =

Roma, 24 ott. (AdnKronos) - "Domenica nel primo pomeriggio il Mia Market ha chiuso i battenti dopo tre giorni di intensa attività". Un'occasione "più unica che rara per l'industria dell'audiovisivo, ma in particolare per quello che gli stranieri chiamano il 'Factual' cioè il documentario nelle sue più diverse forme". Al Mia c'erano, infatti, "tutti i responsabili dei canali televisivi italiani, i Pay, e i Free; i satellitari e i digitali terrestri". Tutti, "con l'unica grande eccezione di Rai". E' uno dei passaggi della lettera aperta di Doc/it-Associazione Documentaristi Italiani, scritta con il sostegno di 100autori, ai ministri Dario Franceschini e Carlo Calenda in merito al Contratto di Servizio e la presenza di Rai al Mercato Internazionale dell'Audiovisivo.

"L'unica eccezione a questa imbarazzante assenza - si evidenzia - era Fabio Mancini, responsabile dei documentari di Doc3. L'appassionata e competente presenza di Mancini era però condizionata dalla mancanza di portafoglio e soprattutto dalla consueta impossibilità a stringere accordi di coproduzione e/o preacquisto per qualunque progetto non rientri nella programmazione dell'anno in corso". Di fronte a "tanta colpevole inerzia" Doc/it chiede pubblicamente al Calenda e a Franceschini di inserire nel nuovo contratto di servizio precisi obblighi per la concessionaria radiotelevisiva".

Prima di tutto "definire una quota precisa ed ineludibile di investimento nel settore documentario e in secondo luogo dotarsi di una struttura organizzativa dedicata al documentario (come già esiste per il cinema, la fiction, l'animazione) in grado di prendere decisione editoriali e di varare progetti e coproduzioni internazionali sul modello dei grandi televisioni pubbliche Europee".

(Ver/AdnKronos)

ISSN 2465 - 1222
24-OTT-17 16:11
NNNN

ITP, 30/10/2017

CINEMA: MIA, THE PLACE E IL RAGAZZO INVISIBILE VENDUTI DA TRUE COLOURS

CINEMA: MIA, THE PLACE E IL RAGAZZO INVISIBILE VENDUTI DA TRUE COLOURS

ROMA (ITALPRESS) - Il Mia si e' rivelato come un appuntamento molto produttivo per le vendite di True Colours. La societa', guidata da Catia Rossi, ha ricevuto un ottimo feedback su tutti i film presentati come anteprime di mercato e ha gia' chiuso molti accordi di distribuzione.

Tra i titoli del line up spicca The Place di Paolo Genovese. Sono bastate la proiezione del promo e la presentazione al What's Next Italy per assicurare al nuovo film di Paolo Genovese la distribuzione in Russia e CIS (All Media), Repubblica Ceca (Filmeurope), Ungheria (Cinenuovo), Polonia (Aurora), Bosnia, Croazia e Slovenia (Stars Media), Estonia (Estin Films), Lituania (Kino Pavasaris), Bulgaria (6A Media Entertainment), Taiwan (Swallow Wings). Altri paesi probabilmente si aggiungeranno a questi, dopo l'anteprima del 4 novembre all'AFM, anche considerando il forte interesse che arriva da Germania, Francia, Benelux, LATAM, Cina e Israele.

The Place e' prodotto da Medusa Film che lo distribuira' anche nei cinema italiani a partire dal 9 novembre.

(ITALPRESS) - (SEGUE).

mgg/com

30-Ott-17 13:06

NNNN

ADNK, 30/10/2017

CINEMA: 'THE PLACE' DI GENOVESE VENDUTO IN MEZZO MONDO AL MIA =

CINEMA: 'THE PLACE' DI GENOVESE VENDUTO IN MEZZO MONDO AL MIA =

Primo accordo di distribuzione per 'Il ragazzo invisibile - Seconda generazione'

Roma, 30 ott. (AdnKronos) - Al Mia True Colours, la società guidata da Catia Rossi, ha chiuso molti accordi di distribuzione: tra i titoli del line up spicca 'The Place' di Paolo Genovese. La proiezione del promo e la presentazione al 'What's Next Italy' hanno assicurato al nuovo film la distribuzione in Russia e Comunità degli Stati Indipendenti (All Media), Repubblica Ceca (Filmeurope), Ungheria (Cinenuovo), Polonia (Aurora), Bosnia, Croazia e Slovenia (Stars Media), Estonia (Estin Films), Lituania (Kino Pavasaris), Bulgaria (6A Media Entertainment), Taiwan (Swallow Wings).

Altri paesi probabilmente si aggiungeranno a questi, dopo l'anteprima del 4 novembre all'American Film Market di santa Monica anche considerando il forte interesse che arriva da Germania, Francia, Benelux, America Latina, Cina e Israele. 'The place' è prodotto da Medusa Film che lo distribuirà nei cinema italiani a partire dal 9 novembre.

Sempre a seguito della presentazione al What's Next Italy del Mia, il nuovo film di Gabriele Salvatores, 'Il ragazzo invisibile - Seconda generazione', si è assicurato il suo primo accordo di distribuzione. Il film, prodotto da Indigo Film, attualmente in post-produzione e in uscita nelle sale italiane il 4 gennaio con 01 Distribution, è stato acquisito dal distributore polacco Vivarto / Bomba Film, che ha anche acquistato il primo episodio della saga del supereroe italiano e l'opera prima brasiliana 'Two Irenes', presentato a Berlino lo scorso febbraio.

(Spe/AdnKronos)

ISSN 2465 - 1222
30-OTT-17 13:33
NNNN

AGI, 30/10/2017

Cinema:al Mia True Colours vende nuovi film Genovese e Salvatores =

(AGI) - Roma, 30 ott. - "The Place" di Paolo Genovese e "Il ragazzo invisibile - Seconda generazione" di Gabriele Salvatores sono stati venduti da True Colours al Mia, Mercato internazionale dell'audiovisivo, giunto alla terza edizione.

La True Colours, e' la societa' targata Lucky Red e Indigo Film che ha l'obiettivo di rafforzare l'internazionalizzazione del cinema italiano. Guidata da Catia Rossi, ha ricevuto un ottimo riscontro sui film presentati come anteprime di mercato e ha gia' chiuso molti accordi di distribuzione. (AGI)

Eli (Segue)

301431 OTT 17

NNN



Ricerca, promozione e attesa. Quale lavoro sta dietro alla proposta di Doc3, il programma di Rai3 che dal 2007 ha aperto un varco televisivo al mondo del documentario?

di **SANZIA MILESI**

RAI3, SPAZIO AI DOCUMENTARI

Forse ha contribuito al suo successo. Sicuramente ha iniziato a parlarne quando non era così di moda. Nel 2007, quando Doc3 è nato, il documentario era un prodotto culturale di nicchia, ma già stava cominciando a farsi sentire. Una maggiore eco ai festival, che poi sarebbero proliferati. Una più elevata considerazione da parte della critica, che poi (forse) avrebbe smesso di considerarli 'figli di un Cinema minore'. Una più diffusa possibilità produttiva, che poi li avrebbe arricchiti, non solo in quantità ma fortunatamente anche per qualità, rendendoli mediamente più 'digeribili'. Una migliore consapevolezza da parte del pubblico, che poi li avrebbe addirittura osannati (Oscar compresi). Quando Doc3 è nato, a crederci c'era Annamaria Catricalà, ideatrice del programma e capostruttura di Rai3. Al suo fianco dal 2013 come capo progetto della trasmissione, nonché Commissioning Editor ai pitch italiani e internazionali, Fabio Mancini – un passato tra Tg1, 'Storie Maledette' e RaiSat - che qui ci racconta le scelte editoriali e il lavoro alla base di ogni stagione, anticipando alcuni titoli dei 12 appuntamenti della nuova serie. In onda, giovedì in seconda serata, dal 22 giugno al 7 settembre.

Scovarli e promuoverli, poi selezionarli e... attenderli

«Sono capo progetto dal 2013», ricorda Mancini, spiegando che più che di un programma, per Doc3 è giusto parlare di «uno slot dedicato ai documentari narrativi italiani e internazionali con focus su società e diritti umani».

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Inoltre Mancini è Commissioning Editor: «Questo significa che rappresento Doc3 e la Rete ai pitch e ai forum in Italia e all'estero: l'Idfa di Amsterdam a novembre; Toronto a maggio; Sheffield, il più sperimentale, a giugno; come anche i nostri: il Festival dei Popoli di Firenze in ottobre; il Mia Market di Roma a settembre o il Biografilm di Bologna a giugno. Da una manciata di anni, il mondo del documentario sta diventando più 'prepotente' dal punto di vista sia commerciale che economico. Così questi appuntamenti divengono sempre più importanti: vi partecipano grandi broadcaster, come ad esempio Hbo o Arté, e c'è anche un buon businessi, come un milione di dollari per finanziare un singolo lavoro. Si tratta generalmente di festival con documentari in concorso e poi due/tre giorni di pitch, dove vengono presentati una ventina di lavori in fase di realizzazione, attraverso un trailer e un primo adattamento. E noi diamo il nostro interesse iniziale e alcuni consigli, quando non si parla di vere e proprie coproduzioni dove allora i lavori vengono costruiti di concerto con l'autore. Entriamo nel progetto portando la nostra competenza e professionalità, la sensibilità italiana è molto particolare e apprezzata. Poi segue tutta la parte contrattuale ed economica, che non sono io a gestire. C'è una gran opera di selezione alla base della messa in onda. Per i 12 che ne trasmettiamo ogni stagione, ne vedo almeno 250 prima di comporre lo slot assieme ad Annamaria Catricalà. E poi spesso ci sono tempi in contrasto tra loro. Per alcuni lavori presentati ai festival in novembre occorre aspettare anche due anni prima che siano terminati. Arriviamo spesso a filo della messa in onda nell'attesa. C'è una parte del lavoro che è fatta di pazienza e speranza. È un lavoro a imbuto, guidato dalla scelta di tematiche, protagonisti e linea narrativa... Nell'insieme i documentari che scegliamo compongono un quadro variegato, ma hanno un senso unitario profondo. Vanno visti anche nel loro insieme di narrazione di programma».

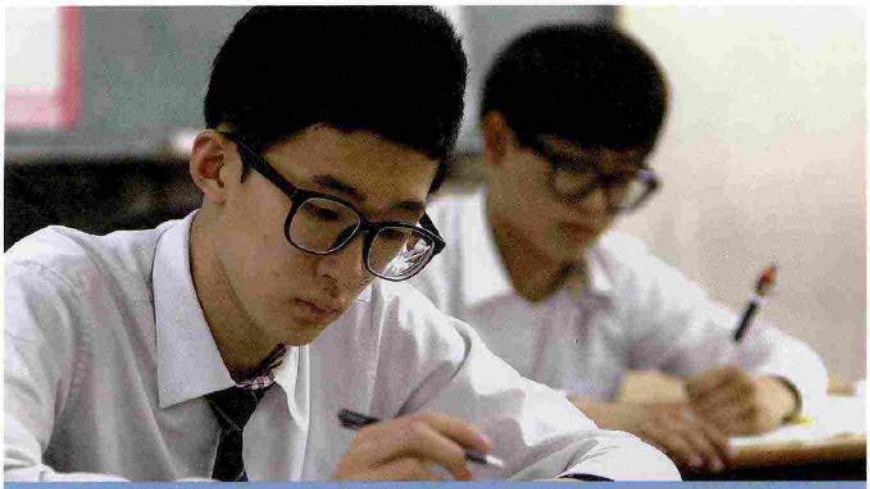


Un frammento del documentario 'Singing Ungry Birds', Corea del Sud

Inserirli, promuoverli, organizzarli e presentarli

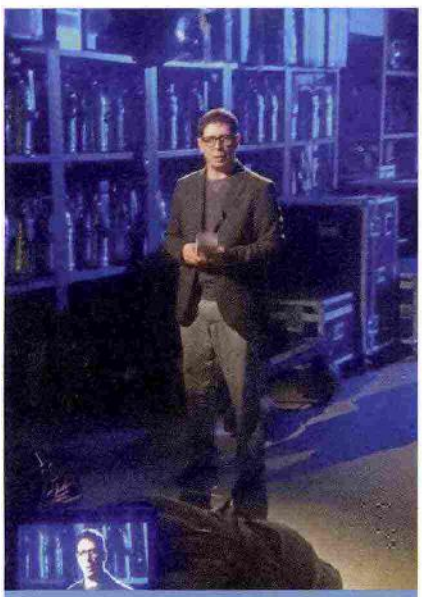
«Rai3 è già per scelta la rete del racconto del reale, lo si può vedere quotidianamente. Questo è il suo impegno nelle diverse fasce orarie e programmi, dalla geopolitica alle finestre sul patrimonio storico culturale, in ambito nazionale o internazionale, questa è la sua vocazione. E Doc3 come racconto del reale contemporaneo non può che esser congruo con gli interessi della rete. Lo è per eccellenza. Tanto più che ora il documentario è diventato una comunicazione molto importante anche per il pubblico mainstream, un po' per lo sdoganamento nei cinema e un po' per la spinta che hanno dato i nostri più grandi competitor. A Doc3 solitamente non teniamo una percentuale fissa di lavori italiani e internazionali. Capita forse che meno della metà dei documentari trasmessi siano italiani. Ma il documentario in questo periodo in Italia sta attraversando un momento molto interessante. Vuoi per l'eccezionale apporto delle Film Commissions. Vuoi per la nuova generazione di autori che si sta facendo avanti. Per l'interesse dei Broadcaster. Per l'evoluzione tecnologica che ha consentito un racconto del reale più leggero con un nuovo alfabeto e senza togliere qualità. Nel 2017, prima di partire con la stagione estiva da giugno a settembre, abbiamo avuto tre messe in onda speciali. Tra cui '87 ore' di Costanza Quatriglio, che è la storia di un maestro di scuola pugliese morto durante un trattamento sanitario obbligatorio, ripresa dalle telecamere di sorveglianza e raccontata in maniera autoriale grazie al montaggio dalla regista. Quindi, 'Il cuore oscuro dell'Europa' del fotografo Giovanni Troilo: un film corale che prende a protagonista la città di Charleroi, quasi un trattato politico sull'Europa, molto contrastato e per così dire musicale. Da quest'anno comunque abbiamo introdotto (o meglio reintrodotto visto che inizialmente c'erano state) le presentazioni dei documentari in onda. Una breve introduzione che faccio io per aiutare lo spettatore a contestualizzare il tema e capire il luogo dell'azione, con piccole note di regia e produzione che ne facilitino la fruizione. Vogliamo creare una

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



Il film coreano 'Reach for the sky' del 2015

visione ancora più verticale di quanto abbiamo selezionato nella stagione. Doc3 ha sempre scelto una linea editoriale morbida, con personaggi forti che attraverso le loro vicende raccontassero una storia più grande. Sempre colori sociali molto accesi, ma dove il disagio e la guerra, per esempio, facessero da sfondo a una storia personale. Con una narrazione capace così di andare più a fondo e lasciar da parte il pregiudizio, per arrivare anche laddove non ci si immaginava».



Fabio Mancini in studio. Doc3 è in onda fino al 7 settembre

In onda quest'estate

«Nei dodici appuntamenti che trasmettiamo per questa nuova stagione estiva, giovedì in seconda serata, dal 22 giugno al 7 settembre, ci sono ottimi titoli», rivela infine Fabio Mancini. 'Last men in Aleppo' di Firas Fayyad e Steen Johannessen (Germania, 2016), presentato al Sundance Film Festival, è la storia di un gruppo di caschi bianchi rimasti a vivere e a lavorare ad Aleppo tra mille difficoltà, dove l'ambulanza si ferma di continuo per un guasto e si è costretti a scavare con le mani. Una città rumorosa in cui il lavoro dell'audio-designer rende tutto ancora più apprezzabile e vero, conferendo al suono un ruolo emozionante al pari della narrazione. Qui la geopolitica e le storie individuali si mescolano e si scopre l'importanza anche di un piccolo pesce rosso come simbolo della rinascita del Paese. 'Singing with Angry Birds' di Hyewon Jee (Corea del Sud, 2016), già Premio Idfa, racconta di un tenore coreano e del suo coro di bambini in un posto inenarrabile dove è difficile esser piccoli ma in cui c'è spazio per trovare la bellezza in un finale molto commovente, dove bimbi e genitori cantano assieme. Su 'Prison Sister' di Nima Sarvestani (Svezia, 2016), già vincitore di un Emmy Award, Mancini dice: «Lo avevo visto a Malmo quando era solo una pagina scritta e un trailer. Abbiamo dovuto attendere quasi due anni per averlo. È come fosse la seconda puntata di 'No Burqas Behind Bars', dello stesso regista, in cui due donne afgane in carcere diventavano amiche. Qui, una delle due è uscita e ha raggiunto l'Europa, accolta a casa del regista, dove impara ad andare in bicicletta, usa il cellulare e va addirittura al Gay Pride. Mentre è giallo per la sorte dell'amica ancora imprigionata in Afghanistan e probabilmente uccisa dai talebani».

Colpisce anche 'Reach for the Sky' di Steven Dhoedt e Wooyoung Choi (Belgio/Corea del Sud, 2015), un film coreano sugli esami di ammissione all'Università. «Il doc racconta di una settimana in cui tutto il Paese di ferma in attesa che una generazione possa accedere all'istruzione superiore. I testi d'esame sono scortati dalla Polizia, la preparazione è ossessiva ed essere o non essere ammessi è il discrimine tra una vita difficile e una ricca di opportunità. Un passaggio che mostra tutto il relativismo culturale della nostra società». 'Primo Movimento' di Francesco Matera e Lorenzo Scoles (Italia, 2017), invece, mette a fuoco l'esperienza della prestigiosa Orchestra Giovanile di Fiesole. «Qui in primo piano c'è la passione per la musica mentre sottotraccia scorre la vita di questi diciottenni con le loro aspirazioni e debolezze. Prima la musica da solista, e ora il dover trovare un posto assieme agli altri. C'è piaciuta la metafora. Proprio questo è Doc3: le mille sfumature diverse di una storia». ●

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

SEZIONI | EDIZIONI LOCALI | CORRIERE TV | ARCHIVIO | SERVIZI | CERCA | LOGIN | SCOPRI | SOTTOSCRIVI



CORRIERE DELLA SERA
la Lettura

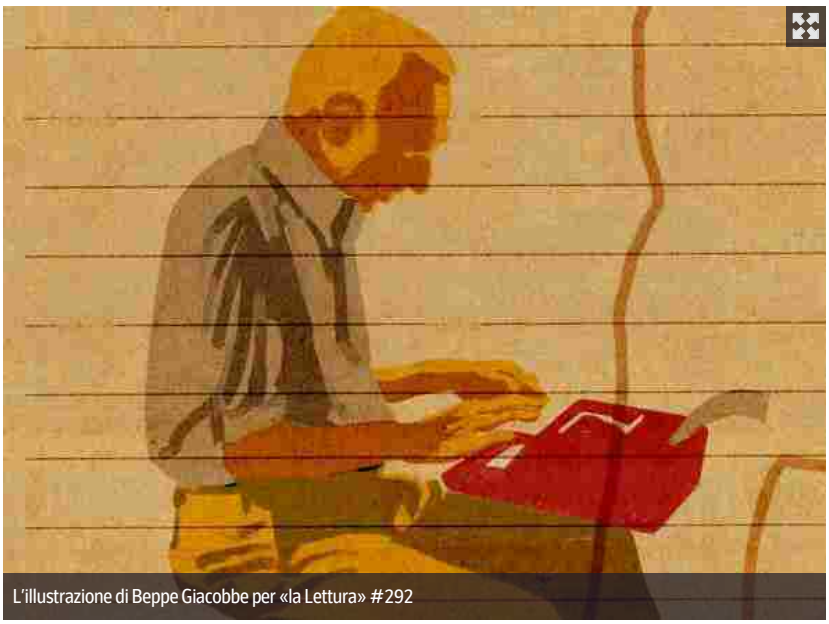
eni eniday.com

IN EDICOLA FINO A SABATO 8 LUGLIO

I racconti e i reportage degli scrittori nel nuovo numero de «la Lettura» Diteci sui social il #librodellestate

Il supplemento si apre con Missiroli, Veronesi e Covacich e si chiude con Ferracuti

di SEVERINO COLOMBO



L'illustrazione di Beppe Giacobbe per «la Lettura» #292

L'estate è fatta per leggere, viaggiare e rilassarsi: un proposito che trova d'accordo molti. Per farne esperienza diretta basta aprire e sfogliare il nuovo numero de «la Lettura», in edicola fino a sabato 8 luglio. Le prime sei pagine del supplemento culturale del «Corriere» hanno un profilo letterario, ospitano infatti i racconti di tre scrittori: Marco Missiroli, che si occupa del mestiere di





Dal sole, ma anche dal mare: l'energia per un futuro green

di ENI



CORRIERE DELLA SERA

LA SENTENZA

Charlie, sentenza che divide: «Prevale la tutela del bimbo»

di Claudio Del Frate

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

scrivere, tenendo presenti le lezioni di Melville e Faulkner; Sandro Veronesi, che esplora la profondità del rapporto tra uno scrittore e la madre malata; e Mauro Covacich, con il nono episodio delle sue storie di «intimità pubblica» (il racconto di Veronesi e quello di Covacich saranno letti dagli stessi autori alla rassegna «La Milanesiana», ideata e diretta da Elisabetta Sgarbi, in corso a Milano).



La copertina del numero #292, opera di Massimiliano Fuksas

La narrazione è protagonista anche nelle cinque pagine che chiudono il numero de «la Lettura», che accolgono il reportage di un altro scrittore, Angelo Ferracuti (accompagnato dalle fotografie di Giovanni Marrozzini»): racconta il viaggio nel cuore dell'Amazzonia brasiliana, nel villaggio di Rokoari dove vivono le ultime tribù indigene degli Yanomami. Altri contributi di scrittori sono quelli di Cristiano Cavina su un giallo dimenticato di David Handler; di Demetrio Paolin sui limiti dei programmi scolastici; e di Teresa Ciabatti sulla nuova raccolta dell'intellettuale americana Joan Didion, *Nel paese del Re pescatore* (il Saggiatore), che esce il 6 luglio. Lettura fa rima con estate anche nell'articolo di Ida Bozzi che è andata alla ricerca, tra classici e nuovi arrivi sugli scaffali, dei libri che celebrano la fertile stagione calda, da Pavese a Cox.


Marco MIssiroli (Rimini, 1981)

Quanto al viaggiare le pagine della visualizzazione — che questa settimana è stata realizzata da Nicolas Vargas dell'ufficio infografico del «Corriere della Sera» — possono essere un prezioso vademecum per gite e viaggi: il gioco è stato, prese in considerazione le principali città del mondo, tracciare un cerchio con un raggio di 250 chilometri e scoprire quanti siti Unesco rientravano in quell'area, raggiungibili in un'ideale «gita fuoriporta»: vince Bruxelles che si conferma cuore dell'Europa, da lì sono raggiungibili 35 mete con tesori culturali e naturalistici; seconda è Milano; terze, a pari merito, Gerusalemme e Parigi. I temi del viaggio e dell'estate si sposano nel *Cartellone* delle mostre, dodici proposte in Italia e nel mondo, che in questo numero ha un carattere tematico: Stefano Bucci ha



IL PERSONAGGIO

Caccia a Johnny Lo Zingaro: detenuto in semilibertà non si presenta a lavoro | Video



PROCESSO D'APPELLO A BRESCIA

Yara, chiesta la conferma dell'ergastolo per Bossetti

di Redazione Bergamo



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

selezionato esposizioni con l'acqua come filo conduttore e come soggetto delle opere.


Sandro Veronesi (Firenze, 1959)

L'arte, in ogni stagione, può essere un'esperienza stimolante o rilassante. A suggerire la prima strada è il regista Peter Greenaway: i quadri «sono tutte testimonianze che ci aiutano a guardare e a vedere. E a vivere». Così scrive in un articolo su «la Lettura» a proposito dell'arte di Giancarlo Vitali. Greenaway ha curato l'installazione che a Casa Manzoni a Milano dialoga con i lavori di Vitali (di cui scrive sull'inserto Gianluigi Colin). La mostra, in 4 sedi, di Giancarlo Vitali è curata dal figlio Velasco. A suggerire, invece, un approccio rilassato all'arte con perfino la possibilità di farsi un sonnellino al museo, è la neuroscienziata Tedi Asher, assunta da un'istituzione americana per studiare come ottimizzare la fruizione delle opere: secondo la studiosa, intervistata da Roberta Scorranese, ogni museo dovrebbe prevedere per il visitatore la possibilità sul posto di riposare.


Mauro Covacich (Trieste, 1965)

Il supplemento culturale del «Corriere» dà inoltre conto di esperienze formative legate allo storytelling e alla coreografia, raccontate rispettivamente da Cecilia Bressanelli e Valeria Crippa. Il progetto *Racconti Script Lab* ha visto sceneggiatori italiani e tedeschi confrontarsi in una località vicino a Bolzano per lavorare alla creazione di storie *low cost* che durante la prossima edizione del Mia-Mercato internazionale dell'audiovisivo (in ottobre a Roma) proveranno a trovare produttori; mentre, sul fronte della danza, le esperienze delle newyorkesi School of American Ballet e The Ailey School segnano il superamento di barriere stilistiche del passato e le opportunità anche per talenti giovani e giovanissimi. Infine, Stefano Montefiori ha intervistato Neil Conti, batterista dei Prefab Sprout, che ha suonato poi con David Bowie e Mick Jagger.

30 giugno 2017 (modifica il 30 giugno 2017 | 21:01)
© RIPRODUZIONE RISERVATA

SEGUI CORRIERE SU FACEBOOK Mi piace 2,4 mln

TI POTREBBERO INTERESSARE

Raccomandato da Outbrain


SPONSOR
Un giorno ideale a New York. Segua i consigli di viaggio di...
(#FOLLOWMYDAY)


SPONSOR
Qual è la prima immagine che vedi? La risposta rivela la tua...
(SOCIAL EXCITE)


SPONSOR
Surroga mutuo? Con Ubi Banca TAN fisso da 1.50% e TAEG da...
(UBI BANCA)



TORINO

Defilippi: «Sono io l'autore del delitto Rosboch» | Foto

di Elisa Sola

A FIL DI RETE

Il coraggio di Ilaria e la sua sfida agli insulti sul web

di Aldo Grasso



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Festa Roma: da Lynch a Dolan e Redgrave



Premio alla Carriera a David Lynch, protagonista di un incontro con il pubblico, incontri ravvicinati con Ian McKellen, Xavier Dolan, Chuck Palahniuk e Vanessa Redgrave. Mentre tra i titoli annunciati LOGAN LUCKY di Steven Soderbergh e NYsferatu di Andrea Mastrovito, evento speciale fra cinema e musica, ovvero film animato (30.000 disegni bianco e nero ispirati al film di Murnau). Questi alcuni degli avvenimenti della prossima Festa di Roma (26 ottobre - 5 novembre), la dodicesima, annunciati oggi dal direttore artistico Antonio Monda e da Piera Detassis, presidente delle Fondazione Cinema per Roma.

Tra le altre cose in programma per la manifestazione, che manterrà un budget di circa 6,4 mln di euro, una retrospettiva, il restauro di tre grandi opere del nostro cinema, un'installazione di arte contemporanea e, infine, un convegno sulla critica internazionale. Il programma completo sarà annunciato nel corso di una conferenza stampa che si terrà martedì 10 ottobre.

La Selezione Ufficiale comprenderà poi circa 35 lungometraggi compreso LOGAN LUCKY di Soderbergh, film corale che rievoca circostanze e temi della trilogia di "Ocean" con un cast composto da Channing Tatum, Adam Driver, Riley Keough, Daniel Craig, Seth MacFarlane, Katie Holmes, Hilary Swank, Katherine Waterston e Sebastian Stan. 'La scuola italiana' è invece il titolo della retrospettiva, curata da Mario Sesti, che cercherà di mettere in luce, indagare e approfondire il lavoro, spesso meno noto, di alcuni grandi professionisti - dai direttori della fotografia ai montatori, dagli scenografi ai costumisti . Sul fronte restauri ci saranno DILLINGER È MORTO di Marco Ferreri, MISERIA E NOBILTÀ di Mario Mattoli e SACCO E VANZETTI di Giuliano Montaldo.

Torna anche la critica internazionale con alcune grandi firme del giornalismo come A.O. Scott (The New York Times) e Justin Chang (Los Angeles Times) in un dibattito al quale parteciperà la storica del cinema Annette Insdorf.

Per quanto riguarda quest'anno il budget della Camera di commercio, uno dei soci della Fondazione Cinema per Roma, (passato da 800mila a 100mila) spiega Monda:"i 700mila mancanti sono già stati quasi totalmente recuperati grazie a tagli lineari e alla ricerca di nuovi sponsor".

Quest'anno infine il MIA, il mercato dell'audiovisivo, non si terrà insieme alla Festa di Roma, ma organizzato e attuato da ANICA (Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive Multimediali) e APT (Associazione Produttori Televisivi) con il sostegno di MISE, MIBACT, ICE, Regione Lazio è previsto dal 19 al 23 ottobre. Spiega Monda che il fatto che quest'anno la Fondazione Cinema per Roma non è coinvolta nella produzione e organizzazione del MIA è "solo un problema di date.



LOGIN
[Login / Registrazione]

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Il prossimo anno potrebbe non essere così, visto che nel 2018 le date collimeranno. La Festa di Roma si terrà infatti dal 18 al 28 ottobre".

NottolaSera

Copyright © ETIP Srl

Via Valadier 51/a 00193 Roma

P.I. 01458141007 C.F. 05864060586 etip@legalmail.it Ufficio Registro di Roma n. 5786/82 capitale sociale Euro 10.300,00 i.v.

Realizzato da RomaOnline

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

CORRIERE DELLA SERA

Data 01-07-2017
Pagina 39
Foglio 1 / 2

In edicola Il supplemento si apre con Missiroli, Veronesi e Covacich, si chiude con Ferracuti

I racconti e i reportage degli scrittori nel nuovo numero de «la Lettura»

di **Severino Colombo**

L'estate è fatta per leggere, viaggiare e rilassarsi: un proposito che trova d'accordo molti. Per farne esperienza diretta basta aprire e sfogliare il nuovo numero de «la Lettura», in edicola fino a sabato 8 luglio. Le prime sei pagine del supplemento culturale del «Corriere» hanno un profilo letterario, ospitano infatti i racconti di tre scrittori: Marco Missiroli, che si occupa del mestiere di scrivere, tenendo presenti le lezioni di Melville e Faulkner; Sandro Veronesi, che esplora la profondità del rapporto tra uno scrittore e la madre malata; e Mauro Covacich, con il nono episodio delle sue storie di «intimità pubblica» (il racconto di Veronesi e quello di Covacich saranno letti dagli stessi autori alla rassegna «La Milanesiana», ideata e diretta da Elisabetta Sgarbi, in corso a Milano).

La narrazione è protagonista anche nelle cinque pagine che chiudono il numero de «la Lettura», che accolgono il reportage di un altro scrittore, Angelo Ferracuti (accompagnato dalle fotografie di Giovanni Marrozzini): racconta un viaggio nel cuore dell'Amazzonia brasiliana, nel villaggio di Rokoari dove vivono gli indigeni Yanomami. Altri contributi di scrittori sono quelli di Cristiano Cavina su un giallo dimenticato di David Handler; di Demetrio Paolin sui limiti dei programmi scolastici; e di Teresa Ciabatti sulla nuova raccolta dell'intellettuale americana Joan Didion, *Nel paese del Re pescatore* (il Saggiatore), che esce il 6 luglio. Lettura fa rima con estate anche nell'articolo di Ida Bozzi che è andata alla ricerca, tra classici e nuovi arrivi sugli scaffali, dei libri che celebrano la fertile stagione calda, da Pavese a Cox.

Quanto al viaggiare le pagine della visualizzazione — che questa settimana è stata realizzata da Nicolas Vargas dell'ufficio infografico del «Corriere della Sera» — possono essere un prezioso vademecum per gite e viaggi: il gioco è stato, prese in considerazione le principali città del mondo, tracciare un cerchio con un raggio di 250 chilometri e scoprire quanti siti Unesco rientravano in quell'area, raggiungibili in un'ideale «gita fuoriporta»: vince Bruxelles che si conferma cuore dell'Europa, da lì sono raggiungibili 35 mete con tesori culturali e naturalistici; seconda è Milano; terze, a pari merito, Gerusalemme e Parigi. I temi del viaggio e dell'estate si sposano nel *Cartellone* delle mostre, dodici proposte in Italia e nel mondo, che in questo numero ha un carattere tematico: Stefano Bucci ha selezionato esposizioni con l'acqua come filo conduttore e come soggetto delle opere.

L'arte, in ogni stagione, può essere un'esperienza stimolante o rilassante. A suggerire la prima strada è il regista Peter Greenaway: i quadri «sono tutte testimonianze che ci aiutano a guardare e a vedere. E a vivere». Così scrive in un articolo su «la Lettura» a proposito dell'arte di Giancarlo Vitali. Greenaway ha curato l'installazione che a Casa Manzoni a Milano dialoga con i lavori di Vitali (di cui scrive sull'inserto Gianluigi Colin). La mostra, in 4 sedi, di Giancarlo Vitali è curata dal figlio Velasco. A suggerire, invece, un approccio rilassato all'arte con perfino la possibilità di farsi un sonnellino al museo, è la neuroscienziata Tedi Asher, assunta da un'istituzione americana per studiare come ottimizzare la fruizione delle opere: secondo la studiosa, intervistata da Roberta Scorranese, ogni museo dovrebbe prevedere per il visitatore la possibilità sul posto di riposare.

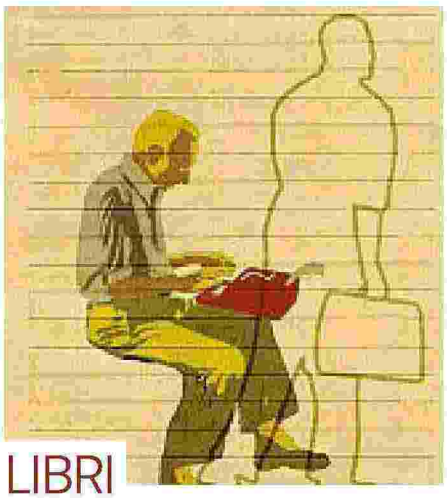
Il supplemento culturale del «Corriere» dà inoltre conto di esperienze formative legate allo storytelling e alla coreografia, raccontate rispettivamente da Cecilia Bressanelli e Valeria Crippa. Il progetto *Racconti Script Lab* ha visto sceneggiatori italiani e tedeschi confrontarsi in una località vicino a Bolzano per lavorare alla creazione di storie *low cost* che durante la prossima edizione del Mia-Mercato internazionale dell'audiovisivo (in ottobre a Roma) proveranno a trovare produttori; mentre, sul fronte della danza, le esperienze delle newyorkesi School of American Ballet e The Ailey School segnano il superamento di barriere stilistiche del passato e le opportunità anche per talenti giovani e giovanissimi. Infine, Stefano Montefiori ha intervistato Neil Conti, batterista dei Prefab Sprout, che ha suonato poi con David Bowie e Mick Jagger.



Copertina d'artista
L'opera che apre il nuovo numero, il #292, de «la Lettura» è stata realizzata dall'architetto Massimiliano Fuksas

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Nel segno della narrativa
Storie e recensioni delle firme dell'inserto



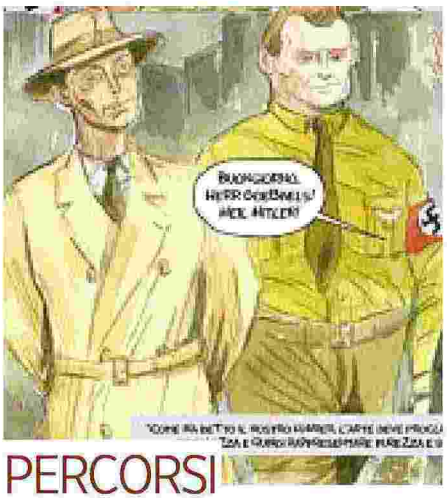
LIBRI

Genealogie
La mostra sul pittore Giancarlo Vitali curata a Milano dal figlio Velasco



SGUARDI

Arte degenerata
Graphic novel a 80 anni dalla mostra nazista



PERCORSI

Online

● Il numero #292 de «la Lettura» sarà in edicola fino a sabato 8 luglio. Dialogo sui social network con gli hashtag *#librodellestate* e il consueto *#vivalalettura*. I lettori possono indicare il libro che stanno leggendo, che porteranno in vacanza o che secondo loro sarà il titolo dell'estate 2017

● Fotografie e post possono essere pubblicati sugli account: @La_Lettura su Twitter, @la_lettura su Instagram e anche su Facebook, (@LaLettura Corriere)

● Sotto, dall'alto, gli scrittori Marco Missiroli (Rimini, 1981), Sandro Veronesi (Firenze, 1959) e Mauro Covacich (Trieste, 1965).







I loro racconti aprono «la Lettura» #292. I testi di Veronesi e Covacich saranno letti a «La Milanesiana», ideata e diretta da Elisabetta Sgarbi



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Competitività ad alta densità digitale

BLOG

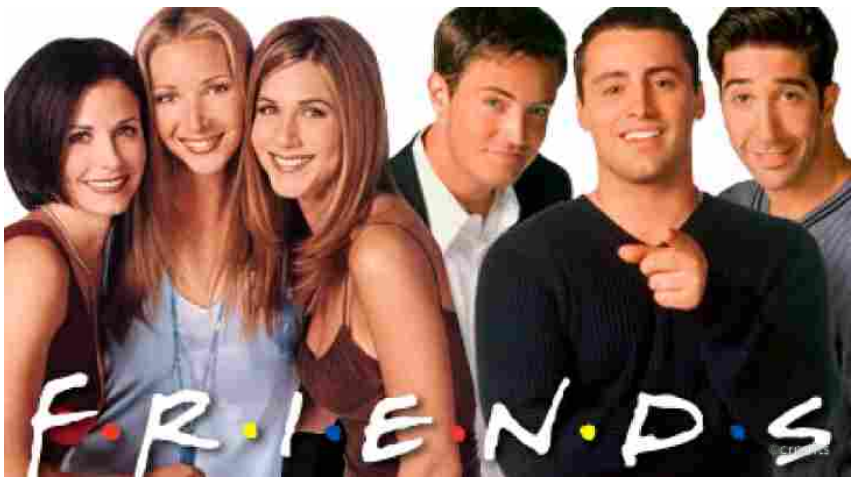
In cerca di idee

In questo blog, si trovano notizie, interviste e commenti su temi di attualità nei mondi della cultura, dell'economia e dell'innovazione, con riferimenti anche ai temi della tecnologia e della scienza.

– di **Gabriele Caramellino**

Indica un intervallo di date:

Dal _____ Al _____ Cerca



Un altro tuffo nella storia dell'immaginario televisivo: questa volta, gli anni Novanta (e in più, uno sguardo al futuro degli audiovisivi)

4 luglio 2017 Gabriele Caramellino

business, cinema, creatività, cultura, cultura internazionale, dal mondo, documentari, foto home page, Innovazione, Libri, media, Musica, opinioni brevi, prima pagina, società, Sport, tecnologia, Televisione, video, videogames, Web/Tecnologia

BIO BLOGGER



Gabriele Caramellino
Nato a Roma, 1980. Autore e scrittore freelance. Curatore del libro "Italo Globali. Viaggio nell'Italia che vive al ritmo del mondo" (Lupetti editore, Bologna 2014). Mi occupo principalmente [...]

ARCHIVIO POST

POST RECENTI

4 luglio 2017
Un altro tuffo nella storia dell'immaginario televisivo: questa volta, gli anni Novanta (e in più, uno sguardo al futuro degli audiovisivi)

3 luglio 2017
La musica e la vita, con l'approccio di Massimo Cotto

3 luglio 2017
Tre ragazzi in bicicletta, alla (ri)scoperta dell'Italia agricola

SEGUI ANCHE SU

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Nell'immagine: gli attori protagonisti della serie televisiva statunitense *Friends* (1994 – 2004). Da sinistra: Courtney Cox (interprete del personaggio di Monica Geller), Lisa Kudrow (interprete del personaggio di Phoebe Buffay), Jennifer Aniston (interprete del personaggio di Rachel Green), Matthew Perry (interprete del personaggio di Chandler Bing), Matt LeBlanc (interprete del personaggio di Joey Tribbiani), David Schwimmer (interprete del personaggio di Ross Geller).

A metà maggio di quest'anno, ho pubblicato un post, su questo NòvaBlog, dedicato all'immaginario televisivo degli anni Ottanta, accennando, nel finale del post, ad alcune notizie di attualità nel mondo degli audiovisivi.

Nel frattempo, mi sono reso conto che quel post vi ha fatto brillare gli occhi (smile).

In questa calda giornata romana di inizio luglio, provo dunque a ricreare quella magia (smile).

Scrivendo del decennio successivo, per poi passare a news di questi giorni relative al settore televisivo e cinematografico.

Dunque: **gli anni Novanta. A riguardarli oggi, non sono stati poi così male, considerando i problemi (giganteschi) che sarebbero arrivati, in Italia e nel mondo, nei decenni successivi.**

Sicuramente, **i Novanta ereditarono l'energia degli anni Ottanta, e in più furono gli anni del *cool* e della pienezza della cultura *pop*.**

Fra le molte immagini che avrebbero potuto aprire questo post, ho scelto i protagonisti della **sitcom *Friends***. Per quelli della mia generazione (i nati attorno al 1980), non c'è bisogno di spiegazioni (smile). Per coloro che non conoscessero *Friends*, si può dire che sia stato uno dei successi televisivi globali dei 90s: la storia si basava su sei amici, trentenni a New York, che avevano trovato nell'amicizia un "sostituto" della famiglia d'origine, e si aiutavano a vicenda nell'affrontare la vita, con esiti comici.

In quegli anni, peraltro, arrivarono sugli schermi televisivi molte produzioni USA che si rivelarono **successi internazionali: *Beverly Hills 90210*, *Baywatch*, *X – Files*, *Willy – Il Principe di Bel Air***, soltanto per citarne alcune.

FACEBOOK
italoglobali

RSS
Segui

I NOSTRI BLOG

ULTIMI TWEET
@sole24ore

4 minuti fa
Multinazionali sotto controllo fiscale Ue https://t.co/wXemDJAD7t https://t.co/lVTJELUyE4
Reply Retweet Favorite

36 minuti fa
Il premier Philippe promette di «disintossicare» la Francia dalla spesa pubblica https://t.co/dkgPoZYSUM https://t.co/a7mhW9Ozfa
Reply Retweet Favorite

circa 1 ora fa
Al via l'iter del Ddl https://t.co/aC6FRK399W https://t.co/q5xlbzs44t
Reply Retweet Favorite

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Al cinema, il film *Basic Instinct* fece scoprire (o riscoprire) sensazioni importanti a molte persone (smile), dando anche il successo a Sharon Stone (smile).

In **campo musicale**, ci furono tante sonorità: fu il decennio d'oro della musica *dance*, delle boy band, delle girl band, dei rapper americani della East Coast e della West Coast. Qualche nome ripescato nella memoria musicale *pop* di quegli anni: Oasis, Everything But The Girl, Mariah Carey, Take That, Spice Girls, R.E.M., Aerosmith, Bon Jovi, Lenny Kravitz, Jamiroquai, Red Hot Chili Peppers, Cranberries, Texas. In Italia, in quegli anni, due eventi musicali importanti erano il Festival di Sanremo e il Festivalbar, ed iniziavano ad affermarsi talenti musicali come Giorgia, Elisa, Irene Grandi, mentre Lorenzo "Jovanotti" Cherubini iniziava una lenta trasformazione da cantante a filosofo pop. Verso la fine del decennio, poi, si ballò anche la macarena (smile).

Sulla **tv italiana**, **Carlo Massarini**, con *Mediamente*, fu uno dei pionieri nello spiegare Internet e le nuove tecnologie agli italiani. In quel tempo, arrivarono sullo schermo televisivo altri talenti, come **Rosario Fiorello** (con il programma sul karaoke), **Corrado Guzzanti** (con il *Pippo Chennedy Show*), **Daniele Luttazzi** (con i personaggi interpretati in *Mai dire Gol*, uno dei programmi cult della tv italiana di quegli anni, nel quale apparvero anche altri personaggi – come lo stralunato agente sportivo *Micio*, interpretato da Claudio Bisio, che cercava di far passare per campioni di calcio dei giocatori che invece erano dei bidoni).

Masticando una Brooklyn ("la gomma del ponte") davanti alla tv, si potevano vedere anche **gli sportivi famosi dell'epoca**: ad esempio, Michael Jordan, che con i Chicago Bulls dominò la NBA di quegli anni (il campionato professionistico di basket negli Usa). Nel 1994, l'Italia arrivò in finale ai Mondiali di Calcio, negli Usa, e perse ai rigori contro il Brasile di Romario e Bebeto: vidi quella finale in Inghilterra (per vedere un'altra volta l'Italia in finale al Mondiale, ho dovuto aspettare dodici anni, ma nel 2006 andò meglio perché l'Italia vinse quel Mondiale, battendo ai rigori la Francia, smile). Durante i mesi invernali, gli italiani si interessavano allo sci per vedere cosa avrebbe combinato in gara Alberto Tomba. Nel campionato di calcio di serie A, erano gli anni del Milan allenato da Capello e della Juventus allenata da Lippi, mentre nell'Inter del presidente Moratti sbarcava il Fenomeno: Luís Nazário de Lima, detto Ronaldo. Nel tennis maschile, gli

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

statunitensi Pete Sampras e Andre Agassi davano vita ad una rivalità memorabile (come lo sarebbe stata, nel decennio successivo, quella tra Roger Federer e Rafael Nadal), mentre in quello femminile la tedesca Steffi Graf dominava gli Slam, e la carriera della serba Monica Seles veniva interrotta dall'aggressione di uno squilibrato. Ricordiamo anche il morso di Mike Tyson all'orecchio di Evander Holyfield nel match del campionato mondiale dei pesi massimi di boxe del 1997. Già, il 1997: in quell'anno morì Lady Diana, in circostanze controverse.

Nel **mondo della moda**, gli anni Novanta segnarono l'affermazione di *top model* come la tedesca Claudia Schiffer e l'italiana Monica Bellucci. Giorgio Armani, Elio Fiorucci (1935 – 2015), Valentino Garavani, Gianfranco Ferré (1944 – 2007) erano ancora i simboli della moda italiana, mentre Gianni Versace (1946 – 1997) fu assassinato. Nel corso dei Novanta, emersero Domenico Dolce e Stefano Gabbana fra gli stilisti italiani.

Uno dei **video games** più famosi del decennio fu *Tomb Raider*, nel quale l'archeologa Lara Croft si immergeva in avventure varie.

In quel decennio, iniziò ad arrivare nelle mani degli italiani un oggetto che avrebbe rivoluzionato le modalità di comunicazione: **il telefono portatile, che una quindicina di anni dopo sarebbe diventato lo *smartphone*.**

In **campo sociale e politico**, furono anni duri e complessi in Italia: Tangentopoli e le stragi di mafia segnarono quegli anni. L'ingresso in politica di Berlusconi determinò un cambiamento irreversibile nel modo di intendere e di fare la politica. Gli scontri ideologici toccarono momenti molto aspri. Nel frattempo, le luci della modernità – irradiate dalla televisione – erano ai massimi livelli, a livello sociale, culturale, economico. Furono gli anni dello splendore della tv e dei media generalisti. Qualcuno – come lo studioso di comunicazione Alberto Abruzzese – iniziava già ad interrogarsi sul destino del linguaggio audiovisivo.

Proprio negli anni Novanta – nel 1997 – nacque una azienda, a Los Gatos (California), che nel giro di vent'anni sarebbe riuscita a sorpassare la tv via cavo negli Usa: Netflix, fondata e guidata ancora oggi da Reed Hastings (oggi 57enne). Alla fine del primo trimestre 2017, Netflix ha superato la quota di 50 milioni di abbonati negli Stati Uniti, sorpassando per la prima volta la tradizionale tv via cavo (rimasta ferma a 48,6 milioni di abbonati). Attualmente, gli abbonati a Netflix sono circa 100

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

milioni: 50 negli Usa e 50 al di fuori degli States. Il trend (culturale e di business) che si sta evidenziando è dunque quello dell'accettazione del pagamento di un abbonamento per poter vedere film e serie tv con modalità differenti dalla fruizione tradizionale, sia negli Stati sia negli altri Paesi del mondo. **Netflix ha raggiunto il picco? L'azienda è quotata alla Borsa di New York, e lunedì 17 luglio 2017 è in calendario la prossima trimestrale, nella quale Hastings aggiornerà il mercato sull'andamento del business dell'azienda.**

Che il mondo degli audiovisivi sia in fermento in questi anni, è un dato di fatto. Con un doppio movimento: verso il futuro e verso il passato.

Ad esempio, ***Will & Grace*****, una brillante sitcom statunitense andata in onda fra il 1998 e il 2006, tornerà in tv: la rete televisiva NBC ha deciso di produrne una nuova stagione: sarà la nona, con dodici episodi. Il nuovo debutto negli Stati Uniti è previsto nell'autunno 2017, con cadenza settimanale, sulla NBC.** In Italia, mancano ancora conferme su quale network trasmetterà le nuove puntate. Nei nuovi episodi, torneranno tutti i protagonisti di *Will & Grace*: l'avvocato Will Truman (interpretato da Eric McCormack), la designer d'interni Grace Adler (Debra Messing), l'aspirante attore Jack McFarland (Sean Hayes) e la cinica Karen Walker (Megan Mullally).

Oltre ai revival, nelle produzioni tv ci possono essere anche gli **spin-offs** (che di solito prendono spunto da un personaggio che ha avuto successo in serie precedenti). *Joey*, ad esempio, è stato lo spin-off di *Friends*. E negli ultimi dieci anni, c'è stata una sitcom (a tema scientifico) che ha avuto un successo globale: *The Big Bang Theory*, ideata da Chuck Lorre. Pur trattandosi di una serie corale, il personaggio del fisico teorico Sheldon Cooper (interpretato da Jim Parsons) darà vita ad uno **spin-off: *Young Sheldon*, la nuova serie tv nata da *The Big Bang Theory,* prodotta dalla CBS. Jim Parsons, che interpreta Sheldon Cooper nella serie originale, sarà produttore esecutivo assieme a Chuck Lorre e allo showrunner Steve Molaro. La serie racconterà l'infanzia e l'adolescenza di Sheldon in Texas, con Iain Armitage ad interpretare il giovane Sheldon.**

Nel frattempo, una delle serie tv più interessanti degli ultimi anni è arrivata alla **quinta stagione: *Orange is the New Black***, prodotta da Netflix, racconta la vita delle detenute in un carcere femminile negli Stati Uniti. Si tratta di una narrazione ambientata all'interno

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

di una situazione "forte", che mostra **diversi lati dell'animo umano, con in più la complessità della psicologia femminile. In Italia, la quinta stagione è in onda dal 22 giugno 2017, il giovedì alle ore 21,15 sul canale *Mediaset Stories Premium*.**

Le serie tv di questi anni, d'altra parte, sono diventate un fenomeno con dei risvolti da approfondire (come il *binge watching*).

Jason Mittell, classe 1970, docente di Televisione, Cinema e Cultura Mediale al Middlebury College (Vermont, Usa) nel suo **libro *Complex TV. Teoria e tecnica dello storytelling delle serie tv*** (*Minimum Fax* editore, 2017, ed. or. *Complex TV: The Poetics of Contemporary Television Storytelling*, NYU Press, 2015) mostra come la **narrazione "complessa" delle serie tv di questa epoca sia differente da quella del passato**. Secondo Mittell, gli approcci della psicologia cognitiva sono pienamente compatibili con gli approcci culturali per poter analizzare le narrazioni televisive.

Il tema è, ovviamente, aperto a varie interpretazioni.

Un autore – di tv, documentari e show dal vivo – specializzato sulle produzioni audiovisive italiane e statunitensi è Luca Martera, che si occupa di questi temi da molti anni, sia come operatore di mercato sia come studioso.

Gli audiovisivi sono un **business sempre più globale:** ad esempio, nei giorni scorsi Facebook ha siglato un accordo con Fox Sports per trasmettere in diretta negli Usa dodici partite della prossima edizione della Champions League (il più importante torneo europeo di calcio per squadre di club).

Per coloro che sono interessati, a vario titolo, al **mercato televisivo, cinematografico, dei documentari**, un appuntamento da segnare in agenda è ***MIA – Mercato Internazionale dell'Audiovisivo*, in programma dal 19 al 23 ottobre 2017 a Roma.**

In Italia, **avvicinare il pubblico anagraficamente maturo della tv generalista al mondo del web e delle nuove tecnologie**, è una impresa che sembra molto ardita.

Ma ci sono **due tentativi in corso sul broadcaster pubblico italiano (la Rai).**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Tra maggio e giugno 2017, su **Rai 4** è andato in onda ***Kudos***, condotto da Giulia Arena (1994, Miss Italia 2013, modella e conduttrice televisiva) e Leonardo Decarli (1990, cantante, attore, speaker radiofonico e web star), con la collaborazione di Diletta Parlangeli (1984, giornalista professionista, scrive di tecnologia e spettacoli per *Wired Italia*, *Il Fatto Quotidiano*, *La Stampa*). ***Kudos* tornerà in onda su Rai 4 a settembre 2017 e continuerà ad indagare il mondo della Rete, con uno stile improntato all'*infotainment*.**

Complimenti per la connessione, invece, è una **"sitcom breve" che cerca di alfabetizzare gli italiani (soprattutto quelli meno avvezzi alle innovazioni) al mondo delle nuove tecnologie**. La serie ha esordito l'11 luglio 2016 su Rai 1, con venti puntate andate in onda fino al 5 agosto 2016. La produzione è targata *Lux Vide* (una casa di produzione televisiva italiana che da sempre ha una "special relationship" con la Rai per la creazione di contenuti audiovisivi educativi), in collaborazione con Rai Fiction.

La serie prende spunto dalla popolare serie tv italiana *Don Matteo* (prodotta anch'essa dalla Lux Vide). Alcuni degli attori che interpretano questa serie tv (tra i quali, il celebre Nino Frassica) recitano anche in *Complimenti per la connessione*, assieme ad altri attori, con **l'obiettivo di spiegare, in maniera comprensibile ai non addetti ai lavori, le funzionalità degli oggetti tecnologici e cosa si può fare con essi**.

La seconda serie di *Complimenti per la connessione* è iniziata lunedì 3 luglio 2017, e va in onda su Rai 1 alle ore 20,35 (durata: 6 minuti), dal lunedì al venerdì, per venti puntate. Regista: Valerio Bergesio, autore anche del soggetto di serie. Le singole puntate sono firmate da Nino Frassica (attore protagonista della serie), Fabio Morici e Marco Diotallevi. I temi delle prossime puntate sono: Binge Watching (4 luglio 2017), Smartwatch (5 luglio 2017), Scuola Digitale (6 luglio 2017), Assistente Vocale (7 luglio 2017).

E anche quest'altro tuffo è fatto (smile).

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

DailyMedia

Data 06-07-2017
Pagina 31
Foglio 1

Gli appuntamenti della settimana

OGGI

■ Consulenza e soluzioni a dimensione di brand. **Brandmade** (Trilud Group) ha registrato un progresso del 50% nel primo trimestre e invita la stampa, alle ore 11, in Via Ripamonti 137, a MILANO. R.S.V.P. agrandi@monginicomunicazione.com; 02.8375427; 340.3656905.

■ **Assemblea Generale di Confindustria Radio TV**, presso il Centro Congressi Tv2000, in Via Aurelia 796, a ROMA. Il tema: "Valorizzazione dei contenuti nell'evoluzione digitale dell'industria audiovisiva e radiofonica". Alle 10.45. Per info e accrediti: segreteria@confindustriaradiotv.it.

■ **Si svolge la presentazione dell'offerta Rai per l'autunno 2017**. A ROMA, presso Roma Convention Center La Nuvola, Viale Asia.

■ **La Federazione Italiana degli Editori di Giornali e la Federazione delle Relazioni Pubbliche Italiana** organizzano - nella sede della Fieg, in Via Piemonte 64, a ROMA -, alle 17:00, un incontro dedicato alle nuove modalità e interazioni dell'informazione e della comunicazione nell'ambiente digitale. Parteciperanno alla conversazione, dopo l'introduzione di Fabrizio Carotti, Direttore Generale Fieg: Daniele Chieffi, Consigliere Nazionale FERPI, Head of Digital PR Eni; Andrea Falessi, Direttore Comunicazione Italia ENEL; Paolo Iammatteo, Responsabile Comunicazione di Poste Italiane. Per info e accrediti: daneluz@fieg.it.

■ Conferenza stampa di presentazione della 47ª edizione del **Giffoni Film Festival** (14 - 22 luglio 2017). Alle ore 11, presso la Casa del Cinema di ROMA (Villa Borghese, Largo Mastroianni 1). Dopo i saluti del Direttore Generale per il Cinema del MiBACT, Nicola Borrelli, del presidente del Giffoni Experience, Piero Rinaldi, e del Sindaco di Giffoni Valle Piana, Antonio Giuliano, sarà il direttore Claudio Gubitosi a illustrare il programma del Giffoni 2017. Le conclusioni saranno affidate al Presidente della Regione Campania, Vincenzo De Luca. Per info e accrediti: 089.8023204, comunicazione@giffoniff.it.

■ Presentazione del libro **Il Crepuscolo dei Media**. Informazione, tecnologia e mercato, di Vittorio Meloni. Alle ore 18:30, presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore, Largo A. Gemelli 1, MILANO. Info: almed@unicatt.it.

DOMANI

■ Startup Grind Milano ospita **Adam D'Angelo, ceo&founder di Quora,** e ex direttore tecnico (cto) di Facebook, che racconterà la crescita dell'azienda e l'approdo nel mercato italiano. L'evento, moderato dal direttore di Startup Grind, Andrea Roberto Bifulco, si terrà alle 19:30 presso IQOS Embassy, in Foro Bonaparte 50, a MILANO, 20121. Informazioni: f.ielapi@bemedia.it.

LUNEDÌ 10 LUGLIO

■ **MIA**, Matching Excellence - Mercato Internazionale Audiovisivo - Cinema Tv Doc invita a una conferenza stampa, alle ore 11, presso l'Hotel Bernini Bristol - inPiazza Barberini 23, a ROMA. R.S.V.P. press@miamarket.it.

MERCOLEDÌ 12 LUGLIO

■ **Nintendo Showcase 2017**. In anteprima italiana, direttamente dall'E3 di Los Angeles, il nuovo Super Mario Odyssey e i nuovi titoli in arrivo per Nintendo Switch! L'Open Day si svolge dalle 10.30 alle 18.30 e dalle 10.30 alle 11.30, unica presentazione live on stage. Dalle 11.30 alle 18.30 hands-on. Presso Videogames Party Home, Viale Monte Nero 78. MILANO. R.S.V.P. Francesca.Prandoni@Nintendo.it - 039.6267129; elisatemperelli@hubcomm.net - 02.49542528.

■ Si svolge l'incontro dell'**IAA Italian Chapter**, alle 10:45, presso Copernico Milano Centrale, Via Copernico 83, a MILANO. Info: segreteria@iaaitalianchapter.it.

■ Conferenza stampa di presentazione dei **Palinsesti La7** 2017/2018, a MILANO, alle 11, presso il Four Seasons, in Via Gesù 6/8. R.S.V.P.: ufficiostampa@la7.it.

■ Are you ready to make your **Oath**? Alle 19:30, presso Triennale di MILANO, viale Alemagna 6. R.S.V.P. ENTRO 7 LUGLIO 2017 A: claudia@crcommunications.it.

GIOVEDÌ 13 LUGLIO

■ La **Fieg** ospita nella sua sede di ROMA (Via Piemonte 64), alle 17, l'incontro sul tema: "Stampa e Tv: la sfida digitale e i nuovi padroni della Rete", in occasione della presentazione del libro di Vittorio Meloni, "Il crepuscolo dei media", edito da Laterza. Introdurrà il Presidente della Fieg, Maurizio Costa. Ne parleranno, insieme all'autore: Mario Calabresi, Direttore de La Repubblica; Giuseppe Laterza, di Laterza Editori; Enrico Mentana, Direttore del TG La7; Giovanni Pitruzzella, Presidente AgCom. R.S.V.P. comunicazione@fieg.it.

■ Si tiene la presentazione del palinsesto di **Tv2000-InBlu Radio 2017-2018**; alle 18:30, presso Museo Diocesano, Corso di Porta Ticinese 95, MILANO. R.S.V.P. marketing-is@prsmediagroup.it.

MARTEDÌ 18 LUGLIO

■ Si svolge la presentazione del palinsesto **Tv2000-InBlu Radio 2017-2018**. Alle ore 19. Festa in giardino presso TV2000-Studio1, Via Aurelia 796, ROMA. R.S.V.P. ufficiostampa@tv2000.it e marketing-is@prsmediagroup.it



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

agenda

Oggi

■ **CONFINDUSTRIA RADIO TV**

Roma alle 10:45

Assemblea Generale di Confindustria Radio TV, presso il Centro Congressi Tv2000, in via Aurelia 796, ROMA. Il tema: "Valorizzazione dei contenuti nell'evoluzione digitale dell'industria audiovisiva e radiofonica". Alle 10.45. Per info e accrediti: segreteria@confindustriaradiotv.it. ■ **BRANDMADE**

Milano alle 11

Consulenza e soluzioni a dimensione di brand. **BRANDMADE** (Trilud Group) ha registrato il +50% nel primo trimestre e invita la stampa, alle 11, in via Ripamonti 137, a MILANO. R.S.V.P. agrandi@monginicomunicazione.com; 028375427; 3403656905.

■ **GIFFONI FILM FESTIVAL**

Roma alle 11

Conferenza stampa di presentazione della 47ma edizione del **Giffoni Film Festival** (14 - 22 luglio 2017). Alle ore 11, presso la Casa del Cinema di ROMA (Villa Borghese, Largo Mastroianni 1). Dopo i saluti del Direttore Generale per il Cinema del MiBACT Nicola Borrelli, del presidente del Giffoni Experience Piero Rinaldi e del sindaco di Giffoni Valle Piana Antonio Giuliano, sarà il direttore Claudio Gubitosi ad illustrare il programma del Giffoni 2017. Le conclusioni saranno affidate al Presidente della Regione Campania on. Vincenzo De Luca. Per info e accrediti: 089.8023204, comunicazione@giffoniff.it.

■ **PALINSESTI RAI**

Roma alle 17

Presentazione dell'offerta Rai per l'autunno 2017. A ROMA, presso Roma Convention Center La Nuvola, in Viale Asia.

■ **FIEG**

Roma alle 17

La Federazione Italiana degli Editori di Giornali e la Federazione delle Relazioni Pubbliche Italiana organizzano, nella sede della Fieg in via Piemonte 64 a ROMA, alle 17, un incontro dedicato alle nuove modalità e interazioni dell'informazione e della comunicazione nell'ambiente digitale. Parteciperanno alla conversazione, dopo l'introduzione di Fabrizio Carotti, Direttore Generale Fieg: Daniele Chieffi, Consigliere Nazionale FERPI, Head of Digital PR Eni; Andrea Falessi, Direttore Comunicazione Italia ENEL; Paolo Iammatteo, Responsabile Comunicazione Poste Italiane. Per info e accrediti: daneluz@fieg.it.

■ **IL CREPUSCOLO DEI MEDIA**

Milano alle 18:30

Presentazione del libro **Il Crepuscolo dei Media**. Informazione, tecnologia e mercato, di Vittorio Meloni. Alle 18:30, presso Università del Sacro Cuore, Largo A. Gemelli 1, MILANO. Info almed@unicatt.it.

Domani

■ **QUORA**

Milano alle 19:30

Startup Grind Milano ospiterà **Adam D'Angelo ceo&founder di Quora** e ex direttore tecnico (cto) di Facebook, che racconterà la crescita dell'azienda e l'approdo nel mercato italiano . L'evento, moderato dal direttore di Startup Grind Andrea Roberto Bifulco, si terrà alle 19:30 presso IQOS Embassy Foro Bonaparte 50 MILANO, 20121. Info: f.ielapi@bemedia.it.

Lunedì 10 luglio

■ **MIA**

Roma alle 11

MIA, Matching Excellence - Mercato Internazionale Audiovisivo - Cinema Tv Doc invita alla conferenza stampa alle 11 presso l'Hotel Bernini Bristol - Piazza Barberini, 23 ROMA. R.S.V.P. press@miamarket.it.

Mercoledì 12 luglio

■ **NINTENDO SHOWCASE 2017**

Milano dalle 10:30

Nintendo Showcase 2017. In anteprima italiana, direttamente dall'E3 di Los Angeles, il nuovo Super Mario Odyssey e i nuovi titoli in arrivo per Nintendo Switch! Open Day dalle 10.30 alle 18.30 e dalle 10.30 alle 11.30 unica presentazione live on stage. Dalle 11.30 alle 18.30 hands-on. Videogames Party Home Viale Monte Nero 78. MILANO. R.S.V.P. Francesca.Prandoni@Nintendo.it - 039.6267129; elisatemperelli@hubcomm.net – 02.49542528.

■ **IAA ITALIAN CHAPTER**

Milano dalle 10:30

Incontro **IAA Italian Chapter** alle 10:45 presso Copernico Milano Centrale, via Copernico 83 MILANO. Info: segreteria@iaaitalianchapter.it.

■ **PALINSESTI LA7**

Milano alle 11

Conferenza stampa di presentazione dei **Palinsesti La7** 2017/2018 a MILANO alle ore 11 presso il Fours Seasons, via Gesù, 6/8. R.S.V.P. : ufficiostampa@la7.it

■ **OATH**

Milano alle 11

Are you ready to make your **Oath**? Alle 19:30, presso Triennale di MILANO, viale Alemagna 6. R.S.V.P. ENTRO 7 LUGLIO 2017 A: claudia@crcommunications.it.

Giovedì 13 luglio

■ **FIEG**

Roma alle 17

La **FIEG** ospita nella sua sede di ROMA (Via Piemonte 64) alle 17, l'incontro sul tema: "Stampa e Tv: la sfida digitale e i nuovi padroni della Rete", in occasione della presentazione del libro di Vittorio Meloni, "Il crepuscolo dei media", edito da Laterza. Introdurrà il Presidente della Fieg, Maurizio Costa. Ne parleranno, con l'autore: Mario Calabresi, Direttore de La Repubblica; Giuseppe Laterza, Laterza Editori; Enrico Mentana, Direttore TG La7; Giovanni Pitruzzella, Presidente AGCM. R.S.V.P. comunicazione@fieg.it.

■ **TV2000-INBLU RADIO 2017-2018**

Milano alle 18:30

Invito presentazione palinsesto **Tv2000-InBlu Radio 2017-2018** alle 18:30 presso Museo Diocesano corso di Porta Ticinese 95 MILANO. R.S.V.P. marketing-is@prsmediagroup.it.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

OGGI

Startup Grind Milano ospiterà **Adam D'Angelo, ceo&founder di Quora** e ex direttore tecnico (cto) di Facebook, che racconterà la crescita dell'azienda e l'approdo nel mercato italiano. L'evento, moderato dal direttore di Startup Grind, Andrea Roberto Bifulco, si terrà alle 19:30, presso IQOS Embassy, Foro Bonaparte 50, a MILANO, 20121. Info: f.ielapi@bemedia.it.


DailyMedia
Il quotidiano della comunicazione
MBA
MBA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

TODAY Pubblicità Italia

Data 07-07-2017
Pagina 17
Foglio 1

Agenda dal 10 al 14 luglio

LUNEDÌ 10/7

[Roma]

Ore 11. Conferenza stampa MIA, Matching Excellence - Mercato Internazionale Audiovisivo - Cinema Tv Doc. Hotel Bernini Bristol - Piazza Barberini, 23. Per informazioni: press@miamarket.it

MARTEDÌ 11/7

[Milano]

Ore 9.30. Incontro Assocom: 'Le Gare nel mondo della comunicazione'. Talent Garden, Via Arcivescovo di Calabiana 6 Milano. Per le iscrizioni: eventbrite.it/e/biglietti-seminario-sulle-gare-nel-mondo-della-comunicazione-35564755140

MERCOLEDÌ 12/7

[Milano]

Ore 10.30. School of Management Politecnico Milano presenta il 2° Report italiano sul Crowdinvesting. Auditorium Testori, Palazzo Lombardia, piazza Città di Lombardia. Per informazioni: po@dicomunicazione.it

Ore 10.45. Incontro IAA Italian Chapter. Copernico Milano Centrale, via Copernico 83. per informazioni: segreteria@iaaitalianchapter.it

Ore 11. Conferenza stampa di presentazione dei palinsesti del network La7. Four Season Hotel, via Gesù 6/8.
Per informazioni: la7ufficiostampa@la7.it

Ore 19.30. Presentazione di Oath. Interviene Christina Lundari, general manager Oath Italy. Triennale di Milano, viale Alemagna 6. Per conferme: claudia@crcommunications.it

GIOVEDÌ 13/7

[Milano]

Ore 9. Think Digital, organizzato da GroupM e The European House Ambrosetti: un incontro per riflettere su come il cambiamento generato nelle imprese dalla rivoluzione digitale e tecnologica coinvolga la comunicazione, richiedendo ai vertici aziendali un radicale cambio di paradigma. SuperstudioPiù, via Tortona 27. Solo su invito. Per informazioni: Trentaquattro, tel. 02.20520038

Ore 11. Touring Club Italiano presenta la guida 'La Romea Strata - Vie di pellegrinaggio dal Nord-Est Italia verso Roma'. Sala Consiglio, corso Italia 10. Per informazioni: Ufficio stampa Touring Club Italiano, tel. 02.8526 214

Ore 11.30. Tv2000 e Inblu Radio presentano il palinsesto 2017/2018. Museo diocesano, corso di Porta Ticinese, 95.
Per informazioni: ufficiostampa@tv2000.it

Ore 12. Presentazione della quattordicesima edizione del festival della Mente che si terrà a Sarzana dall'1 al 3 settembre 2017. Triennale di Milano, sala Lab, viale Alemagna 6.
Per informazioni: Ufficio stampa Delos, tel. 02.8052151



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

agenda

Oggi

■ **QUORA**

Milano alle 19:30

Startup Grind Milano ospiterà **Adam D'Angelo ceo&founder di Quora** e ex direttore tecnico (cto) di Facebook, che racconterà la crescita dell'azienda e l'approdo nel mercato italiano . L'evento, moderato dal direttore di Startup Grind Andrea Roberto Bifulco, si terrà alle 19:30 presso IQOS Embassy Foro Bonaparte 50 MILANO, 20121. Info: f.ielapi@bemedia.it.

Lunedì 10 luglio

■ **MIA**

Roma alle 11

MIA, Matching Excellence - Mercato Internazionale Audiovisivo - Cinema Tv Doc invita alla conferenza stampa alle 11 presso l'Hotel Bernini Bristol - Piazza Barberini, 23 ROMA. R.S.V.P. press@miamarket.it.

Mercoledì 12 luglio

■ **NINTENDO SHOWCASE 2017**

Milano dalle 10:30

Nintendo Showcase 2017. In anteprima italiana, direttamente dall'E3 di Los Angeles, il nuovo Super Mario Odyssey e i nuovi titoli in arrivo per Nintendo Switch! Open Day dalle 10.30 alle 18.30 e dalle 10.30 alle 11.30 unica presentazione live on stage. Dalle 11.30 alle 18.30 hands-on. Videogames Party Home Viale Monte Nero 78. MILANO. R.S.V.P. Francesca.Prandoni@Nintendo.it - 039.6267129; elisatemperelli@hubcomm.net – 02.49542528.

■ **IAA ITALIAN CHAPTER**

Milano dalle 10:30

Incontro **IAA Italian Chapter** alle 10:45 presso Copernico Milano Centrale, via Copernico 83 MILANO. Info: segreteria@iaaitalianchapter.it.

■ **PALINSESTI LA7**

Milano alle 11

Conferenza stampa di presentazione dei **Palinsesti La7** 2017/2018 a MILANO alle ore 11 presso il Fours Seasons, via Gesù, 6/8. R.S.V.P. : ufficiostampa@la7.it

■ **OATH**

Milano alle 11

Are you ready to make your **Oath**? Alle 19:30, presso Triennale di MILANO, viale Alemagna 6. R.S.V.P. ENTRO 7 LUGLIO 2017 A: claudia@crcommunications.it.

Giovedì 13 luglio

■ **FIEG**

Roma alle 17

La **FIEG** ospita nella sua sede di ROMA (Via Piemonte 64) alle 17, l'incontro sul tema: "Stampa e Tv: la sfida digitale e i nuovi padroni della Rete", in occasione della presentazione del libro di Vittorio Meloni, "Il crepuscolo dei media", edito da Laterza. Introdurrà il Presidente della Fieg, Maurizio Costa. Ne parleranno, con l'autore: Mario Calabresi, Direttore de La Repubblica; Giuseppe Laterza, Laterza Editori; Enrico Mentana, Direttore TG La7; Giovanni Pitruzzella, Presidente AGCM. R.S.V.P. comunicazione@fieg.it.

■ **TV2000-INBLU RADIO 2017-2018**

Milano alle 18:30

Invito presentazione palinsesto **Tv2000-InBlu Radio 2017-2018** alle 18:30 presso Museo Diocesano corso di Porta Ticinese 95 MILANO. R.S.V.P. marketing-is@prsmediagroup.it.

Giovedì 18 luglio

■ **TV2000-INBLU RADIO 2017-2018**

Roma alle 19

Invito presentazione palinsesto **Tv2000-InBlu Radio 2017-2018**. Alle 19 Festa in giardino presso TV2000-Studio1, via Aurelia, 796, ROMA. R.S.V.P. ufficiostampa@tv2000.it e marketing-is@prsmediagroup.it



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Gli appuntamenti della settimana

OGGI

■ **MIA**, Matching Excellence - Mercato Internazionale Audiovisivo; Cinema Tv Doc invita alla conferenza stampa, alle ore 11, presso l'Hotel Bernini Bristol - in Piazza Barberini 23, a ROMA. R.S.V.P. press@miamarket.it.

MERCOLEDÌ 12 LUGLIO

■ **Nintendo Showcase 2017**. In anteprima italiana, direttamente dall'E3 di Los Angeles, il nuovo Super Mario Odyssey e i nuovi titoli in arrivo per Nintendo Switch! Open Day dalle 10.30 alle 18.30 e, dalle 10.30 alle 11.30, unica presentazione live on stage. Dalle ore 11.30 alle 18.30 hands-on. Videogames Party Home, in Viale Monte Nero 78, a MILANO. R.S.V.P. Francesca.Prandoni@Nintendo.it - 039.6267129; elisatemperelli@hubcomm.net – 02.49542528.

■ Si svolge l'ncontro dell'**IAA Italian Chapter**, alle 10:45, presso Copernico Milano Centrale, Via Copernico 83, MILANO. Info: segreteria@iaaitalianchapter.it.

■ Si tiene la conferenza stampa di presentazione dei **Palinsesti La7** 2017/2018, a MILANO, alle ore 11, presso il Four Seasons, in Via Gesù 6/8. R.S.V.P.: ufficiostampa@la7.it

■ Are you ready to make your **Oath**? Si tiene l'ppuntamento fissato alle ore 19:30, presso la Triennale di MILANO, in Viale Alemagna 6. R.S.V.P.: claudia@crcommunications.it.

GIOVEDÌ 13 LUGLIO

■ Si svolge la conferenza stampa dedicata a **Giro d'Italia Ride Green I Numeri del Giro 100**. Appuntamento alle ore 11, presso il Centro Congressi Eataly Smeraldo, in Piazza XXV Aprile 10, a MILANO. R.S.V.P. press.giroditalia@rcssport.it.

■ Nella sede di VENEZIA, presso Palazzo Franchetti, Campo Santo Stefano, S. Marco 2842, torna, dalle 14, l'**Open Day dell'Istituto Europeo di Design**, occasione di incontro e approfondimento per conoscerne da vicino l'offerta formativa. Per registrarsi: ied.it/openday.

■ La **Fieg** ospita nella sua sede di ROMA (Via Piemonte 64), alle 17, l'incontro sul tema: "Stampa e Tv: la sfida digitale e i nuovi padroni della Rete", in occasione della presentazione del libro di Vittorio Meloni, "Il crepuscolo dei media", edito da Laterza. Introdurrà il Presidente della Fieg, Maurizio Costa. Ne parleranno, con l'autore: Mario Calabresi, Direttore del quotidiano la Repubblica; Giuseppe Laterza, Laterza Editori; Enrico Mentana, Direttore TG La7; Giovanni Pitruzzella, Presidente di AgCom. R.S.V.P. comunicazione@fieg.it.

■ In programma la presentazione del palinsesto di **Tv2000-InBlu Radio 2017-2018**, alle ore 18:30, presso il Museo Diocesano, in Corso di Porta Ticinese 95, a MILANO (alle 11:30 si svolge l'evento riservato alla stampa). R.S.V.P. marketing-is@prsmediagroup.it.

MARTEDÌ 18 LUGLIO

■ Appuntamento con il primo **Netcomm Focus Lifestyle**, realizzato in partnership con Pambianco: "Rivoluzione digitale. Opportunità e sfide per le aziende della moda, del beauty e del design". Appuntamento alle ore 9, presso Palazzo Mezzanotte - Piazza degli Affari 6, a MILANO. R.S.V.P. l.laporta@pambianco.com.

■ Si svolge la presentazione del palinsesto di **Tv2000-InBlu Radio 2017-2018**. Appuntamento alle ore 19, festa in giardino presso TV2000-Studio1, Via Aurelia 796, ROMA. R.S.V.P. ufficiostampa@tv2000.it e marketing-is@prsmediagroup.it.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

AGENDA DELLA SETTIMANA

LUNEDÌ 10 LUGLIO

Conferenza stampa MIA – Mercato Internazionale Audiovisivo. Interverranno il ministro Carlo Calenda, Nicola Zingaretti, presidente Regione Lazio, Francesco Rutelli, presidente Anica, Giancarlo Leone, presidente Apt, e Lucia Milazzotto, direttore editoriale Mia. Moderatore Andrea Vianello. Hotel Bernini Bristol, piazza Barberini 23, Roma, ore 11. press@miamarket.it.

MARTEDÌ 11 LUGLIO

"Le gare nel mondo della comunicazione". Seminario organizzato da Assocom. Talent Garden, via Arcivescovo di Calabiana 6, Milano dalle 9,30 alle 13,30. silvia.cattaneo@ketchum.com.

MERCOLEDÌ 12 LUGLIO

"Back to the future". All'incontro ci sarà un dibattito con Giorgio Brenna, presidente Leo Burnett, Anastasia Buda, corporate citizenship Samsung Electronics Italia, Mattia Crespi, futurist & technology evangelist. Moderatore Marco Gaiazzi, giornalista televisivo. Copernico Milano Centrale, via Copernico 38, Milano, ore 10,45. segreteria@iaaitalianchapter.it.

Conferenza di presentazione palinsesti La7. Four Seasons, via Gesù 8, Milano, ore 11. ufficiostampa@la7.it.

"Are you ready to make your oath?". Alle 20 un incontro con Christina Lundari, general manager Oath Italy. Triennale di Milano, viale Alemagna 6, Milano, ore 19,30. claudia@crcommunications.it.

GIOVEDÌ 13 LUGLIO

Incontro "Think Digital". Organizzato da GroupM e The European House Ambrosetti per riflettere su come il cambiamento generato nelle imprese dalla rivoluzione digitale e tecnologica coinvolga la comunicazione, richiedendo ai vertici aziendali un radicale cambio di paradigma. SuperstudioPiù, via Tortona 27, Milano, dalle 9. Solo su invito. cristina.tirelli@trentaquattro.it.

"Stampa e tv: la sfida digitale e i nuovi padroni della Rete". L'incontro si terrà in occasione della presentazione del libro "Il crepuscolo dei media" di Vittorio Meloni. Interverranno Maurizio Costa, presidente Fieg, Mario Calabresi, direttore La Repubblica, Giuseppe Laterza, Laterza Editori, Enrico Mentana, direttore tg La7, e Giovanni Pitruzzella, presidente Agcom. Sede Fieg, via Piemonte 64, Roma, ore 17. comunicazione@fieg.it.


PUBBLI NOW!

The Black Douglas Motorcycle sceglie Media Garage per la comunicazione internazionale

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

agenda

Oggi

■ **MIA**

Roma alle 11

MIA, Matching Excellence - Mercato Internazionale Audiovisivo - Cinema Tv Doc invita alla conferenza stampa alle 11 presso l'Hotel Bernini Bristol - Piazza Barberini, 23 ROMA. R.S.V.P. press@miamarket.it.

Mercoledì 12 luglio

■ **NINTENDO SHOWCASE 2017**

Milano dalle 10:30

Nintendo Showcase 2017. In anteprima italiana, direttamente dall'E3 di Los Angeles, il nuovo Super Mario Odyssey e i nuovi titoli in arrivo per Nintendo Switch! Open Day dalle 10.30 alle 18.30 e dalle 10.30 alle 11.30 unica presentazione live on stage. Dalle 11.30 alle 18.30 hands-on. Videogames Party Home Viale Monte Nero 78. MILANO. R.S.V.P. Francesca.Prandoni@Nintendo.it - 039.6267129; elisatemperelli@hubcomm.net – 02.49542528.

■ **IAA ITALIAN CHAPTER**

Milano dalle 10:30

Incontro **IAA Italian Chapter** alle 10:45 presso Copernico Milano Centrale, via Copernico 83 MILANO. Info: segreteria@iaaitalianchapter.it.

■ **PALINSESTI LA7**

Milano alle 11

Conferenza stampa di presentazione dei **Palinsesti La7** 2017/2018 a MILANO alle ore 11 presso il Fours Seasons, via Gesù, 6/8. R.S.V.P. : ufficiostampa@la7.it

■ **OATH**

Milano alle 11

Are you ready to make your **Oath**? Alle 19:30, presso Triennale di MILANO, viale Alemagna 6. R.S.V.P. ENTRO 7 LUGLIO 2017 A: claudia@crcommunications.it.

Giovedì 13 luglio

■ **GIRO D'ITALIA**

Milano alle 11

Conferenza Stampa dedicata a **Giro d'Italia Ride Green I Numeri del Giro 100**. Alle 11 persso Centro Congressi Eataly Smeraldo piazza XXV Aprile 10 MILANO. R.S.V.P. press.giroditalia@rcssport.it.

■ **OPEN DAY IED**

Venezia dalle 14

Nella sede di VENEZIA, presso Palazzo Franchetti, Campo Santo Stefano, S. Marco 2842, torna dalle 14 l'**Open Day dell'Istituto Europeo di Design**, occasione di incontro e approfondimento per conoscerne da vicino l'offerta formativa. Per registrarsi: ied.it/openday.

■ **FIEG**

Roma alle 17

La **FIEG** ospita nella sua sede di ROMA (Via Piemonte 64) alle 17, l'incontro sul tema: "Stampa e Tv: la sfida digitale e i nuovi padroni della Rete", in occasione della presentazione del libro di Vittorio Meloni, "Il crepuscolo dei media", edito da Laterza. Introdurrà il Presidente della Fieg, Maurizio Costa. Ne parleranno, con l'autore: Mario Calabresi, Direttore de La Repubblica; Giuseppe Laterza, Laterza Editori; Enrico Mentana, Direttore TG La7; Giovanni Pitruzzella, Presidente AGCM. R.S.V.P. comunicazione@fieg.it.

■ **TV2000-INBLU RADIO 2017-2018**

Milano alle 18:30

Invito presentazione palinsesto **Tv2000-InBlu Radio 2017-2018** alle 18:30 presso Museo Diocesano corso di Porta Ticinese 95 MILANO. R.S.V.P. marketing-is@prsmediagroup.it.

Martedì 18 luglio

■ **NETCOMM FOCUS LIFESTILE**

Milano alle 9

1° Netcomm Focus Lifestyle, realizzato in partnership con Pambianco: Rivoluzione digitale. Opportunità e sfide per le aziende della moda, del beauty e del design. Alle ore 9 presso Palazzo Mezzanotte - Piazza degli Affari, 6 - MILANO. R.S.V.P. l.laporta@pambianco.com.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

la Repubblica

Data 11-07-2017
Pagina 49
Foglio 1

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

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

FRANCO MONTINI

ROMA. Far incontrare le eccellenze internazionali con lo scopo di favorire la diffusione del cinema italiano all'estero e di attrarre nel nostro paese le produzioni straniere. È con questo ambizioso obiettivo che due anni fa è nato il MIA (Mercato Internazionale dell'Audiovisivo), promosso dalle associazioni imprenditoriali di cinema e televisione, con il sostegno dei ministeri dei Beni Culturali (Mibact) e soprattutto dello Sviluppo Economico (Mise), che garantisce all'iniziativa 1,5 dei 1,9 milioni di euro del suo costo. Secondo il ministro dello Sviluppo Economico Carlo Calenda, intervenuto alla presentazione del MIA 2017, è infatti auspicabile lo Stato sostenga una sola manifestazione in ciascun settore, «evitando — ha specificato — inutili duplicazioni, come avvenuto nell'editoria con saloni del libro che si fanno concorrenza fra loro» e facendo capire che il MISE non è interessato a sviluppare il mercato alla Mostra di Venezia.

Nelle prime due edizioni, il MIA si è svolto in contemporanea con la Festa del Cinema di Roma, quest'anno invece anticiperà la kermesse capitolina ed avrà uno svolgimento autonomo dal 19 al 23 ottobre. «Nessun divorzio — tiene a precisare Lucia Milazzotto, direttrice del MIA — ma semplicemente una scelta decisa per evitare la sovrapposizione con l'American Film Market, il più frequentato appuntamento del settore, che è in programma nelle stesse date della Festa di Roma. Dal 2018 probabilmente torneremo insieme». Ultimo nato fra i grandi appuntamenti del mercato audiovisivo, contrariamente ad altre manifestazione centrate su specifici settori, il MIA si occupa di tutto l'audiovisivo, cinema, televisione, documentario, e consapevole che gli sviluppi della tecnologia hanno trasformato anche le modalità dei mercati, oltre ad offrire l'occasione di presentare film e serie, oggi facilmente visionabili in rete, punta soprattutto a far incontrare produttori e distributori, per favorire lo sviluppo e la realizzazione di coproduzioni. «E la metà dei progetti presentati e discussi negli anni scorsi al MIA — ricorda la Milazzotto — sono stati concretamente realizzati».

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

©RIPRODUZIONE RISERVATA



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

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


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

Dai "Tre porcellini" ai maiali giganti di "Okja" il cinema racconta i suini

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Il Messaggero

Data 11-07-2017
Pagina 21+26
Foglio 1

Cinema
Fuori dalla festa di Roma il Mia punta sui giovani

Satta a pag. 26

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

L'AUDIOVISIVO

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

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

GIOCO DI SQUADRA

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

Servono investimenti potenti, aggiunge il ministro, e scelte nette: «Dobbiamo puntare al consolidamento del settore, non alla polverizzazione». Per capirsi: «Mi pare che sulla questione dei vari saloni del libro ci sia un approccio vagamente autolesionista». E nessun conflitto con il mercato della Mostra di Venezia: «Mi sembrano avere vocazioni differenti. Massima libertà per le scelte di tutti, qui si parla dei nostri finanziamenti legati alle esigenze che ci hanno esposto gli operatori del settore». Tanto più, aggiunge il capo dei distributori Andrea Occhipinti, che «Venezia subisce la concorrenza del Mercato di Toronto che si svolge in simultanea».

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

Gloria Satta



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

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

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

ItaliaOggi

Data 11-07-2017
Pagina 17
Foglio 1

Mia, il Mercato audiovisivo a Roma tra cinema e tv

DI GIANFRANCO FERRONI

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

Per il presidente della regione Lazio Nicola Zingaretti «l'obiettivo è far trovare a questa manifestazione un habitat amichevole, costruendo un network di collaborazione. Abbiamo costruito una politica dell'audiovisivo, finanziata con 22 milioni l'anno di contributi: il Lazio, in questo, è la seconda regione della Ue per sostegno all'audiovisivo, dopo Berlino e prima di Parigi». E annunciando la presentazione di «un nuovo bando da 9 milioni della programmazione Ue a sostegno delle imprese digitali della creatività e dell'audiovisivo. Ci sarà poi un nuovo bando da 1,5 milioni a sostegno dei cinema e dei teatri».


Radio, aperta la caccia grossa

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

DailyMedia

Data 11-07-2017
Pagina 1+33
Foglio 1 / 2

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

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

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

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

di **Marino Bologan**



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

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

Obiettivi ambiziosi

"Siamo orgogliosi - dichiara Andrea Sebastiani - di poter lavorare su questo progetto che, da un lato, amplia il parterre di clienti internazionali della nostra agenzia e, dall'altro, ci permetterà di accompagnare un marchio importante come il MIA verso il raggiungimento del suo ambizioso obiettivo di posizionarsi tra i primi e principali mercati del mondo, come luogo di incontro privilegiato in cui incontrare i più prestigiosi e importanti partner per lo sviluppo industriale di film, serie drama, documentari, factual e animazione. Tutto questo - conclude Sebastianùi - in un'ottica di valorizzazione dell'eccellenza italiana".

Punto d'incontro per i key-player

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

Ideatori e produttori

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



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

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

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

Location e finanziamenti

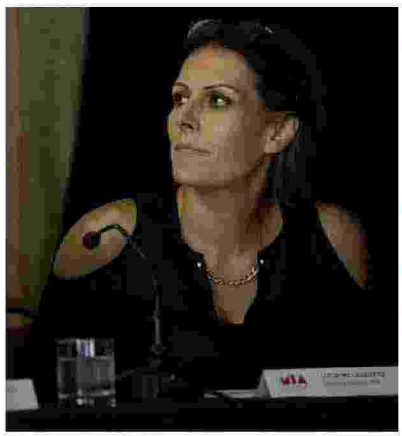
Tra le altre novità di questa edizione, la location: il MIA vivrà le proprie attività nel "distretto" di Piazza Barberini, da Palazzo Barberini all'Hotel Bernini Bristol, fino al Cinema Barberini. Inoltre, MIA è finanziato da Ministero dello Sviluppo Economico, ICE, Ministero dei Beni e delle Attività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

Il programma

Tre le sezioni previste per l'edizione 2017 c'è "MIA Cinema", un mercato di co-produzione che ha accompagnato, fino alla realizzazione, più del 50% dei progetti selezionati nel corso delle passate edizioni e una piattaforma di riferimento per l'industria europea nella stagione autunnale, dove vedere e acquistare le produzioni più recenti del cinema indipendente e di qualità con 120 proiezioni in quattro giorni, oltre alla vetrina "What's Next Italy". Un'altra sezione è "MIA Tv", appuntamento selezionato di alto profilo per l'industria televisiva mondiale, con l'obiettivo principale di favorire il confronto e il networking, partnership, accordi e nuove opportunità di business in un momento di profonda trasformazione dell'industria italiana. Tra gli appuntamenti più attesi, la seconda edizione del "Drama Series Pitching Forum" e, per la prima volta, gli "Italian TV Upfront". Infine, terza sezione è "MIA Doc", un boutique market al servizio delle aziende italiane, una piattaforma selettiva ed efficiente a sostegno delle co-produzioni e della distribuzione di documentari e factual. Al centro del "Co-production Market & Pitching Forum", nel 2017, l'investigative, current affairs e human interest.

Conferme e premi

MIA 2017 conferma anche alcuni programmi speciali: YAS (Young adult spotlight) è uno spazio che si snoda in maniera trasversale tra cinema e tv, segnalando nei diversi segmenti presenti al MIA il prodotto kids&teens e young adult nelle varie fasi di sviluppo e con diverse declinazioni: dai pitch ai panel, dagli screenings di mercato a vere e proprie anteprime. Protagonista di YAS, quest'anno, sarà la graphic novel. Un'altra sezione speciale è dedicata all'animazione, tra le forme più efficaci e innovative della narrazione cine-audiovisiva. Riconoscendo a MIA un importante ruolo nel sostegno alle co-produzioni e alle relazioni di business intorno ai grandi progetti internazionali, il Fondo Eurimages ha confermato per il terzo anno di seguito il Premio al Miglior progetto di MIA Cinema. EDI Effetti Digitali Italiani (azienda leader nel settore dei VFX) inaugura, invece, il MIA EDI Visionary Award, dedicato a quei progetti di cinema, serie tv e documentario che si contraddistinguono per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi. Tra gli eventi ospitati dal MIA 2017 spicca, poi, anche la sesta edizione del Premio Carlo Bixio: i giovani autori di età compresa tra i 18 e i 30 anni sono chiamati a cimentarsi in un progetto di serialità senza limiti di genere, ma che abbia qualità di internazionalizzazione. ■

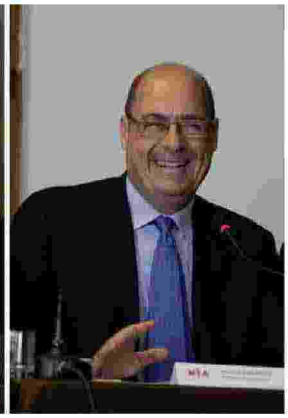




In questa foto, da sinistra: Francesco Rutelli, Presidente Anica; Carlo Calenda, Ministro per lo Sviluppo Economico; Lucia Milazzotto, Direttore Editoriale MIA; Giancarlo Leone, Presidente APT











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

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Libero

Data 11-07-2017
Pagina 6
Foglio 1

La strategia per non fare la fine di Monti

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

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

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

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

I rapporti con il segretario del Pd, che alcuni mesi fa erano azzerati, ultimamente sono migliorati. Sono tornati a sentirsi. «Con Renzi», ha detto ieri, «ho sempre avuto un rapporto costante, lo sento quotidianamente. È un rapporto molto franco. Quando non ci siamo trovati d'accordo su una cosa ce lo siamo detti in modo molto diretto. Il più delle volte ci scambiamo idee e opinioni ed è molto utile». Il segretario del Pd gli ha chiesto di non lanciarsi in avventure centriste e, dicono, gli ha proposto di correre da capolista in uno dei cento seggi sicuri. Anche ieri Calenda non è stato zitto rispetto alla proposta del segretario del Pd sul fiscal compact, esprimendo qualche perplessità: le proposte di Renzi «mi convincono se sono articolate come un piano industriale concreto che puntando su pochi fattori di crescita del Paese, sia in grado di accelerare il processo oggi in atto, cioè agganciare la domanda internazionale». Per esempio, «la defiscalizzazione degli investimenti o l'abbattimento del cuneo fiscale contributi o ancora la defiscalizzazione della produttività hanno un senso». Mentre «altri tipi di detassazione non sono sbagliati, perché meno tasse va benissimo, ma sono meno utili».

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

EL.CA.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Carlo Calenda [LaPresse]



DISPETTO AL CAV
Salvini apre ai Cinquestelle e non riceve vaffa

Un indiano prende il posto di Orfini nel Pd

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

IL MATTINO

Data 11-07-2017
Pagina 14
Foglio 1

A Roma dal 19 al 23 ottobre

Mercato audiovisivo, incontro di eccellenze tra cinema e tv



Lucia Milazzotto, direttore editoriale del Mia (Mercato internazionale audiovisivo), annuncia che la manifestazione, per la prima volta, sarà distaccata dalla Festa del cinema di Roma (26 ottobre-5 novembre), visto che si terrà dal 19 al 23 ottobre. «Si tratta di una contingenza non voluta: le date della Festa sono legate alla disponibilità dell'Auditorium, mentre il Mia deve tenersi per forza dopo il Mipcom di Cannes e prima dell'American Film Market», ha spiegato il presidente dell'Anica Francesco Rutelli», dal 2018 le due manifestazioni saranno di nuovo in sincrono». La Milazzotto ha tratto il bilancio delle prime edizioni: «Con 1.500 accreditati da 58 nazioni il Mia è appuntamento esclusivo per i produttori e distributori di contenuti, film e serie televisive. È nato due anni fa, il 10 luglio 2015, sono stati due anni di rodaggio, ma anche di successi, visto che sono state realizzate più del cinquanta per cento delle storie presentate da noi. L'obiettivo della manifestazione è sempre lo stesso: portare l'Italia all'estero e l'estero in Italia. Per questo la sinergia qui realizzata tra chi il cinema e il prodotto audiovisivo produce, con istituzioni come il ministero dei Beni culturali, quello dello Sviluppo economico e la regione Lazio, sono fondamentali».

o.c.

© RIPRODUZIONE RISERVATA


MACHO

Certose, luoghi dell'anima

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

metro

Data 11-07-2017
Pagina 9
Foglio 1

3° Mercato Audiovisivo

Il MIA si presenta

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


Il generale Neeson in Operation Chromite

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Libero

Data 11-07-2017
Pagina 29
Foglio 1

In autunno il meeting dei produttori tv

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


«AMO VOSTRO MARITO»
Malgioglio: «La Nannini? Triste "rivelarsi" solo dopo i 60»

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

il manifesto

Data 11-07-2017
Pagina 13
Foglio 1

MERCATO INTERNAZIONALE DELL'AUDIOVISIVO

La terza edizione del Mia nel «distretto» Barberini

GIOVANNA BRANCA
Roma

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

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

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

NON CAMBIA invece il budget (circa 1,9 milioni) fornito da Ministero dello Sviluppo Economico, Mibact, Istituto del Commercio Estero, Regione Lazio e Creative Europe. Una delle priorità sottolineate da tutti è, con le parole di Zingaretti, l'istituzione di un «Network di collaborazione» fra diverse istituzioni che «costruisca un sistema invece di mettere in concorrenza eventi simili».

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


La terza edizione del Mia nel «distretto» Barberini

Fid Marseille, il cinema possibile

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

PUBBLI NOW! .com

Data 11-07-2017
Pagina 7
Foglio 1

EVENTI

A ottobre la terza edizione del MIA - Mercato Internazionale Audiovisivo



Si svolgerà dal 19 al 23 ottobre a Roma la terza edizione del MIA, Mercato Internazionale Audiovisivo, appuntamento esclusivo per i produttori e distributori di contenuti, film e serie televisive transnazionali e di alto valore industriale, affermatosi allo stesso tempo come un volano importante per promuovere la capacità produttiva, il sistema audiovisivo italiano, il know-how e le expertise del nostro paese a livello internazionale. Presentato ieri mattina nella Capitale, MIA è ideato, realizzato e prodotto da Anica (Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche e Audiovisive) e APT (Associazione Produttori Televisivi). La partecipazione delle associazioni di categoria, per la prima volta coinvolte direttamente nel ridisegnare il progetto di mercato, rende la manifestazione romana un'iniziativa che risponde in maniera sartoriale alle esigenze dell'industria di cui è espressione e diventa una reale occasione di presentazione unitaria del "sistema Italia" sulla scena internazionale. Per quanto riguarda la comunicazione globale dell'evento, Gerundio, creative company di Roma, si è aggiudicata la gara indetta dal MIA e si occuperà dello sviluppo di concept e immagine della campagna, dell'ideazione e progettazione di tutti i materiali video e degli allestimenti, dell'ideazione e design dei materiali per le campagne di comunicazione esterna ATL e BTL. Per l'edizione 2017 cambia anche l'identità visiva con un nuovo claim – "Matching Excellence" – e un nuovo logo. Entrambi sottolineano il posizionamento che il mercato ha assunto nel panorama degli appuntamenti internazionali dedicati all'industria audiovisiva: quello di un hub frequentato dai leader del mercato dove l'eccellenza italiana è protagonista. Altra novità riguarda la location: infatti il MIA vivrà le proprie attività nel "distretto" di piazza Barberini, da Palazzo Barberini all'Hotel Bernini Bristol, al Cinema Barberini. Tra le sezioni previste per questa edizione c'è "MIA Cinema", un mercato di co-produzione che ha accompagnato, fino alla realizzazione, più del 50% dei progetti selezionati nel corso delle passate edizioni e una piattaforma di riferimento per l'industria europea nella stagione autunnale. Inoltre c'è "MIA Tv", un appuntamento selezionato di alto profilo per l'industria televisiva mondiale.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

la Discussione

Data 11-07-2017
Pagina 4
Foglio 1

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

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





Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

La Provincia
Data 11-07-2017
Pagina 11
Foglio 1

Nuovo impulso allo sviluppo del settore

Audiovisivo, la Regione protagonista del "Mia"

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



Nicola Zingaretti

L'impegno della Regione per dare un nuovo impulso allo sviluppo del settore: La creazione di un sistema coeso per fare del Lazio un punto di riferimento nazionale per lo sviluppo dell'audiovisivo. I numeri dicono che questo sistema ora esiste e sta crescendo. Per questo è stato importante il dialogo con il Governo e in particolare con il Ministero dello Sviluppo e con il Mibact, che hanno accompagnato e sostenuto lo sforzo della Regione Lazio. Il Mia è uno dei frutti più importanti di questa collaborazione.

Le altre azioni:

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

Sostenere la vocazione internazionale: il terzo importante obiettivo è quello di sviluppare la vocazione internazionale del settore moltiplicando le occasioni per collocare l'audiovisivo del Lazio in una dimensione internazionale. Il tutto con iniziative inedite, come il bando sulle coproduzioni; con una presenza stabile nelle più importanti fiere internazionali.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

L'inchiesta

Data 11-07-2017
Pagina 18
Foglio 1

ANNUNCIO DI ZINGARETTI

Bando Lazio Cinema da 5 milioni di euro

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



IL PRESIDENTE NICOLA ZINGARETTI



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

TODAY Pubblicità Italia

Data 11-07-2017
Pagina 8
Foglio 1

Gerundio vince la gara per la comunicazione globale del MIA



Gerundio, creative company di Roma fondata da **Ramon Sembianza** e **Andrea Sebastiani** specializzata nel riposizionamento strategico dei brand, si è aggiudicata la gara indetta dal **MIA-Mercato Internazionale Audiovisivo** e si occuperà dello sviluppo di concept e immagine della campagna di comunicazione, dell'ideazione e progettazione di tutti i materiali video e degli allestimenti, dell'ideazione e design dei materiali per le campagne di comunicazione esterna atl e btl. Il nuovo marchio disegnato da Gerundio accompagna il nuovo payoff 'Matching Excellence', studiato per valorizzare e sottolineare la valenza del MIA come primo hub italiano per tutti i segmenti del prodotto audiovisivo (cinema, tv, doc). Inoltre Gerundio ha realizzato il nuovo sito web (miamarket.it/it), volto a lanciare la terza edizione del MIA che si terrà a Roma dal 19 al 23 ottobre 2017, appuntamento che segnerà un importante punto di svolta per il mercato nazionale e internazionale dell'audiovisivo dove produttori e distributori di contenuti avranno a disposizione uno strumento unico per affermare la centralità dell'industria dell'audiovisivo e apprezzare il ruolo fondamentale della produzione italiana. "Siamo orgogliosi - dichiara Sebastiani - di poter lavorare su questo progetto che da un lato amplia il parterre di clienti internazionali della nostra agenzia e dall'altro ci permetterà di accompagnare un marchio importante come il MIA verso il raggiungimento del suo ambizioso obiettivo di posizionarsi tra i primi e principali mercati del mondo, come luogo di incontro privilegiato in cui incontrare i più prestigiosi e importanti partner per lo sviluppo industriale di film, serie drama, documentari, factual e animazione. Questo in un'ottica di valorizzazione dell'eccellenza italiana". La terza edizione di MIA, presentata ieri a Roma, è ideata, realizzata e prodotta da **Anica** (Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche e Audiovisive) e **Apt** (Associazione Produttori Televisivi). La partecipazione delle associazioni di categoria, per la prima volta coinvolte direttamente nel ridisegnare il progetto di mercato, rende il MIA un'iniziativa che risponde in maniera sartoriale alle esigenze dell'industria di cui è espressione e diventa una reale occasione di presentazione unitaria del 'sistema Italia' sulla scena internazionale. Tra le altre novità di questa edizione, la location: il MIA vivrà le proprie attività nel 'distretto' di piazza Barberini: da Palazzo Barberini all'Hotel Bernini Bristol e al Cinema Barberini.



Andrea Sebastiani


TODAY Pubblicità Italia

Creatività & Marketing

Gerundio vince la gara per la comunicazione globale del MIA

SANTANNA DÀ 'LEZIONI DI STILE' TRE NUOVE BEVANDE KARMA CON RAI PUBBLICITÀ

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

LEGGO ROMA

Data 12-07-2017
Pagina 22
Foglio 1

L'evento si svolgerà nel "distretto" di piazza Barberini, tra il cinema e il palazzo omonimi



E Roma sarà la capitale del mercato audiovisivo

Dal 19 al 23 ottobre la città eterna ospiterà la terza edizione del "Mia"

Riparte da Roma la terza edizione del MIA, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo, che si svolgerà dal 19 al 23 ottobre. «Un'occasione che permette di portare l'Italia all'estero e l'estero in Italia - come ha sottolineato il ministro dello sviluppo economico Carlo Calenda nella conferenza stampa di presentazione della terza edizione - È la missione dell'Italia in materia di cultura, servizi, industria, mercato. Siamo un paese maturo con tassi di crescita limitati o stabili ma con un enorme potenziale».

La manifestazione si svolgerà in nuove location, quelle del "distretto" di Piazza Barberini, da Palazzo Barberini all'Hotel Bernini Bristol, al Cinema Barberini. Il Mia, ideato, organizzato e prodotto da Anica e Apt è finanziato da Ministero dello sviluppo economico, Ice, Mibact, Regione Lazio e Programma Media: «Il budget è di un milione e 900 mila euro che speriamo cresca con gli sponsor privati - dice il direttore editoriale Lucia Milazzotto - Grazie alla nostra presenza strategica tra il Mipcom di Cannes e l'American Film Market, abbiamo riunito nelle precedenti edizioni 1500 accreditati, fra produttori e distributori, da 58 paesi». Tra le sezioni: Mia Cinema, vetrina e mercato di coproduzione; Mia Tv, che vuole favorire partnership e nuove possibilità di business; Mia Doc, piattaforma a sostegno delle coproduzioni e della distribuzione dei documentari. «Quest'anno - spiega il presidente della regione Lazio Nicola Zingaretti - saremo presenti al Mia con un contributo diretto, e presenteremo la seconda tranche, che vale 5 milioni, del bando Lazio Cinema International». **(M. Gre.)**


La Sovrintenza blocca i lavori al Cine America

E Roma sarà la capitale del mercato audiovisivo

Sfila con l'uniforme al Gay Pride: punito

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

CIOCIARIA
EDITORIALE OGGI

Data 14-07-2017
Pagina 2
Foglio 1

la REGIONE in pillole

ECONOMIA

E adesso focus sull'agroalimentare

Sostenere la partecipazione delle aziende agroalimentari a iniziative e manifestazioni di promozione. È questo l'obiettivo della "Manifestazione di interesse per la partecipazione a iniziative promozionali sul territorio regionale e sui mercati esteri" pubblicata sul sito di Lazio International, tramite la quale la Regione Lazio, attraverso Lazio Innova, raccoglierà le disponibilità delle aziende produttrici del settore agroalimentare e del settore artigianale dei territori colpiti dal sisma del 2016 a partecipare a iniziative e manifestazioni di promozione.



FUTURO

Il mercato possibile dell'audiovisivo

- La Regione Lazio presente da protagonista alla terza edizione del Mia, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo: si tratta di un settore in cui la Regione Lazio sta investendo molto. In particolare 22 milioni di euro è l'ammontare delle risorse investite nei diversi segmenti dell'audiovisivo: dalla produzione alla fruizione, dalla scelta delle location alla promozione nei mercati internazionali, anzitutto tramite il sostegno alle coproduzioni. Un'azione a tutto campo per sviluppare una delle principali vocazioni del territorio.




Regione
2,5%
Sanità: svolta sulle cure domiciliari
Si va verso un'assistenza di rete
la REGIONE in pillole
Il piano che tutela i pazienti oncologici

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Il Mia riparte senza la Festa del Cinema

Il mercato romano dell'audiovisivo torna in zona Barberini. Carlo Calenda e Nicola Zingaretti sono decisi a farne un asset per la promozione del prodotto nazionale.

Il Mia cambia tutto, o quasi. La terza edizione del Mercato Internazionale dell'Audiovisivo (19/23 ottobre) è stato presentata il 10 luglio a Roma, alla presenza di un parterre istituzionale senza precedenti, dal ministro dello Sviluppo economico Carlo Calenda, al presidente della Regione Lazio Nicola Zingaretti, per arrivare ai vertici delle due associazioni promotrici, Anica e Apt, rappresentate dai presidenti Francesco Rutelli e Giancarlo Leone. Con loro Lucia Milazzotto, che del Mia è la direttrice, chiamata a dar seguito alle aspettative dei partner istituzionali, che vedono nel Mercato uno degli asset in grado di dare alla nostra produzione audiovisiva quella dimensione internazionale che oggi le manca. "Portare l'Italia all'estero e riportare l'industria audiovisiva mondiale in Italia" è infatti l'obiettivo. Pazienza se il budget dichiarato – 1,9 milioni di euro – è quello dell'edizione precedente. A Torino se li fanno bastare per due edizioni del TFF. A Roma si spera che bastino per le necessità di una manifestazione che l'anno scorso vantava ancora numeri piccoli piccoli, con 1.500 accreditati in rappresentanza di 58 paesi. E che la presenza non sarà di massa nemmeno quest'anno lo lascia presagire la scelta di tornare a puntare su quella che era la location scelta allorché si decise di dare un mercato alla Festa del Cinema di Roma: Hotel Bernini, Multisala e Palazzo Barberini. Tutto in poche centinaia di metri, tutto nel centro storico, tutto a recidere – almeno simbolicamente – il legame con l'Auditorium, casa della Fondazione Cinema per Roma. (...)

segue a pagina 2

segue dalla prima

Il Mia riparte senza la Festa del Cinema

(...) Certo, la scelta di andare da soli, abbandonando anche la coincidenza di calendario con il Festival di Antonio Monda e Piera Detassis è rischiosa. Di fatto il Mia va in coda al London Film Festival, che è in programma dal 4 al 15 ottobre, e che quest'anno potrebbe subire il contraccolpo della Brexit. Ed è appena prima dell'American Film Market, calendarizzato a Santa Monica dal 1° all'8 novembre. Basterà l'ottobrata romana a convincere i buyer? È probabile che non solo ad Apt ma anche ad Anica i distributori cinematografici interessino sino a un certo punto. L'obiettivo reale è infatti dare vita a un evento commerciale che cominci a far conoscere meglio il nostro prodotto Tv all'estero, ora che la linea impressa dal Mibact con la Legge Franceschini prevede l'estensione delle forme di contribuzione indiretta alla fiction. "Nel primo trimestre del 2017 l'export dell'audiovisivo del Lazio è aumentato del 43%", ha sottolineato il governatore Zingaretti, annunciando che proprio al Mercato dell'Audiovisivo presenterà la seconda parte del bando da 5 milioni di euro a sostegno delle produzioni internazionali. A questa cifra si aggiungeranno un milione e mezzo per le sale cinematografiche e altri 9 "a sostegno delle imprese digitali della creatività e dell'audiovisivo". Tanti soldi, che non si capisce bene che relazione abbiano con un evento in perenne start-up com'è il Mia. Che il Mercato sia ancora in rampa di lancio, dopo le edizioni 'minimaliste' affidate a Roberto Ciccutto, lo dimostrano le dichiarazioni dello stesso Calenda, il quale promette: "Metterò la manifestazione nel budget della prossima legge di bilancio". Qualcuno fa sommessamente notare che, in tempi non lontanissimi, lo Stato aveva deciso di puntare su un mercato veneziano, anch'esso mai decollato. "In quel periodo gli operatori audiovisivi sono tutti a Toronto", ha spiegato Andrea Occhipinti. Non basta però ritagliarsi una sequenza di date sul calendario per fare un mercato. Serve il prodotto, e c'è da domandarsi che cosa resta da vendere in quel periodo dell'anno. E poi, occorre essere chiari: la concorrenza non è più Toronto, Santa Monica o Venezia. Il Mia è stato pensato espressamente – anche se nessuno in conferenza l'ha spiegato – per inserirsi nella scia del Mipcom, che va in scena a Cannes dal 16 al 19 ottobre. Con la speranza, cioè, che qualcuno voglia allungarsi dalla Croisette all'Aurelia e arrivare sino a Roma. Per fare business? Poco probabile, viste le dimensioni e la professionalità della manifestazione del Palais des Festivals. Per continuare la festa sulla terrazza del Bernini? Questo è più probabile. Ma, per favore, non spacciamo il Mia per la panacea di tutti i mali di cui soffre l'export del nostro prodotto cinematografico e televisivo.


odeon

Fabio Fazio, 11 milioni di dubbi

Il Mia riparte senza la Festa del Cinema

GUIDA RETAIL 2017
LA MAPPA DELLA DISTRIBUZIONE ITALIANA


Fabio Fazio, 11 milioni di dubbi

Il Mia riparte senza la Festa del Cinema

GUIDA RETAIL 2017
LA MAPPA DELLA DISTRIBUZIONE ITALIANA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

BOXOFFICE
Il mondo del cinema e il suo business

Data 15-07-2017
Pagina 5
Foglio 1

Enti locali

Zingaretti, rilanciare il settore produttivo

PRESENTATE LE NOVITÀ DELLA REGIONE LAZIO NELL'AMBITO DEL SETTORE AUDIOVISIVO

La Regione Lazio e il la Roma Lazio Film Commision continuano a investire sull'audiovisivo che è sempre più un settore strategico per le politiche portate avanti dal governatore Nicola Zingaretti. Ne sono un esempio il fondo Lazio Cinema International e il Centro euromediterraneo per l'audiovisivo di cui si è parlato a maggio a Cannes. Luciano Sovena, presidente della film commission, ha illustrato proprio il nuovo Centro euromediterraneo «nato dalla collaborazione delle film commission di Paesi quali Tunisia, Marocco, Spagna e Francia, cui si aggiungeranno Algeria e Libano. Questa intesa non serve solo per favorire coproduzioni - che sono comunque fondamentali – ma ha anche un significato politico: far sapere che in questi Paesi si può ricominciare». Venendo al bando Lazio Cinema International, Nicola Zingaretti ha dichiarato: «Sono stati ammessi 18 progetti per 8 milioni di euro circa. Dal 30 maggio è avviata la seconda call mentre il terzo bando sarà presentato al Mercato Internazionale dell'Audiovisivo di Roma a ottobre». Il bando Lazio Cinema International mette a disposizione 10 milioni di euro all'anno per le coproduzioni internazionali che arrivano nel Lazio: «Quattro anni fa – ha dichiarato Zingaretti – abbiamo salvato la film commission che rischiava di chiudere. La nostra missione è quella di costruire collegamenti nazionali e internazionali, facendo di tutto per far sì che il Lazio rilanci sempre più il comparto produttivo». Il governatore ha poi sottolineato che il Lazio è la prima Regione italiana con investimenti pubblici per l'audiovisivo: sono 23 i milioni di euro all'anno messi a disposizione. Saranno inoltre confermati il fondo cinema di 9 milioni, gli 1,5 milioni di euro del fondo rotativo per le giovani imprese a tasso agevolato e la politica di sostegno ai festival. «Infine – ha concluso il governatore - torneremo a rafforzare con investimenti le sale cinematografiche. Abbiamo lavorato molto sui teatri e interverremo maggiormente sul settore della distribuzione dei cinema».



Un momento della conferenza stampa a Cannes della Roma Lazio Film Commission



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

BOXOFFICE
Il mondo del cinema e il suo business

Data 15-07-2017
Pagina 6
Foglio 1


Il bilancio 2016 di Fondazione Cinema è in pareggio ma solo grazie al Fondo Rischi

COSA SUCCEDE A ROMA?

Aria non serena attorno alla Fondazione Cinema per Roma che organizza la Festa del Cinema (26/10 - 5/11). A inizio giugno è stato il collegio sindacale a porre l'attenzione sul bilancio 2016 della Fondazione che ha chiuso sì con un sostanziale pareggio ma grazie all'utilizzo del Fondo Rischi, il cui importo sarebbe stato di 352.364 euro. Inoltre, la Camera di Commercio - uno dei soci della Fondazione - avrebbe ridotto il suo investimento dai 793mila euro del 2016 ai 100mila euro del 2017. Alla luce del bilancio, il collegio sindacale ritiene imprescindibile che la Fondazione intraprenda «un percorso di ristrutturazione anche a livello organizzativo, tale da permettere il raggiungimento di un necessario equilibrio economico e finanziario». La preoccupazione attorno alla Festa del Cinema di Roma, però, non riguarda il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo che è organizzato da Anica e Atp con il sostegno di Mise, Mibact, Ice e Regione Lazio - senza il coinvolgimento della Fondazione – la cui terza edizione si svolgerà a Roma dal 19 al 23 ottobre.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

DailyMedia

Data 20-07-2017
Pagina 12
Foglio 1

Cinema MIA annuncia board e ambassador 2017



Presenti personalità di rilievo dell'industria cinematografica internazionale

Per l'edizione 2017 del MIA - Mercato Internazionale Audiovisivo, è stata confermata la composizione del board cinema per il terzo anno. Ne fanno parte una serie di personalità di rilievo impegnate nell'industria cinematografica internazionale, alcune delle quali avranno un compito delicato da svolgere, ovvero quello di selezionare i progetti che saranno presentati al coproduction market durante il MIA. Per l'Italia, come membri del board e del comitato di selezione, saranno protagonisti: Cristina Cavaliere, attuale world sales di Rai Com; Paola Corvino, che svolge la stessa funzione all'interno di Intramovies; Raffaella Di Giulio, anch'essa nel ruolo di world sales per Fandango. Invece, come Ambassadors sono stati scelti: Eleonora Andreatta, director fiction di Rai Fiction; Daniele Cesarano, head of drama di Mediaset; Andrea Scrosati, evp programming di Sky Italia. Infine, per il comitato editoriale, questi nomi dei membri: Vincenzo Mosca, founder & distributor di Tvco; Chiara Salvo, founder & Ceo di Kimera produzioni; Gloria Giorgianni, founder & Ceo di Anele; Enrica Capra, founder & Ceo di Graffitidoc; Davide Valentini, producer di Eie film.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Marche Film Commission
Fondazione Marche Cultura
p.zza Cavour, 23 - 60121 Ancona
Tel. 071.9951.623/624/625
www.marchefilmcommission.info
PRES. Fondazione Marche Cultura: Paolo Tanoni
DIR. Fondazione Marche Cultura: Stefania Benatti
RESP. Marche Film Commission: Anna Olivucci
(E-mail: anna.olivucci@fondazionemcm.it)

Marche Teatro
Teatro di Rilevante Interesse Culturale
via della loggia 1/D - 60121 Ancona
Tel. 071.20784226
Fax 071.20784207
www.marcheteatro.it
E-mail: comunicazione@marcheteatro.it
PRESIDENTE: Gabriella Nicolini
DIRETTORE: Velia Papa
COMUNICAZIONE E UFF. STAMPA: Beatrice Giongo
(E-mail: beatrice.giongo@marcheteatro.it)
SPONSOR: Benedetta Morico

MB Management & Entertainment srl
sede legale:
via Caduti di Marcinelle, 11 - 20134 Milano
Res. Parco - Milano 2 - 20090 Segrate (Mi)
Tel. e Fax 02.26924347
www.marcobacini.com
E-mail: info@marcobacini.com
AMM. DEL.: Marco Bacini

Mediacontech spa
via San Martino, 19 - 20122 Milano
Tel. 02.34594900
www.mediacontech.it
E-mail: marketing@mediacontech.com
PRESIDENTE: Stefano Bennati
AMM. DEL.: Claudio Nardone
DIR. OPERATIONS: Emanuele Gerolin

Medusa Film spa
viale Aventino, 26 - 00153 Roma
Tel. 06.57781
www.medusa.it
PRESIDENTE: Carlo Rossella
VICE PRES. E AMM. DEL.: Giampaolo Letta
VICE DIR. GEN.: Antonio Sfondrini
DIR. DELLA DISTRIBUZIONE: Paolo Pozzi
DIR. MARKETING: Andrea Lazzarin
CAPO UFFICIO STAMPA: Tiziana Mazzola
(Tel. 06.66390636
E-mail: tiziana.mazzola@mediaset.it)

Merenda Film srl
via Solari, 11 - 20144 Milano
www.merenda.tv
E-mail: hello@merenda.tv
FONDATORI: Matteo Pellegrini, Laura Anzani
AMMINISTRATORE: Jacopo Pellegrini

MIA
Mercato Internazionale Audiovisivo
www.miamarket.it
E-mail: mia@miamarket.it
Vedi anche **Anica**
Vedi settore Televisione:
APT - Associazione Produttori Televisivi

Midas - (di Michele Mondella & C. sas)
via Francesco Saverio Nitti, 72 - 00191 Roma
Tel. 06.33225322
Cell. 335.6073490
www.midaspromotion.com
AMM. UNICO: Michele Mondella
(E-mail: mondella@midaspromotion.com)
UFFICIO STAMPA: Silvana Casato
(E-mail: s.casato@midaspromotion.com)
VIDEOMAKER E RESP. WEB: Giorgio Clementelli
(E-mail: clementelli@gmail.com)

Mirabilandia
(Parco della Standiana srl)
Statale Adriatica SS 16, Km 162
48015 Savio loc. Mirabilandia (Ra)
Tel. 0544.561111 - Fax 0544.560195
www.mirabilandia.it
E-mail: mirabilandia@mirabilandia.it
DIR. GEN.: Bernard Giampaolo
DIR. SALES & MKTG: Tommaso Bertini
DIGITAL MARKETING MANAGER: Alan Bittner
UFFICIO STAMPA & PR: Weber Shandwick
Tel. 02.573781
E-mail: mirabilandia@webershandwick.com

MITO SettembreMusica
www.mitosettembremusica.it
Facebook: MITO SettembreMusica
Città di Milano
Fondazione I Pomeriggi Musicali
Teatro Dal Verme
via San Giovanni sul Muro, 2 - 20121 Milano
Tel. 02.87905 - Fax 02.87905291
E-mail: segreteriamilano@mitosettembremusica.it
UFFICIO STAMPA: Nicoletta Tassan Solet
(Cell. 348.6418066)
Città di Torino
Fondazione per la Cultura Torino
via S. Francesco da Paola, 3 - 10123 Torino
Tel. 011.01124703
Fax 011.01133657
E-mail: settembre.musica@comune.torino.it
UFFICIO STAMPA TORINO: Laura Tori
(E-mail: laura.tori@comune.torino.it)

Moviement srl
via Monte Leone, 3 - 20149 Milano
Tel. 02.48021595 - Fax 02.48010271
via Pietro Cavallini, 24 - 00193 Roma
Tel. 06.36006670 - Fax 06.32110567
www.moviement.it
E-mail: moviement@moviement.it
AMMINISTRATORE UNICO: Maurizio Totti

Museo Nazionale del Cinema
via Montebello, 22 - 10124 Torino
Tel. 011.8138511
Fax 011.8138506
www.museocinema.it
E-mail: comunicazione@museocinema.it
PRESIDENTE: Paolo Damilano
DIRETTORE PRO TEMPORE: Donata Pesenti Campagnoni
COMUNICAZIONE, MKTG E DIGITALE: Maria Grazia Girotto
(Tel. 011.8138507 - girotto@museocinema.it)
UFFICIO STAMPA: Veronica Geraci
(Tel. 011.8138509 - geraci@museocinema.it)

Nexo Digital srl
piazza Cadorna, 15 - 20123 Milano
Tel. 02.8051633
www.nexodigital.it
E-mail: info@nexodigital.it
CEO AND FOUNDER: Franco di Sarro
MARKETING: Elena Ratti
(E-mail: elena.ratti@nexodigital.it),
Diana Roddi
(E-mail: diana.roddi@nexodigital.it)
UFFICIO STAMPA: Luana Solla
(Cell. 334.3369695
E-mail: luana.solla@nexodigital.it)

Nintendo Italia
(Sistemi: Nintendo Switch, Nintendo 3 DS)
Palazzo Tiglio
via Torri Bianche, 6 - 20871 Vimercate (Mi)
Tel. 039.6267100 - Fax 039.6267601
www.nintendo.it
MARKETING DIRECTOR: Massimo Bullo
(E-mail: massimo.bullo@nintendo.it)
PR E REL. EST.: Francesca Prandoni
(E-mail: francesca.prandoni@nintendo.it)
BRAND MANAGER: Stefano Calcagni
(E-mail: stefano.calcagni@nintendo.it)
Luca Canichella
(E-mail: luca.canichella@nintendo.it)
Oliviero Pari
(E-mail: oliviero.pari@nintendo.it)
DIGITAL MANAGER: Michele Marcucci
(E-mail: michele.marcucci@nintendo.it

Notorious Pictures
largo Brindisi, 2 - 00182 Roma
Tel. 06.83600710 - Fax 06.83600711
via della Signora, 2/A - 20122 Milano
Tel. 02.36588810 - Fax 02.36588811
www.notoriouspictures.it
E-mail: inforoma@notoriouspictures.it
infomilano@notoriouspictures.it
CEO & CHAIRMAN: Guglielmo Marchetti
DIR. DIVISIONE THEATRICAL: Beniamino Placido
MARKETING DIRECTOR: Laura Marongiu
HEAD OF COMMUNICATION: Irene Tomio

Opera di Firenze - Maggio Musicale Fiorentino
piazzale Vittorio Gui, 1 - 50144 Firenze
Tel. 055.2779.1 - Fax 055.2779204
www.operadifirenze.it
DIREZIONE GENERALE: Alberto Triola
DIR. MARKETING, COMUNICAZIONE E CORPORATE: Fabio Fassone
(Tel. 055.2779362
E-mail: f.fassone@maggiofiorentino.com)
RESP. RAPPORTI CON LA STAMPA: Paolo Klun (Tel. 055.2779251
E-mail p.klun@maggiofiorentino.com)
WEB CONTENT EDITOR: Daniele Milazzo
(Tel. 055.2779342
E-mail: d.milazzo@maggiofiorentino.com)

Osservatorio Branded Entertainment (OBE)
www.osservatoriobe.com
E-mail: info@osservatoriobe.com
PRESIDENTE: Laura Corbetta (Yam112003)
CONSIGLIO DIRETTIVO: Guido Surci (Havas Media Group Italia), Cristian Brambilla (Italiaonline), Francesca Sorge (Discovery Media), Simonetta Consiglio (Sisal Group)

Parole & Dintorni srl
via Antonio Stradivari, 6 - 20131 Milano
Tel. 02.20404727
Fax 02.20404743
www.paroleedintorni.it
E-mail: info@paroleedintorni.it
AMM. UNICO E DIR. GEN.: Riccardo Vitanza
VICE DIR. GEN.: Valentina Corna
ASSISTENTE DI DIREZIONE: Silvia Gramegna
ADDETTI STAMPA: Alessandra Bosi, Martina Roncoroni, Marta Falcon, Sara Bricchi, Tatiana Lo Faro, Valentina Aiuto
COLLABORATRICI ESTERNE: Elena Moretti, Luana Solla

PayperMoon Italia
Vedi settore Televisione - Produttori Televisivi:
PayperMoon Italia srl

(© riproduzione vietata)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Spettacolo ed entertainment

01 Distribution
(Divisione di Rai Cinema)
www.01distribution.it
Vedi **Rai Cinema spa**

100autori - Associazione dell'autorialità cinetelevisiva
(Associazione che rappresenta registi, sceneggiatori cinematografici e televisivi, autori di documentario, film d'animazione e autori legati al mondo dei new media)
via Vodice, 8 - 00195 Roma
Tel. 366.5096835 - Fax 06.3700038
www.100autori.it
Email: coordinamento@100autori.it
PRESIDENTE: Stefano Sardo
UFFICIO STAMPA E RELAZIONI ISTITUZIONALI: Concetta Gulino
(Email: coordinamento@100autori.it)

505 Games - (publishing internazionale)
Vedi **Digital Bros spa**

Accademia del Cinema Italiano Premi David di Donatello
via di Villa Patrizi, 8 - 00161 Roma
Tel. 06.4402766
Fax 06.8411746
www.daviddidonatello.it
E-mail: segreteria@daviddidonatello.it
PRESIDENTE: Giuliano Montaldo
SEGRETARIO GENERALE: Manuela Pineschi

Accademia Nazionale di Santa Cecilia - Fondazione Auditorium Parco della Musica
largo Luciano Berio, 3 - 00196 Roma
Tel. 06.80242501 - Fax 06.80242301
www.santacecilia.it
PRESIDENTE-SOVRINTENDENTE: Michele dall'Ongaro
RESP. MARKETING: Elisa Pettinari
(E-mail: marketing_comunicazione@santacecilia.it)
CAPO UFFICIO STAMPA: Daniele Battaglia
(E-mail: ufficio_stampa@santacecilia.it)

Activision Blizzard Italia srl
piazza Ezio Morelli, 9 - 20025 Legnano (Mi)
Tel. 0331.452970 - Fax 0331.451173
www.activision.com
E-mail: infoitalia@activision.com
GENERAL MANAGER: Paolo Chisari
SENIOR PR MANAGER: Francesco Corona

Adler Entertainment
c.so Venezia, 6 - 20121 Milano
Tel. 02.36686100
www.adler-ent.com - E-mail: info@adler-ent.com
AMM. DEL.: Marco Colombo
GENERAL MANAGER: Aldo Lemme
MARKETING MANAGER: Mattia Della Puppa
SALES MANAGER: Simona Montisci

Agis - Associazione generale italiana dello spettacolo
via di Villa Patrizi, 10 - 00161 Roma
Tel. 06.884731 - Fax 06.4404255
www.agisweb.it
E-mail: presidenza@agisweb.it

(© riproduzione vietata)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

LIBERTÀ

Data 12-08-2017
Pagina 30
Foglio 1

La sfida del cinema italiano girare film "senza frontiere"



Francesco Rutelli, il ministro Calenda, Lucia Milazzotto e Giancarlo Leone alla presentazione del Mia

La terza edizione del Mia si terrà a Roma dal 19 al 23 ottobre «L'industria dell'audiovisivo incontra i mercati internazionali»

Michele Borghi
michele.borghi@liberta.it

Il cinema italiano vuole crescere sui mercati esteri e si prepara a sfide ormai globali. Gli strumenti ci sono, basta leggere con attenzione la nuova legge Franceschini, la palla ora passa agli addetti ai lavori. In autunno il trampolino di lancio per film, serial tv, documentari e cartoon sarà il Mia - Mercato internazionale dell'audiovisivo, in programma a Roma dal 19 al 23 ottobre. La terza edizione della prestigiosa vetrina è stata presentata nella Capitale da Anica - Associazione nazionale industrie cinematografiche e audiovisive e Apt - Associazione produttori televisivi, sostenute da importanti partner istituzionali e sponsor privati.

«Ci aspettiamo un successo forte e in crescita per questo appuntamento, unico in Italia. Il Mia rappresenta un passo decisivo per la nostra industria del cinema e dell'audiovisivo e per la sua internazionalizzazione, in coerenza con la nuova legge di sistema», ha esordito Francesco Rutelli, presidente Anica.

Giancarlo Leone, ex direttore di Raiuno e ora presidente Apt, ha assicurato: «La prossima edizione del Mia segnerà un importante punto di svolta per il mercato nazionale ed internazionale dell'audiovisivo. Produttori e distributori di contenuti avranno a disposizione uno strumento unico per affermare la centralità dell'industria dell'audiovisivo e apprezzare il ruolo fondamentale della produzione italiana sempre più proiettata verso i mercati internazionali».

Leone ha inoltre sottolineato come il pieno sostegno del ministero dello Sviluppo economico, del ministero dei Beni e delle attività culturali, dell'Istituto per il commercio estero, della Regione Lazio e del programma Media sia «il segnale di un sistema Paese che si concentra sulle priorità industriali ed editoriali e crede nello sviluppo culturale e commerciale del cinema, delle serie, dei documentari e dell'animazione». Significativa a questo proposito la presenza, accanto al direttore editoriale Lucia Milazzotto, del ministro Carlo Calenda, di Nicola Zingaretti, presidente Regione Lazio, e di Giampaolo D'Andrea del Mibact. «Nel Mia abbiamo creduto fin dall'inizio. Permette di portare l'Italia all'estero e l'estero in Italia. E' la nostra missione in materia di cultura, servizi, industria, mercato», ha ribadito Calenda. Tra Palazzo Barberini, l'Hotel Bernini Bristol e il cinema Barberini, l'edizione 2017 del Mia si prepara ad accogliere produttori e distributori di contenuti audiovisivi da tutto il mondo. «Negli anni scorsi abbiamo riunito 1.500 accreditati da 58 Paesi», commenta soddisfatta il direttore Milazzotto. Tra i media partner anche la Fondazione Cinema per Roma.

> «Grandi opportunità per serial tv, cartoni e documentari» (Giancarlo Leone)

> «Passo decisivo per il settore, in coerenza con la nuova legge» (Francesco Rutelli)

Buyer da tutto il mondo

Grazie alle sezioni "Mia Cinema", "Mia Tv" e "Mia Doc" e alle numerose iniziative collaterali, Anica e Apt puntano a incoraggiare i player italiani ad instaurare o consolidare relazioni di business con l'estero. La parola d'ordine? Lanciare gli autori emergenti e supportare quelli affermati in un luogo dove vedere, acquistare e vendere le produzioni più recenti del cinema di qualità. Grande attenzione anche per l'industria seriale televisiva italiana che sta vivendo un momento speciale di profonda trasformazione. "Mia Tv" offrirà una selezione di ospiti internazionali e una folta delegazione Usa. Prevista la seconda edizione del "Drama series pitching forum" e, per la prima volta, gli "Italian Tv Upfronts" con tante anteprime internazionali.

Riconoscendo al Mia l'importante ruolo nel sostegno alle coproduzioni , il Fondo Eurimages del Consiglio d'Europa conferma il premio al Miglior progetto di "Mia Cinema". Edi - Effetti digitali italiani, azienda leader nel settore dei vfx, debutterà invece con il Mia Edi visionary Award, dedicato ai progetti dalla narrazione innovativa attraverso l' utilizzo degli effetti visivi.

Tra gli eventi del Mia 2017 spicca la VI edizione del premio "Carlo Bixio" per giovani autori alle prese con un progetto di serialità senza limiti di genere, con qualità di internazionalizzazione. Lo spazio "Yas - Young adult spotlight" accenderà infine i riflettori sui prodotti "kids& teens" e "young adult".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

GIORNALE DI SICILIA
PALERMO e PROVINCIA

Data 18-08-2017
Pagina 32
Foglio 1 / 2

CINEMA. «Happy winter» del palermitano Giovanni Totaro alla Mostra internazionale. Un film girato interamente sulla spiaggia con una piccola troupe di 15 persone

Le «capanne» di Mondello sbarcano a Venezia

Il regista: «Quelle casette riportano all'infanzia, al rifugio segreto costruito sugli alberi... Un viaggio tra i ricordi felici»

Personaggi e interpreti del film di Totaro il popolo delle «capanne» di Mondello e la famiglia - tipo di Giuseppe Comito, che si indebita pur di non rinunciare alle vacanze al mare.

Antonella Filippi
PALERMO

Il 6 settembre quando il regista palermitano Giovanni Totaro, 29 anni, e tanto di diploma del Centro sperimentale di cinematografia, sede Sicilia, in tasca, sbarcherà a Venezia, tra le star della Mostra internazionale del Cinema, per la proiezione ufficiale, sarà quasi tempo di dire «Happy winter», buon inverno, un augurio che chiude la stagione balneare e che è il titolo del suo film che verrà presentato in Laguna fuori concorso. Il lungometraggio documentario - sostenuto dalla Film commission siciliana e prodotto da Indyca, Zenit e Rai Cinema, montato da Andrea Maguolo, David di Donatello per «Jeeg Robot», e fotografato da Paolo Ferrari - è stato interamente girato sulla spiaggia di Mondello con una piccola troupe di 12/15 persone e il supporto della società Italo-Belga, che ha offerto servizi per la troupe durante le riprese e assistenza in spiaggia. Personaggi e interpreti: il popolo delle «capanne», abitante di quelle casette azzurre dal tetto rosso che «perimetrano» i cortili, luoghi di partite a carte, confidenze, moti dell'anima e pennichelle. Dove si parte restando a casa. E poi c'è la famiglia-tipo, quella di Giuseppe Comito, che si indebita pur di non rinunciare alle vacanze al mare, ci sono tre donne maniache della tintarella per sentirsi ancora giovani, e c'è un barista che cerca di guadagnare sempre di più in vista dell'inverno: tutti aspettano la notte di ferragosto per vivere da protagonisti la fiera della vanità estiva. Totaro, in vista del red carpet (sfilerà anche il regista catanese Sebastiano Riso, in concorso, con «Una famiglia», storia di utero in affitto) è emozionato: «La selezione di "Happy winter" a Venezia è un grande riconoscimento, che rinnova l'entusiasmo che ho profuso nel film e premia il lavoro collettivo fatto dalla troupe».

••• A partire dagli Italian Doc Screenings, si capiva che le «capanne» ne avrebbero fatta di strada...

«In effetti il progetto prima di divenire il lungometraggio ha avuto un suo percorso artistico/produttivo. Infatti il trailer che ho tratto dal cortometraggio - vero quaderno d'appunti per il lungo, e anche mio saggio di diploma al Csc - è stato presentato al Mercato internazionale audiovisivo di Roma, dove abbiamo vinto il premio del Mise, agli "HotDocs" di Toronto, dove è arrivato il premio del pubblico, e al Milano Film network, dove, oltre al premio in denaro, ci sono stati assegnati servizi per la post produzione».

••• Come è andata la caccia ai protagonisti?

«Il cast è stato definito nel 2015 durante i rinnovi delle cabine ad aprile: ho incontrato Giuseppe Comito e Tony Serio, rispettivamente il capo famiglia dei Comito e il candidato al Consiglio comunale. Nel 2016 ho scelto Anna D'Acquisto, la terza delle tre donne protagoniste».

••• Cos'ha Mondello di diverso?

«Qui è racchiusa la forza che permette alla capanna di diventare un luogo capace di aggiungere "rotondità" ai personaggi. Un'attenzione al dettaglio che non si ferma alla stravaganza tipica delle esagerazioni meridionali, ma raggiunge la sfera più intima e infantile dei bagnanti. La capanna diventa la casetta sull'albero sognata da piccoli, il rifugio costruito in giardino o sul divano con cuscini e coperte. Un luogo magico, seppur minuscolo, intimo nonostante sia circondato da decine di persone. Quasi sacro ma avvolto dalla spensieratezza delle vacanze al mare. Di anno in anno gli affittuari perfezionano l'allestimento interno tramandandosi modi e segreti dell'arredo, ogni suppellettile è conservata al termine della stagione estiva, al pari degli addobbi natalizi custoditi nel ripostiglio di casa».

••• Un rito contro la minaccia di estinzione...

«Lo spunto è partito proprio da questo rischio. La paura di un futuro senza capanne affonda le sue radici nel valore emotivo e nel legame familiare colmo di ricordi felici, che ciascun affittuario ha sviluppato con la propria cabina. Mantenere il villaggio per il "popolo delle capanne" equivale ad assicurarsi l'emozione di sentirsi giovani, la certezza di ritrovare amici che durante l'inverno diventa difficile incontrare. Le capanne come una roccaforte del tempo, rappresentano un'oasi sicura al riparo dalla crisi che priva lentamente la classe media dei traguardi raggiunti e dal timore sotterraneo di sentirsi inadeguati, impreparati davanti al nuovo, di perdere per sempre questo rifugio domestico per ritrovarsi spaesati, superati, peggio ancora, invecchiati». Stessa spiaggia e stesso mare si può, stessa età, purtroppo, no. (*ANFI*)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

GIORNALE DI SICILIA
PALERMO e PROVINCIA

Data 18-08-2017
Pagina 32
Foglio 2 / 2



Una scena di «Happy winter», interamente girato tra le capanne di Mondello: il 6 settembre sarà alla mostra del cinema di Venezia



Giovanni Totaro, 29 anni, regista palermitano


Le «capanne» di Mondello sbarcano a Venezia

Professione videomaker, in tasca il sogno di fermare il tempo

Da Pirandello a Neruda, show in Sicilia per Michele Placido

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

PILLOLE

Il Mia torna a ottobre

La terza edizione del Mercato Internazionale dell'Audiovisivo è in calendario a Roma dal 19 al 23 ottobre, subito dopo il MipCom (16-19 ottobre).

La tv italiana in Cina

Anica ha siglato un accordo di collaborazione triennale con SMG, uno dei principali conglomerati media in Cina. L'intesa punta a sostenere e promuovere la creazione di progetti di coproduzione tra l'Italia e la Cina nel campo televisivo compresi film, documentari, serie tv e cartoni animati. Una collaborazione che rientra nel Progetto Cina.

Su Tivùsat i24News

i24News, network internazionale di news sul Medio Oriente, approda su Tivùsat con due canali in Hd: i24News in inglese (Epg 81) e i24News in francese (Epg 82). Sono oltre tre milioni le smart card Tivùsat attive attualmente.

Gambero Rosso nel mondo

Il gruppo editoriale si è alleato con Giglio Group per la creazione e la distribuzione del nuovo canale internazionale Gambero Rosso, in lingua inglese.

Tv locali: i contributi?

Il sottosegretario alle Comunicazioni Giacomelli ha confermato che entro la pausa estiva sarà approvato il regolamento per l'erogazione dei contributi 2016.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Cinema & Video/International

NEWS
FESTIVAL & MERCATI

TIRANA/ PRIMO BALKAN FILM MARKET

● Si svolgerà dal 2 al 7 ottobre a Tirana la prima edizione del **Balkan Film Market** (BFM), organizzato, in collaborazione con **EURIMAGES** e il **Centro Nazionale della Cinematografia Albanese** (nel contesto delle attività che celebrano il suo 20esimo anniversario), con l'intento di incrementare lo scambio e la cooperazione fra i professionisti europei e dei paesi dei Balcani Occidentali.
"Alla nostra regione manca un mercato che si proponga di aiutare i filmmkers locali, un nuovo format creativo che non sia legato ad un festival e che sia dedicato esclusivamente alla cooperazione cross-balcanica" Ha dichiarato il direttore del BFM, **Andamion Murataj**.
Tre i pilastri su cui è costruito l'evento: Formazione, Sviluppo e Collaborazione. Ci saranno workshops, masteclasses e un panel che passerà in rassegna le diverse opportunità formative che la regione offre.
L'evento centrale sarà il **Pitch Balkan**, che si propone di dare un'opportunità ai progetti con una pregnante'rilevanza balcanica', sia in termini di contenuti che di strutturazione produttiva, riferendosi in questo caso a quelli che possono essere definiti come co-produzioni 'cross-border'.
Ad oggi hanno confermato la presenza, il produttore turco Zeynep Atakan, Palma d'Oro a Cannes per "Winter Sleep", gli ungheresi Andras Muhi and Monika Mecs (produttori di "On Body and Soul" Orso d'Oro alla Berlinale di quest'anno), Francois Margolin (vincitore dell'Orso d'Argento per "Death in Sarajevo").
Oltre a EURIMAGES , il BFM è organizzato con il supporto del **CNC** e del **MiBACT**.

MILANO/ VISIONI DAL MONDO SI ALLEA CON HOT DOCS

● **Visioni dal Mondo, Immagini dalla Realtà,** l'appuntamento con il cinema del reale organizzato da **UniCredit Pavilion** e dalla società di produzione **Frankieshowbiz**, ha siglato nello scorso luglio un accordo di collaborazione con **Hot Docs**, il più importante festival di documentari al mondo.
I frutti del prestigioso accordo si vedranno in occasione della terza edizione di Visioni dal Mondo, dal 5 all'8 ottobre all'Unicredit Pavillion di Milano, con una selezione, in anteprima italiana, di produzioni presentate alla 24° edizione di Hot Docs, conclusasi a Toronto nello scorso aprile. E' prevista anche la proiezione, in esclusiva per l'Italia, di "In the Name of All Canadians", il primo documentario prodotto da Hot Docs per commemorare il 150° anniversario della Confederazione del Canada. Inoltre, il presidente di Hot Docs, **Chris McDonald**, sarà ospite del festival milanese e parteciperà ad uno dei panel che verranno organizzati durante l'evento.
"Siamo molto orgogliosi della collaborazione con Hot Docs", ha dichiarato **Francesco Bizzarri**, Direttore Generale di Visioni dal Mondo e CEO della Frankieshowbiz: "Come il nostro Festival, Hot Docs, da anni punto di riferimento internazionale per il settore, promuove il cinema documentario quale forma d'arte in grado di raccontare la realtà arrivando laddove la fiction non riesce."

PALERMO/ TERZA IDS ACADEMY

● Si terranno dal 2 al 4 ottobre a Palermo gli IDS Academy, l'iniziativa ideata e prodotta da doc.it e diretta da **Heidi Gronauer** e **Massimo Arvat**.
Un' edizione, la terza, totalmente rinnovata, sia nella location, quella dei **Cantieri Culturali** alla **Zisa** presso la **Sede Sicilia** del **CSC – Centro Sperimentale di Cinematografia** a Palermo, che ospita il corso triennale di Cinema Documentario, sia nei contenuti, con una nuova linea mirata a creare uno spazio collaborativo di training. La scommessa è che si produce business attraverso la formazione, la condivisione e lo scambio di idee e di esperienze. Un'edizione più aperta, quindi, non più strutturata in presentazioni frontali solitamente previste da questo tipo di eventi. Viene meno , ad esempio, la parte industry dei progetti in stato già avanzato di produzione o sviluppo, che venivano presentati con i pitch one to one a commissioning editors prevalentemente stranieri.
"Le occasioni per andare all'estero non mancano, mentre è necessario uno spazio collaborativo e di riflessione dove i commissioning editors vengano con lo spirito di concentrarsi sullo stato dell'arte italiano, discutere di nuove idee, nuovi format, e non pensando per forza di dover dichiarare interesse concreto su un progetto ." Spiega **Edoardo Fracchia**, delegato di doc/it agli IDS.
Risponde a questa esigenza **Wiki Doc**, una nuova idea di pitch , in cui due progetti in corso d'opera verranno 'manipolati' sotto diversi punti di vista in maniera orizzontale all'interno di un processo di "collaborative solution" che coinvolgerà produttori, autori, esperti e decision makers.
Sempre all'insegna del 'learning by sharing' saranno i brevi talk **Get Inspired!**, in cui alcuni esperti condivideranno con il pubblico una propria esperienza emblematica originale, sia positiva che negativa, che possa essere di ispirazione per colleghi o esperti anche di settori diversi.

CANNES/ CONNESSIONI CREATIVE AL MIPCOM

● **Celebrerà i 25 anni di carriera al Mipcom, il mercato mondiale dell'entertainment di Cannes (dal 16 al 19 ottobre), Gordon Ramsay**, celebre chef e star televisiva di show di fama planetaria, quali "Hell's Kitchen", "MasterChef" e "Kitchen Nightmares".
Lo Studio Ramsay, rappresentato da **all3media international**, sta attualmente producendo i nuovi "F Word" e"Culinary Genius". Ramsay rivelerà i segreti del perdurare del suo successo e dei suoi brand all'interno del 'keynote speech'

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

del 16 ottobre. Altro ospite d'onore del Mipcom sarà **Courteney Monroe,** CEO di **National Geographic's Global Networks**, che illustrerà la strategia che sta dietro la produzione delle nuove serie, dove elementi di 'drama' si intersecano in maniera molto innovativa con fatti reali. Fra queste, la prima stagione di "Genius" serie prodotta da Ron Howard e Brian Grazer, con Geoffrey Rush, Johnny Flynn e Emily Watson, dedicata alla vita di Albert Einstein (ci sarà anche un assaggio della seconda, focalizzata su Pablo Picasso). Entrambi gli interventi fanno parte del tema del Mipcom di quest'anno, che è **la corsa globale alle connessioni creative (the global race for creative connections)**: sempre più frammentato e interessante, il mercato dei contenuti è nel bel mezzo di un mix di ispirazione creativa che sta ridefinendo l'industria.
Al **MIPJunior** (14-15 ottobre) invece, il futuro dell'entertainemnt per i più piccoli sarà discusso dal primo direttore creativo di MTV, l'imprenditore di 'serialità mediatica' **Fred Seibert**, fondatore di **Frederator Networks**, e chief creative officer di **WOW! Unlimited Media**; e da **Andy Yeatman**, che guida il team di programmazione per ragazzi e famiglie di Netflix, coprendo tutto il contenuto 'licensed' per la fascia 2-12 anni.

ROMA/ L'ECCELENZA ITALIANA AL MIA

● **Matching Excellence**: è questo il nuovo claim del **MIA**, il **Mercato Internazionale dell'audiovisivo**, la cui terza edizione si svolgerà a Roma, dal 19 al 23 ottobre, nel "distretto" di Piazza Barberini.
Il mercato è creato, sviluppato e prodotto da **ANICA** e **APT** con l'obiettivo di presentare alla ribalta internazionale il Sistema Italia, diviso nelle tre sezioni di **MIA CINEMA**, co-production market (dove il 50% dei progetti seelzionati nelle passate edizioni ha trovato realizzazione) e piattaforma di acquisto per le più recenti produzioni indipendenti, spalmate su 120 screening in 4 giorni; **MIA TV**, punto d'incontro di business, networking e dibattito dell'industria televisiva globale, che ospiterà la seconda edizione del **Drama Series Pitching Forum** e, per la prima volta, l'**Italian TV Upfront**; e **MIA DOC**, piattaforma di supporto alla co-produzione e distribuzione dei documentari e della factual tv.
Il MIA ospiterà poi due programmi speciali: uno sulle forme più innovative dell'animazione, e **YAS** (young adult spotlight) dedicato ai contenuti per giovani adulti, con uno special focus sulla graphic novel.
Fra i premi assegnati, il **Best MIA Cinema Project Award**, **MIA EDI Visionary Award**, offerto da **EDI Effetti Digitali Italiani**, che premierà i migliori effetti speciali di film, serie tv e documentari, e il **Premio Carlo Bixio**, rivolto a giovani scrittori della serialità televisiva, dai 18 ai 30 anni.





Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

GIORNALE dello SPETTACOLO

Data 09-2017
Pagina 26
Foglio 1

MIA, LA TERZA EDIZIONE A ROMA DAL 19 AL 23 OTTOBRE

La via per la crescita: innovazione e co-produzioni con altri paesi

di Nicoletta Gemmi @nicoash71

Il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo è un progetto in crescita che vede coinvolti partner istituzionali e sponsor privati. Organizzato dall'Anica (Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive Multimediali) e dall'Apt (Associazione Produttori Televisivi) avrà luogo a Roma dal 19 al 23 ottobre presso il distretto di Piazza Barberini.

"Il Mia sta crescendo, sempre di più. Quindi prendiamo atto della sua identità e di quanto i documentari, i lungometraggi e la Tv italiana ed europea siano importanti e di quanto interessino i venditori internazionali." Osserva il Direttore del Mia, Lucia Milazzotto "Questa edizione è fondamentale per continuare sulla strada dell'innovazione, perché vedrà in azione Mia Cinema, un mercato di co-produzione che ha realizzato più del 50% dei progetti selezionati. La vetrina What's Next Italy. Mia TV, un appuntamento di alto profilo per l'industria televisiva mondiale, con l'obiettivo principale di favorire il confronto e il networking, partnership, con accordi e nuove opportunità di business in un momento di profonda trasformazione dell'industria italiana. Tra gli appuntamenti più attesi, segnalo anche: la seconda edizione del Drama Series Pitching Forum e, per la prima volta, gli Italian Tv Upfront. Mia Doc, una piattaforma selettiva ed efficiente a sostegno delle co-produzioni e della distribuzione di documentari e factual. Focus del Mia Doc-Co-production Market & Pitching Forum nel 2017 è l'investigative, current affairs e human interest. Ampio spazio anche all'animazione grow up e ci tengo a precisare che grow-up non è animazione per adulti ma che comprende un ampio target che non si limita solo a quella per i più piccoli. Ci sarà anche spazio per la graphic-novel. Un'edizione decisiva per il nostro cinema e le nostre produzioni televisive".

> Documentari, lungometraggi e Tv italiana ed europea sono importanti e interessano i venditori internazionali.

Francesca Tauriello, responsabile di Mia Tv conferma "La fiction in Italia sta vivendo un momento di grande trasformazione e noi dobbiamo essere in grado di preservare e far crescere questo patrimonio. Sarà data un'attenzione particolare all'industria televisiva e alle co-produzioni con altri Paesi che ci hanno portato ad avere serie tv di grande prestigio come *I Medici* o *The Young Pope*, ma anche prodotti nazionali come *Gomorra* o *Il Commissario Montalbano* hanno ampiamente varcato i confini nazionali e hanno contribuito a creare questo periodo chiave per il mercato televisivo. Continuiamo dunque a perseguire con determinazione gli obiettivi che portiamo avanti dall'anno, e che contiamo di raggiungere, potenziando il lavoro e l'impegno in campo internazionale sia in direzione della crescita che in quello dell'esportazione".



LUCIA MILAZZOTTO.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

BOXOFFICE
Il mondo del cinema e il suo business

Data 15-09-2017
Pagina 10
Foglio 1



Lucia Milazzotto, direttrice editoriale del Mia

ECCO IL MIA

Il terzo appuntamento con il Mia - Mercato Internazionale Audiovisivo è previsto a Roma dal 19 al 23 ottobre 2017. L'appuntamento dedicato a produttori e distributori di contenuti audiovisivi (circa 1500 gli accreditati da 58 Paesi nelle precedenti edizioni), ideato, realizzato e prodotto da Anica e Apt cambia claim e logo, come annunciato a Roma a luglio: Matching Excellence è infatti il nuovo payoff. Cambia la location: tutte le attività si svolgeranno nel "distretto" di Piazza Barberini (Palazzo Barberini, Hotel Bernini Bristol, Cinema Barberini). L'edizione 2017 si compone di tre sezioni: Mia Cinema; Mia Tv (all'interno del quale si svolge la seconda edizione del Drama Series Pitching Forum e la prima degli Italian Tv Upfront) e Mia Doc. Mia è finanziato da MiSe, Ice, MiBact, Regione Lazio, e dal programma Media. Tra i partner figurano la Fondazione Cinema per Roma e il Fondo Eurimages; confermato il budget, in linea con l'anno scorso, 1,9mln di euro. Alla direzione editoriale del Mia, confermata Lucia Milazzotto.


Il dito sulla piaga
Le nostre storie vere sul grande schermo
10

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

ItaliaOggi

Data 27-09-2017
Pagina 19
Foglio 1

Mia punta sulle produzioni tv. *Mia, Mercato internazionale dell'audiovisivo di Roma, scommette sulle novità della sua sezione dedicata al drama televisivo, Mia Tv, nata per promuovere il network, gli accordi e la circolazione di idee dell'industria televisiva internazionale. Sono stati così selezionati, per esempio, 15 progetti in fase di sviluppo che verranno presentati in incontri riservati con varie emittenti.*



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

PUBBLI NOW! .com

Data 27-09-2017
Pagina 7
Foglio 1

EVENTI

MIA Matching Excellence 2017, novità e conferme per la terza edizione

A giugno aveva presentato la rinnovata identità visiva con i nuovi claim – "Matching Excellence" – e logo, ora MIA, il mercato trasversale di cinema, televisione e documentario arrivato alla sua terza edizione, presenta alcune anticipazione dell'evento che terrà a Roma dal 19 al 23 ottobre, presso il distretto Barberini. Ideato, realizzato e prodotto da Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche e Audiovisive e Associazione Produttori Televisivi e finanziato da Ministero dello Sviluppo Economico, ICE, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, Regione Lazio, e dal programma Media, MIA si avvale di un comitato editoriale che comprende, oltre ad Anica e Apt, anche CartoonIT, 100 Autori, Italian Film Commissions, Unefa. Sponsor tecnico è la Fondazione Cinema per Roma e partner il Fondo Eurimages del Consiglio d'Europa. Tra gli highlight di MIA Tv, sezione dedicata al drama televisivo nata per promuovere networking d'eccellenza, accordi e circolazione di idee nell'industria televisiva internazionale, ci sono i 15 progetti protagonisti del "Drama Series Pitching Forum". Si tratta di titoli in fase di sviluppo che verranno presentati in incontri riservati con commissioning editor e head of coproduction di società tra cui CBS Paramount, Entertainment One, BBC Worldwide, HBO, AMC Studios, Pinewood Tv, Oltremedia, ABC Studios, ITV, A+E. Durante l'edizione 2017 dell'evento, verranno inoltre presentate per la prima volta e in anteprima assoluta le migliori serie televisive italiane in lavorazione a broadcaster, head of drama, commissioning editor, distributori internazionali con l'obiettivo di mostrare l'eccellenza e la competitività della produzione italiana e favorirne l'esportazione. Nei panel e conversazioni di MIA Tv 2017 i top player dell'industria sono chiamati a discutere su temi di attualità facendo emergere connessioni e punti di vista originali. Questi incontri, ciascuno sul proprio terreno, hanno anche l'obiettivo di delineare gli elementi necessari per uno sviluppo internazionale della televisione italiana.


PUBBLI NOW!

A Milano al via il primo appuntamento con i MaadiDays

MAADI

MIA Matching Excellence 2017, novità e conferme per la terza edizione

MIA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

TODAY Pubblicità Italia

Data 27-09-2017
Pagina 15
Foglio 1

IN PROGRAMMA DAL 19 AL 23 OTTOBRE

MIA: 15 progetti protagonisti del 'Drama Series Pitching Forum'

MIA, Mercato Internazionale dell'Audiovisivo di Roma (in programma dal 19 al 23 ottobre), annuncia gli highlight della sua sezione dedicata al drama televisivo, **MIA TV**, nata per promuovere networking d'eccellenza, accordi e circolazione di idee nell'industria televisiva internazionale. Il board di MIA TV ha selezio nato i 15 progetti che saranno protagonisti del 'Drama Series Pitching Forum'. Si tratta di titoli in fase di sviluppo che verranno presentati in incontri riservati con commissioning editor e head of coproduction di società tra cui: **CBS Paramount**, **Entertainment One**, **BBC worldwide**, **HBO**, **AMC Studios**, **Pinewood TV**, **Oltremedia**, **ABC Studios**, **ITV**, **A+E**. Questi i progetti: *4 Words for Love* (Uk); *Beatrice Cenci - The Trial* (Italy); *Beautiful Minds - Bernini vs Borromini* (Italy); *The Brothers Nobel* (Denmark); *Cornucopia* (Iceland); *Don't Leave Me* (Italy); *Enemies* (Uk); *Ko3a Nostra* (Ukraine); *Red Orchestra* (Poland); *Replay* (France) *Survivors* (Italy); *The Emperor* (Finland, France, Germany); *The Pleasure Principle* (Poland); *Venice Rising* (Italy); *Woodland* (Uk). Per la prima volta, le migliori serie televisive italiane in lavorazione verranno presentate in anteprima assoluta a broadcasters, head of drama, commissioning editors, distributori internazionali con l'obiettivo di mostrare l'eccellenza e la competitività della produzione italiana e favorirne l'esportazione. Nei panel e conversazioni di MIA TV 2017 i top player dell'industria sono chiamati a discutere su temi di attualità facendo emergere connessioni e punti di vista originali. Questi incontri, ciascuno sul proprio terreno, hanno anche l'obiettivo di delineare gli elementi necessari per uno sviluppo internazionale della televisione italiana. Un panel che vedrà insieme alcune delle menti più brillanti della televisione globale: **Frank Spotniz**, già



Frank Spotnitz

ideatore di *X-Files*, *The man in the high castle* e reduce dall'esperienza 'italiana' di *Medici*, **Chris Brancato**, co-creatore di *Narcos* e noto per il suo lavoro in serie tv cult come *X-Files* e *Hannibal* e **Evan Katz**, executive producer di serie tv tra cui *24: Legacy*, *Body of proof* e *The event* racconteranno la loro esperienza a cavallo tra gli Studios storici e le realtà produttive più nuove come Amazon e Netflix, e analizzeranno le difficoltà e le opportunità di lavorare Europa.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Pordenone
IL GAZZETTINO

Data 12-10-2017
Pagina 1
Foglio 1 / 2

Pordenone La manifestazione in città





PRESIDENTE ASCOM ALBERTO MARCHIORI «PER LA CITTÀ SI RINNOVA UNA TRADIZONE»

Incontriamoci, il commercio rialza la testa

Sabato e domenica, due giorni per l'orgoglio del commercio cittadino. Anche se i venti sono di ripresa le attività economiche l'anno l'atica. La festa dei commercianti "Incontriamoci a Pordenone" nelle intenzioni dovrebbe essere il momento della svolta. Tante le inizitative. Zani a pagina V



INCONTRIAMOCI A PORDENONE Sabato e domenica la festa dei commercianti che avrà il suo clow con il bazar dei bambini che ha raggiunto il numero masso di iscrizioni

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Pordenone
IL GAZZETTINO

Data 12-10-2017
Pagina 1
Foglio 2 / 2

Incontriamoci, orgoglio del commercio Quest'anno ci sarà anche la "security"

▶Tante iniziative sabato e domenica per rilanciare il ruolo emporiale della città che sta soffrendo

▶Tra le iniziative il Bazar dei bimbi con 500 iscritti Le nuove regole impongono maggiore sicurezza

LA FESTA

PORDENONE Trentatré anni, alcune novità e un'eredità da non disperdere: torna sabato 14 e domenica 15 ottobre l'ormai tradizionale kermesse "Incontriamoci a Pordenone, promossa da Ascom-Confcommercio in collaborazione con il Comune di Pordenone, la Regione Friuli Venezia Giulia, l'associazione Sviluppo& Territorio e varie realtà associative locali. "I promotori - sottolinea Aldo Biscontin presidente mandamentale Ascom-Confcommercio - dimostrano di fare sistema, agganciando un 'iniziativa consolidata come Incontriamoci a Pordenone che tanto successo ha avuto le precedenti volte in cui è stata promossa. Domenica si potrà usufruire della città in tutti i suoi spazi con iniziative e spettacoli di ogni genere. Ma le difficoltà non mancano: "Più andiamo avanti con gli anni - aggiunge il presidente dell'Ascom Alberto Marchiori - e più diventa difficile sostenere qualunque tipo di manifestazione perché vengono meno le risorse, soprattutto quelle della Camera di commercio, che non è più di sostegno all'economia ma alla burocrazia. Ma è un'eredità importante che faremo di tutto per non perdere. Anche se, a parte i locali pubblici, non è che il commercio ne tragga vantaggi, è un investimento in marketing". "Una vetrina di cui tutti possono usufruire" - aggiunge l'assessore al Commercio Emanuele Loperfido, mettendo in evidenza due iniziative presenti nell'ambito della kermesse, la campagna "Io non rischio della Protezione civile e il Mia, mercatino dei prodotti agricoli in piazza Risorgimento. Fra i fiori all'occhiello, il bazar dei bambini organizzato dalla ProPordenone: "Ieri c'era la fila per le iscrizioni davanti alla sede della ProPordenone - racconta il presidente Giuseppe Pedicini - e nel primo giorno abbiamo già raggiunto quasi la metà degli iscritti degli altri anni. Alla fine, prevediamo che possano essere circa 500". Nel programma ci sono poi animazioni per bambini, spettacoli, folklore, giochi, mostre di pittura, di fotografia, di design, stand promozionali ed enogastronomici con prodotti tipici presentati dagli esercenti del capoluogo, oltre all'apertura dei negozi per la giornata festiva. Domenica 15 funzionerà il servizio di bus navetta linea rossa, che collegherà i parcheggi dell'Ospedale civile (via Montereale), della Fiera e del Centro commerciale Meduna con il centro cittadino. Il servizio è a cura dell'assessorato all'Ambiente del Comune di Pordenone e di Atap. Rilevanti, poi, le iniziative culturali promosse dalla Società operaia e dall'associazione Panorama, il mercato hobbistico promosso da Angelo Carlet in via Cavallotti (già 51 le adesioni), dove ritorna anche lo stand del prosciutto crudo di San Daniele, e in piazza Risorgimento l'appuntamento con Mia, il mercato alimentare con le eccellenze della gastronomia delle regioni d'Italia (attivo anche sabato 14). Via Mazzini sarà "La via dello Sport e del tempo libero", mentre nella loggia del municipio la tradizionale sfilata di Studiomadà vedrà protagoniste delle spose vere. E, ancora, la presentazione ufficiale delle squadre di Pallavolo femminile e campionati regionali under 16 maschile a cura Asd insieme per Pordenone e la visita guidata a cura di Pueri Cantores Sali sul campanile di San Marco. In piazza XX Settembre l'autoscuola Tavella presenterà Educazione stradale per bambini con un occhio ai genitori in collaborazione con Polizia stradale e in città si potrà incontrare anche il giocoliere Jurij Longhi, grazie alla Scuola sperimentale dell'attore Arlecchino errante. Particolare attenzione, quest'anno, anche agli aspetti della sicurezza e del rumore: "Abbiamo predisposto il piano della sicurezza - conferma Lorenzo Cardin -, anche se in maniera diversa da quello che si rende necessario per altre manifestazioni, dal momento che la nostra kermesse occupa tutta la città. Le vie di fuga sono comunque tantissime: non si tratta di un evento in una piazza chiusa. E avremo anche un servizio di security".

Lara Zani

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

il Fatto Quotidiano

Data 13-10-2017
Pagina 1
Foglio 1 / 2

CATTIVI L'autore della serie: "Ora faccio un padrino"

"Narcos & C. cannibali tv"

» STEFANO CASELLI

"La cosa più bella che possa capitare a uno scrittore è mettere lo spettatore di fronte a un dilemma morale. Secondo me ci siamo riusciti alla grande". Chris Brancato è un nome che ai più dirà poco, ma è sufficiente evocare *Narcos* e la presentazione è fatta. Brancato è infatti il creatore, insieme a Carlo Bernard e Doug Miro, della serie che ha lanciato Netflix nell'olimpo del tv show e che purtroppo è costata la vita all'assistente di produzione Carlos Muñoz Portal, trovato cadavere il 17 settembre a Temascalapa, la zona a più alta densità di omicidi del Messico dove stava cercando le *location* migliori per la quarta stagione.

A PAG. 17

"Dopo Narcos, Harlem Il crimine in tivù paga"

L'intervista *Chris Brancato, l'autore della saga su Escobar: "Il cinema non morirà, il piccolo schermo fa un lavoro diverso"*

» STEFANO CASELLI

"La cosa più bella che possa capitare a uno scrittore è mettere lo spettatore di fronte a un dilemma morale. Secondo me ci siamo riusciti alla grande". Chris Brancato è un nome che ai più dirà poco, ma è sufficiente evocare *Narcos* e la presentazione è fatta. Brancato è infatti il creatore, insieme a Carlo Bernard e Doug Miro, della serie che ha lanciato Netflix nell'olimpo del *tv show* e che purtroppo è costata la vita all'assistente di produzione Carlos Muñoz Portal, trovato cadavere il 17 settembre a Temascalapa, la zona a più alta densità di omicidi del Messico dove stava cercando le *location* migliori per la quarta stagione.

Sabato 21 ottobre Brancato sarà ospite del panel "Meet the showrunners", assieme a Frank Spotniz, ideatore di *X-Files*, al Mia di Roma, il Mercato internazionale dell'audiovisivo.

Mister Brancato, *Narcos*, dopo le prime due stagioni con Escobar protagonista, ha raccontato il cartello di Cali nella terza e si appresta a trasferirsi in Messico per la quarta, il tutto in poco più di tre anni. Non vede un rischio di *overbooking*?

No, la quarta la stiamo ancora scrivendo (*ride*). E poi sto lavorando anche a un film per Robert Dowing Jr e anche a una nuova serie tv che spero vedrà la luce il prossimo anno.

Qualche anticipazione?

Si chiamerà *Harlem Godfather* ("Il padrino di Harlem"), storia di "Bumpy" Johnson, il più influente e temuto criminale nero nella Harlem degli Anni 60 nonché seguace di Malcom X. Una storia di mafia newyorchese. Si vede che mi piacciono le *crime stories*?

Torniamo a *Narcos*...

Hollywood è sempre stata molto affascinata dalle *crime stories*, ma si poteva fare solo nella forma film da due ore. Questo significa sacrificare molti, a volte troppi, aspetti di vicende che si sviluppano in mille rigoli. Esattamente come quella di Pablo Escobar. Farlo per Netflix ti dà la possibilità di raccontare una storia in venti ore invece che in due.

Com'è nata la serie?

Per la prima stagione, oltre che autore, sono stato lo *showrunner* (il responsabile organizzativo delle operazioni giorno per giorno di una serie televisiva, *ndr*). Siamo stati in Colombia e abbiamo cominciato a pensare a come avremmo potuto raccontare questa storia. Era assolutamente necessario partire dall'inizio della carriera criminale di Escobar, così come dall'inizio della carriera di poliziotto dell'agente Murphy. Abbiamo potuto intrecciare la storia di due persone capitate occasionalmente nello stesso posto e destinate a combattersi. L'importante era dare una prospettiva "colombiana".

Quanta fiction e quanta realtà c'erano nel vostro Pablo?

Beh, quando si delinea un personaggio di cui non hai mai potuto ascoltare una conversazione, è impossibile fare a meno di un po' di drammaturgia. Per prima cosa, però, bisogna sporcarsi le mani. Io ho letto tutto quello che c'era da leggere su Pablo, ho parlato con chi lo aveva conosciuto direttamente o con chi aveva conosciuto da vicino la sua parabola, per esempio tutti gli agenti di polizia che gli hanno dato la caccia.

In Colombia è ancora difficile parlare di queste cose?

Molto, ma non nel senso che pensate voi. Non ne possono più di questa storia. Quando dicevo "sono qui per una serie su Pablo Escobar" la rea-

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

il Fatto Quotidiano

Data 13-10-2017
Pagina 1
Foglio 2 / 2

zione era più o meno sempre la stessa: "Oh no! Basta!". È un periodo della loro storia che preferirebbero dimenticare, ma per il resto del mondo è ancora un soggetto interessante.

All'inizio siete stati criticati perché il protagonista era un attore brasiliano...

Quando ho incontrato Wagner Moura studiava a Medellin per perfezionare il suo spagnolo. Appena l'ho visto ho capito subito che quella era la faccia che avrebbe dovuto avere Pablo, una faccia perfetta che sarebbe piaciuta al pubblico.

Così tanto da spingerlo a adamare un criminale sanguinario?

Per uno scrittore mettere il pubblico in condizione di amare un personaggio che sarebbe da odiare è un grande vantaggio, perché lo si mette in difficoltà. Molte persone mi hanno detto: "Io l'avrei votato, avrei voluto che sopravvivesse". Era nelle nostre intenzioni, porre il pubblico di fronte a un dilemma morale.

Tv e cinema giocano ormai nello stesso campo. Sopravviveranno come entità distinte?

Il cinema Usa sta diventando sempre più grande, con effetti speciali sempre più eclatanti e costosi. La tv è più adatta a esplorare i personaggi, a raccontare la vita delle persone. In più, adesso ha smesso di dover essere rassicurante e può raccontare anche *dark stories*. In ogni caso nulla potrà mai raggiungere l'esperienza del cinema. I film per il grande schermo continueranno a essere pensati per il cinema, così come le grandi serie tv continueranno a essere pensate per la tv.

Ha avuto modo recentemente di vedere qualche produzione italiana?

La saga dei Corleone, ma forse è un po' vecchia. Ho visto *Gomorra*, molto bello. Sarebbe bello poter vivere in Italia per un po', anche perché ho completamente dimenticato la lingua. Sono curioso di vedere come e quanto siete migliorati.

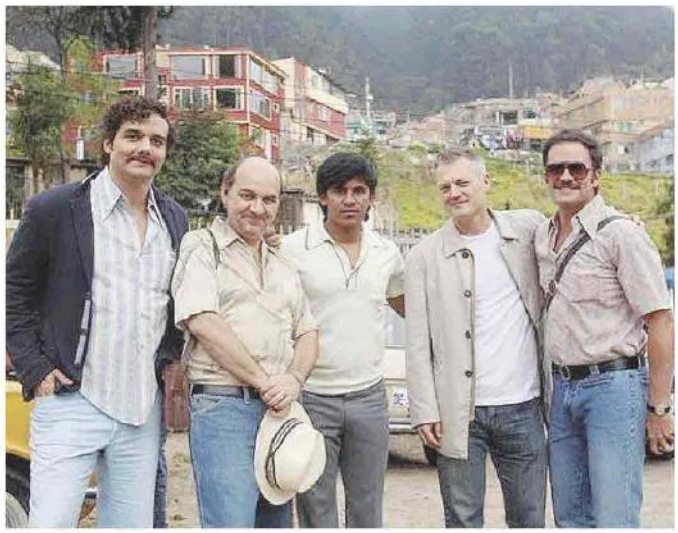
© RIPRODUZIONE RISERVATA

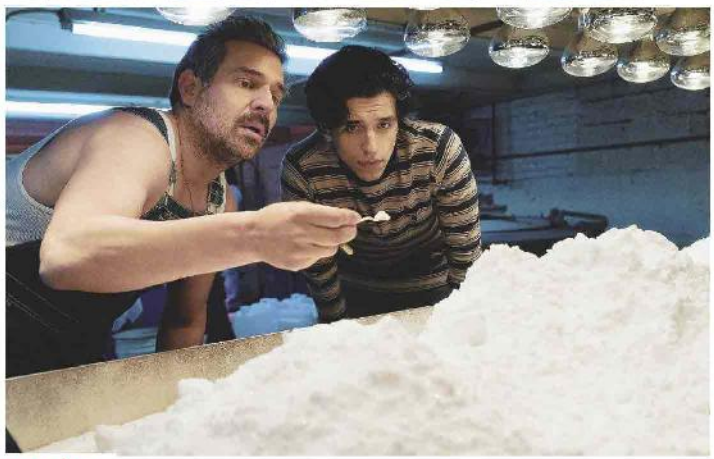
Condividi

MIA
FILM DOC TV SERIES
ROME 19-23/10 2017

LA TERZA EDIZIONE DEL "MIA"

Chris Brancato sarà uno dei protagonisti della terza edizione del MIA - Mercato Internazionale dell'Audiovisivo, che si terrà a Roma presso il distretto Barberini, dal 19 al 23 ottobre. Brancato sarà protagonista sabato 21 ottobre alle 15.30 per il panel "Meet the showrunners", insieme con Frank Spotniz, già ideatore di "X-Files"





Successo internazionale A lato, "Narcos", terza stagione. Sotto, sul set della prima: Chris Brancato è il secondo da sinistra, primo a destra Wagner Moura, "Pablo" *Netflix*

In Colombia non ne possono più. È un periodo della loro storia che preferirebbero dimenticare

Scrivo la storia di 'Bumpy' Johnson, il più temuto criminale nero degli Anni 60 nonché seguace di Malcom X

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

BOXOFFICE
Il mondo del cinema e il suo business

Data 15-10-2017
Pagina 3
Foglio 1

FESTA DEL CINEMA E MIA, ROMA SI PREPARA

di **Stefano Radice**

Tappe di avvicinamento al Mia (19 – 23 ottobre) e alla Festa del Cinema di Roma (26 ottobre – 5 novembre). Antonio Monda, direttore artistico della Festa, racconta a *Box Office* le linee lungo le quali si articolerà la manifestazione capitolina, appuntamento sempre più per la città. Lucia Milazzotto, che del Mercato Internazionale dell'Audiovisivo è direttrice editoriale, delinea la fisionomia di un appuntamento che si colloca strategicamente tra cinema e Tv.

a pagina **6**



Antonio Monda (Festa del Cinema) e Lucia Milazzotto (Mia)



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Pordenone
IL GAZZETTINO

Data 15-10-2017
Pagina 1+2
Foglio 1



Festa del commercio Oggi la città "invasa"

Incontriamoci sarà un vero successo. Ne sono sicuri i commercianti: oggi è la loro giornata. Gli appuntamenti.

Zani a pagina II



INCONTRIAMOCI Oggi la kermesse del commercio in città: nella foto il Bazar dei bambini

Tutti i divieti

Nella giornata di oggi funzionerà il servizio di bus navetta che collegherà i parcheggi dell'Ospedale, della Fiera e del Centro commerciale Meduna con il centro cittadino. Numerose le limitazioni al traffico. In particolare, dalle sei alle alle 21 vigerà il divieto di circolazione in tutte le vie cittadine interne delimitate dal ring, con l'eccezione dei veicoli autorizzati tra cui la protezione civile, medici in visita domiciliare urgente, forze dell'ordine, mezzi per il trasporto di disabili e chi deve essere sottoposto a terapie indispensabili e indifferibili, bus e veicoli autorizzati.

Riflettori sul commercio

"Incontriamoci", la città regala una grande festa

▶La mappa di luoghi e appuntamenti della 33esima edizione della kermesse

▶Immancabile il ritorno di Bazar 6-14 mostra-mercato e scambi tra i bambini

GLI APPUNTAMENTI

PORDENONE Animazioni per bambini, spettacoli, folklore, giochi, mostre di pittura, di fotografia, di design, stand promozionali ed enogastronomici con prodotti tipici, oltre all'apertura dei negozi per la giornata festiva: oggi il clou della kermesse autunnale "Incontriamoci a Pordenone", arrivata alla sua 33ma edizione. Questa la "mappa" dei principali appuntamenti.

PIAZZA XX SETTEMBRE

L'autoscuola Tavella presenta "Educazione stradale per bambini con un occhio ai genitori", in collaborazione con Polizia stradale. Nello stesso luogo, "Indagini in piazza con il commissario Tonelli", a cura Regional store Edizioni L'omino rosso, oltre a stand promozionali ed enogastronomici, caldarroste, giostra bambini Sci club Panorama con pista da sci di fondo e "Un cuore grande per la città dell'Associazione San Valentino e Ginnasium. Nel chiostro della Biblioteca multimediale, la società Panorama è presente con "L'Arte incontra... la città", rassegna di pittura, scultura e fotografia, e Hatha yoga per adulti alle 9.30 e yoga bimbi alle 15.30, a cura di Dance Mob.

PIAZZA CAVOUR

Stand artigianali e di sapori e artigianato clautano. Via Mazzini. Sarà "La via dello Sport e del tempo libero", dove si incontreranno le associazioni sportive e culturali del territorio, oltre agli stand enogastronomici.

CORSO GARIBALDI-VIA DE PAOLI

Allo 0434 caffè, incontro con la Comunità americana base Usaf di Aviano e stand con la pizza di Roncadin, oltre alla Castagnata della Panorama. Inoltre, giochi di ruolo e simulazioni con il club Inner circle ed esposizione e lavorazione bonsai all'esterno del palazzo della Provincia.

CORSO VITTORIO

Dalle 16 alle 19, di fronte al caffè Portorico, "Allievi in concerto", in collaborazione con l'associazione Cem-Segovia. A Palazzo Gregoris, nella sede della Società Operaia, mostra di Giorgio Altio dal titolo "Corti e Cortivi di Pordenone", con ingresso libero dalle 10 alle 19. Loggia del Municipio. Alle 16.30, "Incontriamoci con la moda d'autunno" a cura Studiomadà. A seguire, alle 18, presentazione ufficiale delle squadre di pallavolo femminile e campionati regionali under 16 maschile a cura Asd insieme per Pordenone. Dalle 15 alle 19, la visita guidata a cura di Pueri Cantores "Sali sul campanile di San Marco!". Fra piazza Calderari e piazza San Marco, spazio a "L'Aics incontra la piazza", a cura dell'Associazione cultura sport, comitato provinciale di Pordenone.

PIAZZA DELLA MOTTA

Mostra realizzata dall'Istituto tecnico professionale "Bruno Carniello", sede associata dell'Isis Sacile e Brugnera, "Creatività & Design", con progetti che saranno nel week end esposti al Museo di storia naturale. Immancabile, il mitico "Bazar 6-14", la mostra-mercato-scambio per aspiranti commercianti in piazza della Motta e via Martelli, promossa dall'associazione ProPordenone e Ascom in collaborazione con Centercasa. Nella ex Biblioteca civica, mostra filatelica "Storia dell'arte: l'arte nella storia" oltre a cartoline degli artisti della Destra Tagliamento Luigi Onofri e Valeria Bonazza e il francobollo personalizzato emesso dalle Poste Slovene dedicato a Palazzo Gregoris.

VIA CAVALLOTTI

Angelo Carlet organizza il Mercatino hobbistico, con castagnata, cicchetteria veggj e stand promozionale dell'Avis di Borgomeduna.

PIAZZA RISORGIMENTO

Appuntamento con Mia, il Mercato alimentare con le eccellenze della gastronomia delle regioni italiane. Spettacoli itineranti. Trio... banda variabile di invenzione musicale, Dance Mob, Criniere Birbone giochi per far divertire i più piccoli, Bubble Cirkus con il giocoliere Jurij Longhi a cura della scuola sperimentale dell'attore Arlecchino errante di Pordenone, Top Dance scuola di ballo, Passione arte danza a cura di Cem-Polinote.

Lara Zani

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

BOXOFFICE
Il mondo del cinema e il suo business

Data 15-10-2017
Pagina 6
Foglio 1

Le ambizioni del Mia

LA DIRETTRICE DEL MERCATO AUDIOVISIVO, **LUCIA MILAZZOTTO**, PRESENTA LA TERZA EDIZIONE DELL'APPUNTAMENTO INDUSTRY CHE SI SVOLGE DAL 19 AL 23 OTTOBRE



«Il Mercato Internazionale Audiovisivo si è rafforzato enormemente quest'anno». Lo afferma Lucia Milazzotto, direttrice del Mia, presentando a *Box Office* l'edizione 2017, che si svolge dal 19 al 23 ottobre a Roma, una settimana prima della Festa del Cinema. «Il Mia ha avuto due anni di avviamento», prosegue Milazzotto. «Nasce con l'ambizione di riprendere le esperienze che lo hanno preceduto come The Business Street ma, nello stesso tempo, di andare oltre. La fase di avviamento è stata inevitabile ma anche molto positiva, sia nei numeri che negli esiti: i progetti e le iniziative presentate hanno avuto risultati economici importanti fin dal 2015. All'inizio il Mia era un insieme di marchi e di tante iniziative singole e si è trasformato da contenitore a contenuto; ragiona per attività riconoscibili con forza editoriale. Abbiamo un parterre selezionato e un target profilato di produttori, che sono quelli che si concentrano su progetti di qualità per il piccolo e grande schermo e per i documentari e che spesso si trovano a essere trasversali tra i mondi. Abbiamo scelto una formula mista tra cinema e tv, e tra la formula classica del mercato cinematografico con incontri b2b preorganizzati e la formula del pitching, nella convinzione che questo tipo di impostazione possa favorire la commercializzazione dei progetti». Uno spazio determinante lo hanno le coproduzioni. Il Mia, infatti, presenterà 12 progetti di serie Tv internazionali, 15 film da tutto il mondo e tra 8 e 10 documentari televisivi: «Ci siamo focalizzati per avere un mercato coproduttivo forte e riteniamo che la nostra proposta sia efficiente». Tra le novità, c'è il potenziamento dello spazio del What's Next dedicato alle anticipazioni. Spiega Milazzotto: «Il Mia arriva dopo Toronto e il Mip di Cannes ed è un'occasione di mercato non solo per i nuovi progetti ma anche per quelli che hanno già avuto una storia commerciale. Al Mia si chiudono accordi a livello europeo ma si lavora anche sulla stagione successiva. Per questo abbiamo potenziato What's Next, che si consolida nell'obiettivo di avere una visione sul prodotto dell'anno prossimo, cosa che può aiutare soprattutto il cinema italiano a farsi conoscere. Inoltre accompagniamo tutti i prodotti presenti verso l'internazionalizzazione». Per quanto riguarda la coesistenza tra l'anima cinematografica e quella televisiva del Mia, Milazzotto afferma: «Cinema e Tv sono equilibrate ma il mondo è sempre più intrecciato; è difficile distinguere tra produttori di film e di contenuti televisivi. Questa edizione si presenta con grande equilibrio tra i due ambiti. Abbiamo il triplo di progetti Tv che ci sono stati proposti e anche il versante cinema sta crescendo. Gli operatori stanno capendo che al Mia si può fare business». Sotto il profilo dell'assetto istituzionale questo è un anno di cambiamenti: le altre edizioni avevano visto il Mia come brand Anica e Apt attuato da Fondazione Cinema per Roma, che invece quest'anno è solo partner del mercato. Aggiunge la manager: «Il budget che abbiamo a disposizione è circa 1,9 milioni, in linea con l'anno scorso; contribuiscono il Mise in massima parte, la Regione Lazio e il Mibact. È uscita la Fondazione Cinema per Roma, che comunque è rimasta partner del Mia, portando le competenze e il know how legati al cinema e alle esperienze pregresse di The Business Street che abbiamo voluto mantenere; un patrimonio importante che abbiamo conservato». Quest'anno il Mia ha anche una nuova location: «Le Terme di Diocleziano erano una sede suggestiva ma che non favoriva la relazione tra operatori. Abbiamo avuto la fortuna di avere accesso a Palazzo Barberini che sarà dedicato alla parte business, con i sales, gli incontri e il mercato di coproduzione. Inevitabile, quindi, appoggiarsi al cinema Barberini per le proiezioni e all'Hotel Bernini, la cui terrazza sarà un importante luogo di incontro, mentre il mezzanino avrà due sale per i convegni; anche una vicina chiesa sconsacrata sarà dedicata ai meeting. Più spazi, quindi, e non troppo grandi, ottimali per favorire lo scambio tra operatori. Manteniamo l'attenzione su prodotto kids, young adult, animation, dando continuità al lavoro degli anni scorsi». ***(sr)***

IL MERCATO SI ARTICOLA
SULL'EQUILIBRIO TRA CINEMA E TV E PUNTA SULLE COPRODUZIONI



Il cinema Barberini è una delle sedi del Mia insieme all'Hotel Bernini

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Friuli
IL GAZZETTINO

Data 15-10-2017
Pagina 7
Foglio 1 / 2

Riflettori sul commercio

"Incontriamoci", la città regala una grande festa

▶La mappa di luoghi e appuntamenti della 33esima edizione della kermesse

▶Immancabile il ritorno di Bazar 6-14 mostra-mercato e scambi tra i bambini

GLI APPUNTAMENTI

PORDENONE Animazioni per bambini, spettacoli, folklore, giochi, mostre di pittura, di fotografia, di design, stand promozionali ed enogastronomici con prodotti tipici, oltre all'apertura dei negozi per la giornata festiva: oggi il clou della kermesse autunnale "Incontriamoci a Pordenone", arrivata alla sua 33ma edizione. Questa la "mappa" dei principali appuntamenti.

PIAZZA XX SETTEMBRE

L'autoscuola Tavella presenta "Educazione stradale per bambini con un occhio ai genitori", in collaborazione con Polizia stradale. Nello stesso luogo, "Indagini in piazza con il commissario Tonelli", a cura Regional store Edizioni L'omino rosso, oltre a stand promozionali ed enogastronomici, caldarroste, giostra bambini Sci club Panorama con pista da sci di fondo e "Un cuore grande per la città dell'Associazione San Valentino e Ginnasium. Nel chiostro della Biblioteca multimediale, la società Panorama è presente con "L'Arte incontra... la città", rassegna di pittura, scultura e fotografia, e Hatha yoga per adulti alle 9.30 e yoga bimbi alle 15.30, a cura di Dance Mob.

PIAZZA CAVOUR

Stand artigianali e di sapori e artigianato clautano. Via Mazzini. Sarà "La via dello Sport e del tempo libero", dove si incontreranno le associazioni sportive e culturali del territorio, oltre agli stand enogastronomici.

CORSO GARIBALDI-VIA DE PAOLI

Allo 0434 caffè, incontro con la Comunità americana base Usaf di Aviano e stand con la pizza di Roncadin, oltre alla Castagnata della Panorama. Inoltre, giochi di ruolo e simulazioni con il club Inner circle ed esposizione e lavorazione bonsai all'esterno del palazzo della Provincia.

CORSO VITTORIO

Dalle 16 alle 19, di fronte al caffè Portorico, "Allievi in concerto", in collaborazione con l'associazione Cem-Segovia. A Palazzo Gregoris, nella sede della Società Operaia, mostra di Giorgio Altio dal titolo "Corti e Cortivi di Pordenone", con ingresso libero dalle 10 alle 19. Loggia del Municipio. Alle 16.30, "Incontriamoci con la moda d'autunno" a cura Studiomadà. A seguire, alle 18, presentazione ufficiale delle squadre di pallavolo femminile e campionati regionali under 16 maschile a cura Asd insieme per Pordenone. Dalle 15 alle 19, la visita guidata a cura di Pueri Cantores "Sali sul campanile di San Marco!". Fra piazza Calderari e piazza San Marco, spazio a "L'Aics incontra la piazza", a cura dell'Associazione cultura sport, comitato provinciale di Pordenone.

PIAZZA DELLA MOTTA

Mostra realizzata dall'Istituto tecnico professionale "Bruno Carniello", sede associata dell'Isis Sacile e Brugnera, "Creatività & Design", con progetti che saranno nel week end esposti al Museo di storia naturale. Immancabile, il mitico "Bazar 6-14", la mostra-mercato-scambio per aspiranti commercianti in piazza della Motta e via Martelli, promossa dall'associazione ProPordenone e Ascom in collaborazione con Centercasa. Nella ex Biblioteca civica, mostra filatelica "Storia dell'arte: l'arte nella storia" oltre a cartoline degli artisti della Destra Tagliamento Luigi Onofri e Valeria Bonazza e il francobollo personalizzato emesso dalle Poste Slovene dedicato a Palazzo Gregoris.

VIA CAVALLOTTI

Angelo Carlet organizza il Mercatino hobbistico, con castagnata, cicchetteria veggj e stand promozionale dell'Avis di Borgomeduna.

PIAZZA RISORGIMENTO

Appuntamento con Mia, il Mercato alimentare con le eccellenze della gastronomia delle regioni italiane. Spettacoli itineranti. Trio... banda variabile di invenzione musicale, Dance Mob, Criniere Birbone giochi per far divertire i più piccoli, Bubble Cirkus con il giocoliere Jurij Longhi a cura della scuola sperimentale dell'attore Arlecchino errante di Pordenone, Top Dance scuola di ballo, Passione arte danza a cura di Cem-Polinote.

Lara Zani

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Friuli
IL GAZZETTINO

Data 15-10-2017
Pagina 7
Foglio 2 / 2



INCONTRIAMOCI Oggi la kermesse del commercio in città: nella foto il Bazar dei bambini

Tutti i divieti

Nella giornata di oggi funzionerà il servizio di bus navetta che collegherà i parcheggi dell'Ospedale, della Fiera e del Centro commerciale Meduna con il centro cittadino. Numerose le limitazioni al traffico. In particolare, dalle sei alle 21 vigerà il divieto di circolazione in tutte le vie cittadine interne delimitate dal ring, con l'eccezione dei veicoli autorizzati tra cui la protezione civile, medici in visita domiciliare urgente, forze dell'ordine, mezzi per il trasporto di disabili e chi deve essere sottoposto a terapie indispensabili e indifferibili, bus e veicoli autorizzati.


Riflettori sul commercio
"Incontriamoci", la città regala una grande festa

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Messaggero Veneto Pordenone
GIORNALE DEL FRIULI

Data 16-10-2017
Pagina 14
Foglio 1

L'AREA DA RILANCIARE

Piazza Risorgimento ai margini

Presenti una ventina di produttori del mercato alimentare italiano

È stata inserita nella kermesse di Incontriamoci, ma è una zona di Pordenone che rimane sempre un po' ai margini: per quanta gente arrivi in piazza Risorgimento, ce n'è sempre di meno rispetto alle altre aree della festa. Ieri la giornata è stata un po' ondivaga, arrancando la mattina e garantendo invece un buon exploit il pomeriggio, con un notevole afflusso di persone che hanno affollato l'area centrale ricca delle bancarelle di Mia, il mercato italiano alimentare, che ha portato una ventina di produttori alimentari e aziende agricole da tutt'Italia, nonché alcune attrazioni per bambini nella zona a ridosso di viale Cossetti.

«Siamo soddisfatti di come è andata l'iniziativa – ha commentato il sindaco Alessandro Ciriani –. Da pochi giorni, nella piazza, c'è anche un nuovo locale, il vagone bavarese, che sta portando gente e mi pare che, pur essendo all'inizio dell'attività, abbia già soddisfazioni. Noi ci stiamo provando a rilanciare la piazza e ci conforta l'apprezzamento dei residenti: se non facessimo niente sarebbe peggio». Anche da parte dell'Ascom c'è il medesimo punto di vista, garantendo il sostegno per spingere sempre di più questa piazza, anche da un punto di vista commerciale. Quello che l'associazione di categoria chiede è un maggiore coinvolgimento delle attività economiche che insistono sull'area: magari proponendo bancarelle e idee in circostanze come quella di Incontriamoci, che porta gente in piazza.

Dopo questa due giorni di mercato italiano in piazza Risorgimento, l'idea è che l'evento possa ripetersi a cadenza fissa durante l'anno.

©RIPRODUZIONE RISERVATA


Pordenone
Incontriamoci riempie la città
Piazza Risorgimento ai margini
Turrini

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

LA STAMPA

Data 17-10-2017
Pagina 39
Foglio 1

Sorpresa, la nostra commedia riconquista l'estero E spuntano fantasy e thriller

Le anticipazioni dei film in vetrina per l'esportazione Anica e Apt: "Bene, ma siamo deboli sullo star-system"



Commedia *Tra i film in vetrina al Mia c'è «Il premio» di Alessandro Gassmann*

il caso

ROMA

Il cinema italiano va alla guerra. E la novità è che le armi sono cambiate. I film in vetrina al Mia, il Mercato dell'audiovisivo in programma a Roma dal 19 al 23 ottobre, segnalano gusti, generi e caratteristiche diversi.

La commedia, in passato accusata di non riuscire a varcare i confini nazionali perché penalizzata da limiti dialettali e situazioni troppo nostrane, funziona come ai bei tempi. E acquista forza quando, come in *Perfetti sconosciuti* (in Spagna Álex de la Iglesia ha appena finito il remake e ora si attende quello americano) riesce ad essere in sintonia con l'aria del tempo. Quindi grande attesa (nella sezione What's next Italy, dedicata ai compratori europei) per *The place*, firmato ancora da Paolo Genovese, per *Il premio* di Alessandro Gassmann, per *Sono tornato* di Luca Miniero, remake del successo tedesco *I'm back*, in cui a riapparire sulla scena politica non è Hitler ma Mussolini.

Ma non finisce qui. L'Italia acquista rilevanza anche in terreni per anni poco battuti: il fantasy, presente con *Il libro delle visioni*, opera prima di Carlo Shalom Hintermann, e con *Il ragazzo invisibile 2* di Gabriele Salvatores, il thriller che vira sul dark con *Ride* di Jacopo Rondinelli, il dramma con *Figlia mia* di Laura Bispuri.

Ma al Mia, dove la cifra degli accreditati supera quota 1300 e dove sono attesi executives delle più importanti realtà dell'industria mondiale, da *Hbo* a *Bbc*, da *Channel 4* a *Cbs*, da *Vice* a *Fox*, si avranno assaggi di prossime, importanti imprese. Dal regista di *Indivisibili* Edoardo De Angelis alle prese con *The vice of hope*, sulla vicenda di un sacerdote non convenzionale trasferito in una località desolata, ai progetti di coproduzioni presentati da Matteo Garrone e dal brasiliano Walter Salles.

Uno dei problemi da affrontare, spiegano Francesco Rutelli, capo dell'Anica, e Giancarlo Leone, alla guida dell'Apt, riguarda lo star-system, che va rafforzato e ringiovanito: «Servono nomi di attori noti all'estero. Un ottimo esempio è Jasmine Trinca, ma bisogna incrementare».

Marciano invece benissimo le serie tv, dopo *Romanzo criminale* e *Suburra*, ecco *Gheddafi*, prodotta da Palomar, *Nel nome della rosa*, realizzata da Matteo Levi, *L'amica geniale* con la regia di Saverio Costanzo, *Django* e *Suspiria* che, dopo il remake di Guadagnino, potrebbe avere sviluppo seriale.

Su tutto questo clima effervescente il decreto Franceschini, sulle quote di audiovisivo italiano da mandare in onda, pesa come miraggio positivo, ma anche come temibile limitazione: «La legge - dice Rutelli - risolve problemi cruciali come la divaricazione tra autori e industria. I primi, da questo momento, sapranno che è necessario fare un cinema che corrisponda anche a esigenze industriali. Andare in prima serata sui canali Rai significa essere spinti a uscire dalla nicchia. E poi, finalmente, si parla di investimenti e non di assistenza». Secondo Leone il provvedimento è, invece «perfettibile». Ovvero: «Le quote di investimenti sono importanti, ma non si possono imbrigliare i produttori con le norme sugli orari di programmazione. E sugli obblighi di trasmissione bisogna trovare forme meno coercitive, che siano vissute come opportunità, non come vincoli». [F. C.]

BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



Fantasy *A destra una scena del film «Il libro delle visioni», di Carlo Shalom Hintermann: l'Italia acquista rilevanza anche in generi per anni poco battuti, come il fantasy*



Dramma *Una scena di «Figlia mia» Da sinistra le attrici Sara Casu, Alba Rohrwacher e Valeria Golino*

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

DailyMedia

Data 18-10-2017
Pagina 23
Foglio 1

Gli appuntamenti della settimana

OGGI

■ **Iab Internet Motors** dalle 9, presso il Salone delle Fontane in via Ciro il Grande, 10-12 ROMA. Info: info@iabseminar.it.

■ Torna, per il terzo anno consecutivo, **Brandy**, il primo forum evento dedicato ai brand e alla loro evoluzione. L'appuntamento anche quest'anno è oggi e domani dalle 9:00, presso gli East End Studios di MILANO (Studio Novanta, via Mecenate, 88/A). Info e agenda: www.brandyspace.com.

■ Press day di **Frau Verona** per la presentazione della Collezione Calzature Pe 2018, dalle 10 alle 18, presso lo Show Room Frau, in corso Venezia 12, a MILANO. R.S.V.P. comunicazione@sanpolo2029.it.

■ **Tv2000** presenta il programma "Padre nostro" con don Marco Pozza, alle 16, presso la Filmoteca Vaticana, Sala Cardinal Deskur, Palazzo San Carlo (accesso da piazza Sant'Uffizio), a ROMA. R.S.V.P. ufficiostampa@tv2000.it (entro 16 ottobre).

■ IED - Istituto Europeo di Design, in collaborazione con la Reputation Agency Competence, propone una tavola rotonda sul tema della **Brand Reputation,** alle 18 in via Sciesa 4 a MILANO. Info: aondio@compcom.it.

DOMANI

■ **Bauli** invita all'evento open morning (9:00 – 14:00) che si terrà allo Spazio Theca in Piazza Castello, 5 a MILANO. Verranno presentati: la web serie Bauli "Lezioni di morbidezza" realizzata in collaborazione con OffiCine e i nuovi 2 Muffin XL Bauli. Alle 11:30 si terrà la conferenza stampa in cui interverranno: Michele Bauli, Vicepresidente del Gruppo Bauli, e Luca Lucini, regista e direttore artistico. R.S.V.P. Sara.DellaNoce@aidapartners.com.

■ Christoph Reden e Andrea Gavotto vi aspettano per un incontro sul futuro di **White, Red & Green**. Alle 10 Les Gitanes Bistrot, Via Forcella 2, MILANO. R.S.V.P. gavotto@wrgitaly.com.

■ Invito alla conferenza stampa del nuovo **SsangYong Rexton** che arriva in Italia. Alle 11 presso il MUDEC in via Tortona 56 a MILANO. R.S.V.P. LGuglielmi@webershandwick.com.

VENERDÌ 20 OTTOBRE

■ Invito al panel "I nuovi linguaggi dell'animazione" che si terrà in occasione del MIA, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo, alle 11:30 presso la Sala Turchese del Bernini Bristol Hotel (Piazza Barberini 23, ROMA). All'evento, che celebra il 25esimo anniversario di **Cartoon Network**, interverrà Jaime Ondarza, SVP Southern Europe & Africa di Turner. R.S.V.P. martina.margiotti@turner.com; susanna.gianni@turner.com.

■ Evento di premiazione di **Samsung eneloop expedition** 2100. Alle 15, presso Châteauform La Cascina Erbatici, Mezzana Bigli a PAVIA. Per i giornalisti interessati a partecipare è previsto il trasferimento da Milano. Per confermare la partecipazione: Theoria – Simona Brozzi simona@theoria.it 346 9456410.

LUNEDÌ 23 OTTOBRE

■ **Mediaset, IULM e Confindustria Radio Televisioni** invitano alla presentazione della ricerca **Emozioni On Demand.** Analisi dell'efficacia di nuove piattaforme per la fruizione di contenuti video e multimediali. Dalle 10:30 presso Università IULM Aula Seminari, via Carlo Bo 1, MILANO. R.S.V.P. direzionecomunicazione@mediaset.it.

■ Convegno, Privacy digitale e protezione dei dati personali tra persona e mercato, promosso dalla **Fondazione CESIFIN** in collaborazione con la **Collana di Studi giuridici per l'innovazione "Diritto delle Nuove Tecnologie"**. Dalle 14:30, presso Palazzo Incontri, via dei Pucci 1, FIRENZE. Partecipazione gratuita e riservata a coloro che abbiano confermato la presenza entro il 20 ottobre. Registrazione online su www.cesifin.it, iscrizioni fino ad esaurimento posti.

MARTEDÌ 24 OTTOBRE

■ **LifeGate ed Eumetra Monterosa** la invitano alla presentazione di "Milano Sostenibile – L'Osservatorio sullo stile di vita sostenibile", che verrà presentato alle 11 presso Sala Auditorium - Acquario Civico, Viale Gadio 2, MILANO. R.S.V.P. entro il 19 ottobre lifegate@aidapartners.com.

MERCOLEDÌ 25 OTTOBRE

■ Conferenza stampa **Clementoni**: "50 anni di gioco. A scuola di coding con Sapientino". Alle 10:30 pressoVilla Necchi Campiglio in via Mozart 14 a MILANO. R.S.V.P. angelina.zoner@ketchum.com.

■ Seminario a pagamento **UPA** "KPI - Key Performance Indicator", dalle 14:30 alle 18 presso Centro Svizzero, via Palestro 2 a MILANO. Info e iscrizioni: http://www.upa.it/ita/kpi-corso/iscriviti-al-seminario-upa-kpi-key-performance-indicator.html.

GIOVEDÌ 26 OTTOBRE

■ **Samsung Electronics Italia** invita al WOW | Wide Opportunities World, terza edizione del Samsung Business Summit, dedicato al tema della Cybersecurity. Dalle 9, presso The Mall, Piazza Lina Bo Bardi 1, MILANO. R.S.V.P. SamsungPRIT@edelman.com.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

agenda

Oggi

■ **INTERNET MOTORS**

Roma dalle 9

Iab Internet Motors dalle 9, presso il Salone delle Fontane in via Ciro il Grande, 10-12 ROMA. Info: info@iabseminar.it.

■ **BRANDY**

Milano dalle 9

Torna, per il terzo anno consecutivo, **Brandy**, il primo forum evento dedicato ai brand e alla loro evoluzione. L'appuntamento anche quest'anno è **oggi e domani** presso gli East End Studios di MILANO (Studio Novanta, via Mecenate, 88/A). Info e agenda: www.brandyspace.com.

■ **FRAU**

Milano dalle 10 alle 18

Press day di **Frau Verona** per la presentazione della Collezione Calzature Pe 2018, dalle 10 alle 18, presso lo Show Room Frau, in corso Venezia 12, a MILANO. R.S.V.P. comunicazione@sanpolo2029.it.

■ **PADRE NOSTRO**

Roma alle 16

Tv2000 presenta il programma "Padre nostro" con don Marco Pozza, alle 16, presso Filmoteca Vaticana, Sala Cardinal Deskur, Palazzo San Carlo (accesso da piazza Sant'Uffizio), a ROMA. R.S.V.P. ufficiostampa@tv2000.it (entro 16 ottobre).

■ **BRAND REPUTATION**

Milano alle 18

IED - Istituto Europeo di Design, in collaborazione con la Reputation Agency Competence, propone una tavola rotonda sul tema della **Brand Reputation,** alle 18 in via Sciesa 4 a MILANO. Info: aondio@compcom.it.

Domani

■ **BAULI**

Milano dalle 9 alle 14

Bauli invita all'evento open morning (9:00 – 14:00) che si terrà allo Spazio Theca in Piazza Castello, 5 a MILANO. Verranno presentati: la web serie Bauli "Lezioni di morbidezza" realizzata in collaborazione con OffiCine e i nuovi 2 Muffin XL Bauli. Alle 11:30 si terrà la conferenza stampa in cui interverranno: Michele Bauli, Vicepresidente del Gruppo Bauli, e Luca Lucini, regista e direttore artistico. R.S.V.P. Sara.DellaNoce@aidapartners.com.

■ **WHITE, RED & GREEN**

Milano alle 10

Christoph Reden e Andrea Gavotto vi aspettano per un incontro sul futuro di **White, Red & Green.** Alle 10 Les Gitanes Bistrot, Via Forcella 2, MILANO. R.S.V.P. gavotto@wrgitaly.com.

■ **SSANGYONG REXTON**

Milano alle 11

Invito alla conferenza stampa del nuovo **SsangYong Rexton** che arriva in Italia. Alle 11 presso il MUDEC in via Tortona 56 a MILANO. R.S.V.P. LGuglielmi@webershandwick.com.

Venerdì 20 ottobre

■ **I NUOVI LINGUAGGI DELL'ANIMAZIONE**

Roma alle 11:30

Invito al panel "I nuovi linguaggi dell'animazione" che si terrà in occasione del MIA, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo, alle 11:30 presso la Sala Turchese del Bernini Bristol Hotel (Piazza Barberini 23, ROMA). All'evento, che celebra il 25esimo anniversario di **Cartoon Network**, interverrà Jaime Ondarza, SVP Southern Europe & Africa di Turner. R.S.V.P. martina.margiotti@turner.com; susanna.gianni@turner.com.

■ **ENELOOP EXPEDITION 2100**

Milano alle 15

Evento di premiazione di **Samsung eneloop expedition 2100**. Alle 15, presso Châteauform La Cascina Erbatici, Mezzana Bigli a PAVIA. Per i giornalisti interessati a partecipare è previsto il trasferimento da Milano. Per confermare la partecipazione: Theoria – Simona Brozzi simona@theoria.it 346 9456410.

Lunedì 23 ottobre

■ **EMOZIONI ON DEMAND**

Milano dalle 10:30

Mediaset, IULM e Confindustria Radio Televisioni presentano la ricerca **Emozioni On Demand.** Analisi dell'efficacia di nuove piattaforme per la fruizione di contenuti video e multimediali. Dalle 10:30 presso Università IULM Aula Seminari, via Carlo Bo 1, MILANO. R.S.V.P. direzionecomunicazione@mediaset.it.

■ **PRIVACY DIGITALE E PROTEZIONE DEI DATI**

Firenze dalle 14:30

Convegno, Privacy digitale e protezione dei dati personali tra persona e mercato, promosso dalla **Fondazione CESIFIN** in collaborazione con la **Collana di Studi giuridici per l'innovazione "Diritto delle Nuove Tecnologie"**. Dalle 14:30, presso Palazzo Incontri, via dei Pucci 1, FIRENZE. Partecipazione gratuita e riservata a coloro che abbiano confermato la presenza entro il 20 ottobre. Registrazione online su www.cesifin.it, iscrizioni fino ad esaurimento posti.

Martedì 24 ottobre

■ **MILANO SOSTENIBILE**

Milano alle 11

LifeGate ed Eumetra Monterosa la invitano alla presentazione di "Milano Sostenibile – L'Osservatorio sullo stile di vita sostenibile", che verrà presentato alle 11 presso Sala Auditorium - Acquario Civico, Viale Gadio 2, MILANO. R.S.V.P. entro il 19 ottobre lifegate@aidapartners.com.

Mercoledì 25 ottobre

■ **CLEMENTONI**

Milano alle 10:30

Conferenza stampa **Clementoni**: "50 anni di gioco. A scuola di coding con Sapientino" . Alle 10:30 pressoVilla Necchi Campiglio in via Mozart 14 a MILANO. R.S.V.P. angelina.zoner@ketchum.com.

■ **KPI-KEY PERFORMANCE INDICATOR**

Milano dalle 14:30 alle 18

Seminario a pagamento **UPA** "KPI - Key Performance Indicator", dalle 14:30 alle 18 presso Centro Svizzero, via Palestro 2 a MILANO. Info e iscrizioni: http://www.upa.it/ita/kpi-corso/iscriviti-al-seminario-upa-kpi-key-performance-indicator.html.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

PUBBLI NOW! .com

Data 18-10-2017
Pagina 18
Foglio 1

EVENTI

MN Italia cura la comunicazione del MIA Market

MIA Market ha scelto MN Italia per l'ufficio stampa della terza edizione del Mercato internazionale dell'Audiovisivo che si terrà a Roma dal 19 al 23 ottobre prossimo nel centralissimo Distretto Barberini. Il Mercato è ripartito nei tre segmenti dedicati al cinema, alla tv e ai documentari ed è l'appuntamento esclusivo per i produttori e distributori di contenuti, film e serie televisive internazionali affermatosi come un volano per promuovere il sistema audiovisivo italiano. Tra i festival di maggior rilievo che MN Italia ha seguito recentemente, la comunicazione della prima edizione del Festival internazionale del Videoclip, tenutosi a Cesena dal 13 al 15 ottobre, che ha avuto tra gli ospiti Sting, Carmen Consoli, Arisa, Antonello Venditti e Edoardo Bennato, e la 47esima edizione del Giffoni Film Festival, il festival del cinema dedicato ai ragazzi, che ha visto tra le star presenti Julianne Moore, Kit Harington e Bryan Cranston.

ROME
OCT 19 - 23
2017

MIA
MATCHING EXCELLENCE
MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO
CINEMA TV DOC


PUBBLI NOW! .com

Amadori mette alla prova gli "Chef di casa"

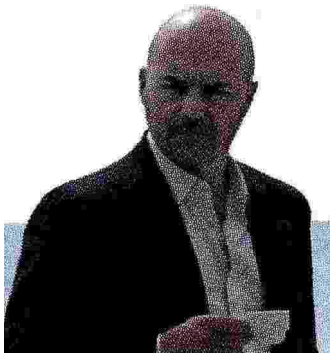
Original Marines si prepara per Halloween

MN Italia cura la comunicazione del MIA Market

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

la Repubblica

Data 19-10-2017
Pagina 47
Foglio 1



AUDIOVISIVO

AL MERCATO "MIA" 115 FILM E LA SERIE SU GHEDDAFI

Assaggi esclusivi di serie attese e 115 film. Alla terza edizione del Mia, Mercato internazionale dell'Audiovisivo (da oggi al 23 ottobre) ci saranno *ZeroZeroZero*, i nuovi *Gomorra* e *Montalbano* (foto), la fiction western *That dirty bag* e quella su *Gheddafi*. E il film *Made in Italy* di Ligabue, *The Place* di Genovese, *Sono Tornato* di Miniero.


Elio e le Storie Tese
"È ora di dire basta"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

PUBBLI NOW! .com

Data 19-10-2017
Pagina 1+6
Foglio 1

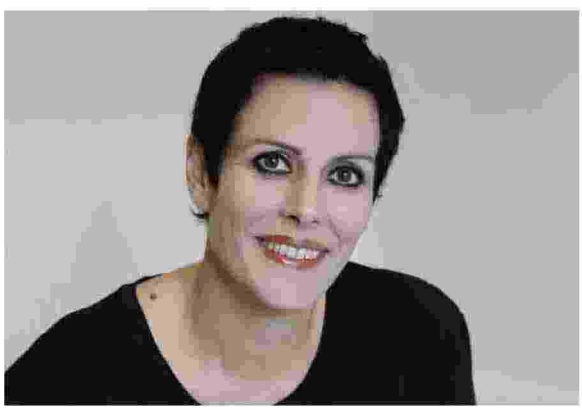
Al via il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo

Il MIA, Mercato Internazionale dell'Audiovisivo, torna con la sua terza edizione a Roma dal 19 al 23 ottobre 2017. Primo mercato italiano per numero di presenze internazionali, MIA è la piattaforma di business rivolta ai produttori e ai distributori di contenuti di alto valore industriale.

EVENTI

Al via il MIA, Mercato Internazionale dell'Audiovisivo

MIA, Mercato Internazionale dell'Audiovisivo, torna con la sua terza edizione a Roma dal 19 al 23 ottobre 2017, nel "distretto Barberini". Primo mercato italiano per numero di presenze internazionali, MIA è la piattaforma di business rivolta ai produttori e ai distributori di contenuti transnazionali di alto valore industriale e un'occasione unica per presentare il "Sistema Italia" sulla scena internazionale. Dedicato a tutti i settori dell'audiovisivo (Cinema, Tv, Doc), MIA prevede quattro linee di attività: Networking (una serie di strumenti costruiti per facilitare l'incontro tra i più di 1.400 operatori accreditati), Content showcase: (i 14 film presentati durante gli screening di mercato dedicati ai buyer internazionali e 4 appuntamenti speciali con i titoli italiani della prossima stagione di cinema e televisione), Coproduction Market & Pitching Forum (45 progetti da 21 paesi proposti a oltre 500 potenziali partner di coproduzione) e Talks (un fitto programma con oltre 40 tra panel, masterclass e dibattiti). La capacità di "matchmaking", ovvero di costruire una rete efficiente di rapporti industriali internazionali è il tratto distintivo di questo evento di mercato, informale e d'eccellenza al tempo stesso. Matching Excellence è, quindi, il nuovo claim dell'edizione 2017, che sottolinea come l'Italia sia portatrice di innovazione e creatività in campo internazionale e MIA sia l'acceleratore di business per l'eccellenza italiana nei rapporti con l'estero. Come ricordato da Carlo Calenda, Ministro dello Sviluppo Economico, «il MIA, ora alla sua terza edizione rappresenta un'occasione d'oro per il mercato audiovisivo nazionale ed internazionale, promuovendo incontri tra produttori e distributori sui contenuti e incoraggiando la condivisione del progresso tecnologico. Questa manifestazione promuove le nostre produzioni nazionali e i processi di internazionalizzazione, facilitando la crescita del settore e la diffusione delle risorse italiane in tutto il mondo». Dario Franceschini, Ministro dei Beni e delle attività culturali e del Turismo, riconosce come «l'introduzione della nuova legge cinema, il rilancio dell'Istituto Luce-Cinecittà, il ritorno in Italia delle grandi produzioni internazionali, la crescente affermazione della nostra cinematografia nel mondo sono i cardini intorno ai quali ruota una nuova, importante stagione per l'audiovisivo italiano. E i numeri di questa edizione del Mia confermano che Roma, capitale della produzione audiovisiva nazionale, è ormai da tutti riconosciuta come un importante mercato internazionale dell'audiovisivo». Lucia Milazzotto, direttore del MIA, conclude: «MIA è uscito dalla fase di start-up e si presenta come un mercato originale e molto strutturato a disposizione dell'industria nazionale e internazionale. La nostra formula contemporanea e flessibile si è perfezionata nel corso di questi tre anni e oggi finalmente possiamo affermare che gli operatori di cinema, televisione e documentario lo considerano un appuntamento importante. La leva sinergica tra i segmenti dell'audiovisivo è un tratto distintivo di questo evento, che rende MIA un luogo unico per incontrare, scoprire, immaginare e investire sui film, serie televisive e documentari di domani. Un mercato di alto profilo per i leader che producono e distribuiscono contenuti di alta qualità». MIA è ideato, realizzato e prodotto dal raggruppamento temporaneo d'impresa tra ANICA (Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche e Audiovisive) e APT (Associazione Produttori Televisivi), finanziato da Ministero dello Sviluppo Economico, ICE, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali, Regione Lazio, e dal programma MEDIA. Sponsor tecnico è la Fondazione Cinema per Roma e partner il Fondo Eurimages del Consiglio d'Europa. MIA si avvale di un comitato editoriale che comprende, oltre ad ANICA e APT: CartoonIT, 100 Autori, Italian Film Commissions, UNEFA. Il progetti "incubati" dentro il mercato di coproduzione di MIA 2017 concorrono all'assegnazione di premi per un valore totale di 55.000 euro.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

TODAY Pubblicità Italia

Data 19-10-2017
Pagina 12
Foglio 1

L'APPUNTAMENTO PER L'INDUSTRIA DELL'AUDIOVISIVO

MIA, AL VIA OGGI A ROMA LA TERZA EDIZIONE

MIA - Mercato Internazionale dell'Audiovisivo torna con la sua terza edizione a Roma da oggi al 23 ottobre 2017, nel 'distretto Barberini'. Primo mercato italiano per numero di presenze internazionali, MIA è la piattaforma di business rivolta ai produttori e ai distributori di contenuti transnazionali di alto valore industriale e un'occasione unica per presentare il Sistema Italia sulla scena internazionale. Dedicato a tutti i settori dell'audiovisivo (Cinema, Tv, Doc), MIA prevede quattro linee di attività. Networking: una serie di strumenti costruiti per facilitare l'incontro tra i più di 1.400 operatori accreditati. Content showcase: 114 film presentati durante gli screening di mercato dedicati ai buyer internazionali e 4 appuntamenti speciali con i titoli italiani della prossima stagione di cinema e televisione. Coproduction Market & Pitching Forum: 45 progetti da 21 Paesi proposti a oltre 500 potenziali partner di co-produzione; Talks: un fitto programma con oltre 40 tra panel, masterclass e dibattiti. La capacità di 'matchmaking', ovvero di costruire una rete efficiente di rapporti industriali internazionali è il tratto distintivo di questo evento di mercato, informale e d'eccellenza al tempo stesso. Matching Excellence è, quindi, il nuovo claim dell'edizione 2017, che sottolinea come l'Italia sia portatrice di innovazione e creatività in campo internazionale e MIA sia l'acceleratore di business per l'eccellenza italiana nei rapporti con l'estero. MIA è ideato, realizzato e prodotto dal raggruppamento temporaneo d'impresa tra **ANICA** (Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche e Audiovisive) e **APT** (Associazione Produttori Televisivi), finanziato da **Ministero dello Sviluppo Economico**, **ICE**, **Ministero dei Beni e delle Attività Culturali**, **Regione Lazio**, e dal programma **MEDIA**. Sponsor tecnico è la **Fondazione Cinema per Roma** e partner il **Fondo Eurimages del Consiglio d'Europa**. MIA si avvale di un comitato editoriale che comprende, oltre ad ANICA e APT: **CartoonIT**, **100 Autori**, **Italian Film Commissions**, **UNEFA**.


TODAY Pubblicità Italia

Creatività & Multimedia

California Prune Board avvia una gara per il media in Italia

ORIGEL, NUOVO PACK PER I 50 ANNI, FIRMA GOODMIND

MIA, AL VIA OGGI A ROMA LA TERZA EDIZIONE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

ItaliaOggi

Data 19-10-2017
Pagina 18
Foglio 1

Al via oggi il Mia nel Distretto Barberini con oltre 1.400 operatori e 114 film offerti

Roma capitale dell'audiovisivo

Rutelli (Anica): un'opportunità di successo internazionale

DI GIANFRANCO FERRONI



Da sinistra, Francesco Rutelli, Lucia Milazzotto e Giancarlo Leone

«Milano ha il Salone del Mobile, Verona ha il Vinitaly, Roma con il Mia, il Mercato internazionale audiovisivo, deve diventare il momento solido, vibrante, del cinema»: sono le parole pronunciate ieri a Roma da **Francesco Rutelli** in qualità di presidente dell'Anica, l'associazione nazionale industrie cinematografiche audiovisive, presentando il programma della prossima edizione dell'appuntamento ideato per i produttori e i distributori del grande e piccolo schermo, in calendario da oggi e fino a martedì. Una strategia di «medio-lungo termine», quella proposta da Rutelli, che esige «un perfetto gioco di squadra, dove sia il settore privato che le istituzioni lavorano affiancate per la crescita del settore cinema e audiovisivo, con l'obiettivo di migliorare la nostra opportunità di successo sul mercato internazionale». E il Mia «nasce in un momento di grande fermento per il cinema italiano, con una rinnovata capacità di raccontare storie e produrle, e una legge importante come quella stilata dal ministro **Dario Franceschini**, che supporta la produzione di film, serie e documentari».

Al fianco di Rutelli, il direttore del Mia **Lucia Milazzotto** e il presidente di Apt (Associazione produttori televisivi) **Giancarlo Leone**. Il Distretto Barberini, coinvolgendo cinema, alberghi e musei nell'area dell'omonima piazza del centro storico di Roma, sarà protagonista delle iniziative. Con quattro linee di attività. Networking: una serie di strumenti costruiti per facilitare l'incontro tra i più di 1.400 operatori accreditati. Content showcase: 114 film offerti durante gli screening di mercato dedicati ai buyer internazionali e 4 appuntamenti speciali con i titoli italiani della prossima stagione di cinema e televisione. Coproduction Market & Pitching Forum: 45 progetti da 21 nazioni proposti a oltre 500 potenziali partner di co-produzione. Talks: un programma con oltre 40 tra panel, masterclass e dibattiti.

La capacità di matchmaking, ovvero di costruire una rete efficiente di rapporti industriali internazionali vuole essere il tratto distintivo di questo mercato. Matching Excellence è il nuovo claim dell'edizione 2017, che sottolinea come l'Italia sia portatrice di innovazione e creatività in campo internazionale e Mia (con una nuova brand identity firmata da Gerundio, agenzia guidata da **Ramon Sembianza** e **Andrea Sebastiani**) sia l'acceleratore di business per l'eccellenza italiana nei rapporti con l'estero. Più del 50% dei progetti selezionati nelle precedenti edizioni del mercato di Roma sono già diventati film che hanno ricevuto importanti riconoscimenti a livello internazionale. Quest'anno il mercato di co-produzione presenta 21 progetti di cinema indipendente, confermando la forte impronta autoriale. E saranno 15 i titoli presentati al Mia Tv Drama Series Pitching Forum: una selezione ampia e variegata in termini di geografie, generi e dimensioni produttive, che spazia da progetti a forte impronta indipendente alle nuovissime produzioni di società, come All3 Media, Company Pictures, Saga Films.

Il Mia Doc Co-Production Market & Pitching Forum presenterà 9 progetti di produzione italiana, incentrati sul tema dell'Human Interest, Current Affairs e Investigative Journalism. Tra le novità, Graphic Novel Rights Center, un format che favorisce l'incontro tra l'industria audiovisiva e gli editori indipendenti di graphic novel, uno dei generi letterari più vitali in termini di qualità narrativa e capacità di essere in sintonia con il suo pubblico. L'iniziativa mira a favorire lo sfruttamento da parte di cinema e tv di properties indipendenti come quelle selezionate e che verranno presentate ai produttori in sessioni di pitch. Anche il Creative Europe Desk Italia Media sarà presente, presso il salone dei Marmi di palazzo Barberini. Oltre a Italian Film Boutique, che si colloca nell'ambito della Sovvenzione Globale Movie Up 2020, intervento finanziato dalla Regione Lazio, per sostenere e valorizzare l'internazionalizzazione degli operatori del settore audiovisivo regionale.

© Riproduzione riservata



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Il Messaggero

Data 19-10-2017
Pagina 24
Foglio 1

Al Mia l'audiovisivo italiano corre da solo (e va lontano)

IL MERCATO

Con 115 film, 1400 operatori accreditati, 45 progetti di coproduzione, 40 panel di discussione, masterclass e dibattiti torna a Roma da oggi al 23 ottobre il Mia, il mercato internazionale dell'audiovisivo. Arrivato alla terza edizione, sostenuto dal ministero dello Sviluppo Economico (questa sera il ministro Carlo Calenda parteciperà all'inaugurazione ai Mercati Traianei), l'appuntamento dedicato al business dell'audiovisivo è quest'anno sganciato dalla Festa di Roma: «Nessuna polemica, si tratta solo di un problema di date: il Mia deve necessariamente essere incastrato tra il MipCom di Cannes e il Los Angeles Film Market», spiega la direttrice Lucia Milazzotto che sottolinea la crescita dell'iniziativa: «Da start-up ci siamo ormai trasformati in appuntamento strutturato». Tra i titoli italiani in cerca di acquirenti internazionali spiccano molte novità: *We are the Winners* di Giovanni Piperno prodotto da Matteo Garrone, *Lo spietato* di Renato De Maria, *The Vice of Hope* di Edoardo De Angelis, il documentario *My missing Sister* di Alessandra Bruno, sulla scomparsa di Emanuela Orlandi. In anteprima verranno proiettati *Figlia mia* di Laura Bispuri, *Il premio* di Alessandro Gassman, *Il ragazzo invisibile - seconda generazione* di Gabriele Salvatores, *Sembra mio figlio* di Costanza Quatriglio, *Sono tornato* di Luca Miniero, *Matrimonio italiano* di Alessansro Genovesi.

CORNICE UNICA

«Il Mia è un appuntamento unico perché riunisce film documentari, serie tv, cartoni animati. E in più si svolge in una cornice architettonica e storica unica al mondo», dice Francesco Rutelli, il presidente dell'Anica sostenitrice dell'iniziativa che, spiega, «nasce nel momento in cui il cinema italiano ha ripreso a raccontare storie e la legge Franceschini supporta la produzione». Un ruolo di primo piano sarà riservato alle serie tv: si vedrà in anteprima *Rellik*, la serie criminale della Bbc, e tra i protagonisti delle masterclass saranno l'attore e produttore Daniel Dae Kim (*Lost, Hawaii Five-O*) e tre degli ideatori più ambiti del momento: Frank Spotniz (*X-Files, I Medici*), Chris Brancato (*Narcos*) e Evan Katz (*24: Legacy, Body of proof e The event*).

C'è grande fermento anche sul piano televisivo: «Il Mia arriva in un momento di significativo interesse internazionale, in termini di coproduzioni, per il prodotto italiano, soprattutto per la serialità tv», osserva Giancarlo Leone, presidente Apt. «Inoltre importanti gruppi internazionali stanno investendo in Italia». Il teatro del Mia? Palazzo Barberini, Cinema Barberini e Quattro Fontane, Hotel Bernini Bristol, Auditorium Nctm e e Edison.

G. S.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Gabriele Salvatores

SGANCIATO DOPO TRE EDIZIONI DALLA FESTA DI ROMA, PRESENTA CARTOON SERIE TV E FILM DOCUMENTARI


Spettacoli

«Racconto Godard ma a ispirarmi sono Scola e Risi»

Al Mia l'audiovisivo italiano corre da solo (e va lontano)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

DailyMedia

Data 19-10-2017
Pagina 17
Foglio 1

Eventi Fox a Lucca Comics con lo speciale "The Walking Dead: The Journey so Far"

Il network televisivo partecipa alla kermesse toscana anche con National Geographic

Per celebrare la presenza di Robert Kirkman, Fox Networks Group porta a Lucca Comics & Games, in programma da mercoledì 1 a domenica 5 novembre, la première internazionale dello speciale "The Walking Dead: The Journey so Far". Questa sarà l'occasione per festeggiare Robert Kirkman, autore della serie culto che ha reso gli zombie delle celebrità internazionali e che raggiungerà il centesimo episodio il prossimo 23 ottobre su Fox (Sky, 112), con l'avvio dell'ottava e inedita stagione.

The Walking Dead: The Journey So Far

"The Walking Dead: The Journey So Far" è uno speciale tv movie che ripercorre le tappe fondamentali della serie nel corso degli anni e al quale hanno partecipato tutti i componenti passati e presenti del cast di The Walking Dead. Il prodotto è andato in onda solo in USA su AMC ed è inedito per tutti i fan europei. Robert Kirkman parteciperà all'evento e sarà il protagonista di un incontro con i fan.

National Geographic

A Lucca sarà presente per la prima volta anche National Geographic con "Long Road Home", la serie tv che racconta la drammatica vicenda del "Black Sunday" e del gruppo di soldati americani che cadde vittima di un'imboscata in Iraq il 4 aprile 2004. Protagonista Michael Kelly (tre nomination agli Emmy per House of Cards).

Fox a Lucca Comics & Games

Anche quest'anno Fox sarà presente nella piazza dell'Anfiteatro di Lucca con una struttura fortemente scenografica e per la prima volta nella storia del Lucca Comics & Games con un gaming chiamato What The Fox Competition, per divertire tutti i fan delle serie Fox.



Robert Kirkman



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

DailyMedia

Data 19-10-2017
Pagina 27
Foglio 1

Gli appuntamenti della settimana

OGGI

■ **Bauli** invita all'evento open morning (9:00 – 14:00) che si terrà allo Spazio Theca in Piazza Castello, 5 a MILANO. Verranno presentati: la web serie Bauli "Lezioni di morbidezza" realizzata in collaborazione con OffiCine e i nuovi 2 Muffin XL Bauli. Alle 11:30 si terrà la conferenza stampa in cui interverranno: Michele Bauli, Vicepresidente del Gruppo Bauli, e Luca Lucini, regista e direttore artistico. R.S.V.P. Sara.DellaNoce@aidapartners.com.

■ Christoph Reden e Andrea Gavotto vi aspettano per un incontro sul futuro di **White, Red & Green**. Alle 10 Les Gitanes Bistrot, Via Forcella 2, MILANO. R.S.V.P. gavotto@wrgitaly.com.

■ Invito alla conferenza stampa del nuovo **SsangYong Rexton** che arriva in Italia. Alle 11 presso il MUDEC in via Tortona 56 a MILANO. R.S.V.P. LGuglielmi@webershandwick.com.

DOMANI

■ Invito al panel "I nuovi linguaggi dell'animazione" che si terrà in occasione del MIA, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo, alle 11:30 presso la Sala Turchese del Bernini Bristol Hotel (Piazza Barberini 23, ROMA). All'evento, che celebra il 25esimo anniversario di **Cartoon Network**, interverrà Jaime Ondarza, SVP Southern Europe & Africa di Turner. R.S.V.P. martina.margiotti@turner.com; susanna.gianni@turner.com.

■ Evento di premiazione di **Samsung eneloop expedition** 2100. Alle 15, presso Châteauform La Cascina Erbatici, Mezzana Bigli a PAVIA. Per i giornalisti interessati a partecipare è previsto il trasferimento da Milano. Per confermare la partecipazione: Theoria – Simona Brozzi simona@theoria.it 346 9456410.

LUNEDÌ 23 OTTOBRE

■ **Mediaset, IULM e Confindustria Radio Televisioni** invitano alla presentazione della ricerca **Emozioni On Demand.** Analisi dell'efficacia di nuove piattaforme per la fruizione di contenuti video e multimediali. Dalle 10:30 presso Università IULM Aula Seminari, via Carlo Bo 1, MILANO. R.S.V.P. direzionecomunicazione@mediaset.it.

■ Convegno, Privacy digitale e protezione dei dati personali tra persona e mercato, promosso dalla **Fondazione CESIFIN** in collaborazione con la **Collana di Studi giuridici per l'innovazione "Diritto delle Nuove Tecnologie"**. Dalle 14:30, presso Palazzo Incontri, via dei Pucci 1, FIRENZE. Partecipazione gratuita e riservata a coloro che abbiano confermato la presenza entro il 20 ottobre. Registrazione online su www.cesifin.it, iscrizioni fino ad esaurimento posti.

MARTEDÌ 24 OTTOBRE

■ **LifeGate ed Eumetra Monterosa** la invitano alla presentazione di "Milano Sostenibile - L'Osservatorio sullo stile di vita sostenibile", che verrà presentato alle 11 presso Sala Auditorium - Acquario Civico, Viale Gadio 2, MILANO. R.S.V.P. entro il 19 ottobre lifegate@aidapartners.com.

MERCOLEDÌ 25 OTTOBRE

■ Conferenza stampa **Clementoni**: "50 anni di gioco. A scuola di coding con Sapientino". Alle 10:30 pressoVilla Necchi Campiglio in via Mozart 14 a MILANO. R.S.V.P. angelina.zoner@ketchum.com.

■ **TV8** invita alla presentazione di **THE COMEDIANS**, con Claudio Bisio e Frank Matano. Alle 11 presso Teatro Gerolamo, piazza Cesare Beccaria 8 a MILANO. R.S.V.P. emanuela.shintu@mnitalia.com, 3466600410.

■ Seminario a pagamento **UPA** "KPI - Key Performance Indicator", dalle 14:30 alle 18 presso Centro Svizzero, via Palestro 2 a MILANO. Info e iscrizioni: http://www.upa.it/ita/kpi-corso/iscriviti-al-seminario-upa-kpi-key-performance-indicator.html.

GIOVEDÌ 26 OTTOBRE

■ **Samsung Electronics Italia** invita al WOW | Wide Opportunities World, terza edizione del Samsung Business Summit, dedicato al tema della Cybersecurity. Dalle 9, presso The Mall, Piazza Lina Bo Bardi 1, MILANO. R.S.V.P. SamsungPRIT@edelman.com.

VENERDÌ 27 OTTOBRE

■ Invito conferenza stampa di presentazione della nuova edizione dello show evento di Rai2, **STASERA CASAMIKA**. Alle 12 presso Studio 2000, in via Mecenate 76/18, a MILANO. Interverranno: Andrea Fabiano, Direttore Rai2; Ilaria Dallatana; Luciana Littizzetto e Mika.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

DailyMedia

Data 19-10-2017
Pagina 29
Foglio 1

Eventi Torna oggi a Roma MIA. La kermesse ideata da Anica e Apt rinnova claim e logo



Le attività di comunicazione della manifestazione sono gestite da Gerundio, che si è aggiudicata la relativa gara

MIA Mercato Internazionale Audiovisivo torna con la sua terza edizione in programma a Roma da oggi fino al 23 ottobre. Con 1.500 accreditati da 58 Paesi nelle precedenti edizioni, MIA è l'appuntamento esclusivo per i produttori e distributori di contenuti, film e serie televisive transnazionali e di alto valore industriale, affermatosi allo stesso tempo come un volano importante per promuovere la capacità produttiva, il sistema audiovisivo italiano, il know-how e le expertise del nostro paese a livello internazionale. MIA è ideato, realizzato e prodotto da Anica (Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche e Audiovisive) e APT (Associazione Produttori Televisivi). La partecipazione delle associazioni di categoria, per la prima volta coinvolte direttamente nel ridisegnare il progetto di mercato, rende il MIA un'iniziativa che risponde in maniera sartoriale alle esigenze dell'industria di cui è espressione e diventa una reale occasione di presentazione unitaria del "sistema Italia" sulla scena internazionale. Per l'edizione 2017 cambia anche l'identità visiva con un nuovo claim, Matching Excellence e un nuovo logo. Entrambi sottolineano il posizionamento che il mercato ha assunto nel panorama degli appuntamenti internazionali dedicati all'industria audiovisiva: quello di un hub frequentato dai leader del mercato dove l'eccellenza italiana è protagonista. Tra le altre novità di questa edizione, la location: il MIA vivrà le proprie attività nel "distretto" di Piazza Barberini, da Palazzo Barberini, all'Hotel Bernini Bristol, al Cinema Barberini. MIA è finanziato da Ministero dello Sviluppo Economico, ICE, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, Regione Lazio, e dal programma MEDIA. Tra i partner la Fondazione Cinema per Roma e il Fondo Eurimages del Consiglio d'Europa. MIA si avvale di un comitato editoriale che comprende, oltre ad ANICA e APT: CartoonIT, 100 Autori, Italian Film Commissions, UNEFA.

Il programma

Tre le sezioni previste per l'edizione 2017: MIA CINEMA, un mercato di co-produzione che ha accompagnato, fino alla realizzazione, più del 50% dei progetti selezionati nel corso delle passate edizioni e una piattaforma di riferimento per l'industria europea nella stagione autunnale, dove vedere e acquistare le produzioni più recenti del cinema indipendente e di qualità con 120 proiezioni in quattro giorni, oltre che la vetrina What's Next Italy. MIA TV, un appuntamento selezionato di alto profilo per l'industria televisiva mondiale, con l'obiettivo principale di favorire il confronto e il networking, partnership, accordi e nuove opportunità di business in un momento di profonda trasformazione dell'industria italiana. Tra gli appuntamenti più attesi, la seconda edizione del Drama Series Pitching Forum e, per la prima volta, gli Italian TV Upfront. MIA DOC, un boutique market al servizio delle aziende italiane, una piattaforma selettiva ed efficiente a sostegno delle co-produzioni e della distribuzione di documentari e factual. Focus del MIA DOC Co-production Market & Pitching Forum nel 2017 è l'investigative, current affairs e human interest. MIA 2017 conferma anche alcuni programmi speciali: YAS (Young adult spotlight) è uno spazio che si snoda in maniera trasversale tra cinema e TV segnalando nei diversi segmenti presenti al MIA il prodotto kids& teens e young adult nelle varie fasi di sviluppo e con diverse declinazioni: dai pitch ai panel, agli screenings mercato a vere e proprie anteprime. Protagonista di YAS quest'anno sarà la graphic novel. Un'altra sezione speciale è dedicata all'animazione, tra le forme più efficaci e innovative della narrazione cine-audiovisiva.

I premi

Riconoscendo a MIA un importante ruolo nel sostegno alle coproduzioni e alle relazioni di business intorno ai grandi progetti internazionali, il Fondo Eurimages conferma per il terzo anno di seguito il Premio al Miglior progetto di MIA Cinema. EDI Effetti Digitali Italiani (azienda leader nel settore dei VFX) inaugura il MIA EDI Visionary Award, un premio dedicato a quei progetti di cinema, serie tv e documentario che si contraddistinguono per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi. Tra gli eventi ospitati dal MIA 2017 spicca anche la VI^ edizione del Premio Carlo Bixio: i giovani autori di età compresa tra i 18 ed i 30 anni sono chiamati a cimentarsi in un progetto di serialità senza limiti di genere, con qualità di internazionalizzazione. Le attività di comunicazione sono gestite da Gerundio, che si è aggiudicata la relativa gara.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Domani

I NUOVI LINGUAGGI DELL'ANIMAZIONE

Roma alle 11:30

Invito al panel "I nuovi linguaggi dell'animazione" che si terrà in occasione del MIA, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo, alle 11:30 presso la Sala Turchese del Bernini Bristol Hotel (Piazza Barberini 23, ROMA). All'evento, che celebra il 25esimo anniversario di **Cartoon Network**, interverrà Jaime Ondarza, SVP Southern Europe & Africa di Turner. R.S.V.P. martina.margiotti@turner.com; susanna.gianni@turner.com.

ENELOOP EXPEDITION 2100

Milano alle 15

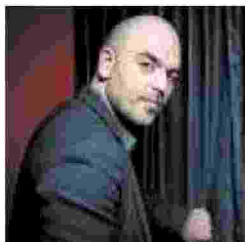
Evento di premiazione di **Samsung eneloop expedition 2100**. Alle 15, presso Châteauform La Cascina Erbatici, Mezzana Bigli a PAVIA. Per i giornalisti interessati a partecipare è previsto il trasferimento da Milano. Per confermare la partecipazione: Theoria – Simona Brozzi simona@theoria.it 346 9456410.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

IL MATTINO

Data 19-10-2017
Pagina 16
Foglio 1



Roma, anteprima al Mercato internazionale dell'audiovisivo di «Zero zero zero», nuova serie Sky da Saviano

L'anteprima
(nella foto, lo scrittore)


16
Spettacoli
«La mia sfida: due russi nel vortice del Novecento»

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

TODAY Pubblicità Italia

Data 19-10-2017
Pagina 14
Foglio 1

DOMANI A ROMA IL PANEL 'I NUOVI LINGUAGGI DELL'ANIMAZIONE'

Carton Network celebra i 25 anni al MIA con Daniel Chong

Cartoon Network (canale 607 di Sky e 350 di Mediaset Premium) celebra il suo 25esimo anniversario al **MIA - Mercato Internazionale dell'Audiovisivo** e appuntamento esclusivo per i produttori e distributori di contenuti high-end. Ospite d'eccezione **Daniel Chong**, creatore di una delle serie più amate del canale: *We Bare Bears*, la produzione originale dei **Cartoon Network Studios** che si è aggiudica il Bafta Children's Award nella categoria International (2016). Domani alle 11.30 presso il Bernini Bristol Hotel di Roma (sala turchese) è previsto il panel 'I nuovi linguaggi dell'animazione' tenuto da Chong e **Jaime Ondarza**, SVP Southern Europe & Africa di **Turner**. L'1 ottobre 1992 Ted Turner lancia Cartoon Network, il primo canale 24 ore dedicato ai cartoons, attingendo da una vasta library di grandi classici ed entrando in due milioni di case americane. Oggi, l'obiettivo del canale, presente in 192 paesi ed oltre 400 milioni di case sparse in tutto il mondo, è sempre quello di re-inventare la televisione e continuare a intrattenere e divertire milioni di bambini.





Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Il Sole 24 ORE

Data 19-10-2017
Pagina 17
Foglio 1

AUDIOVISIVO

Mia, al via a Roma la terza edizione

Centoquattordici film; 45 progetti da 21 Paesi proposti per attivare co-produzioni; 40 tra panel, masterclass e dibattiti. Sono fra i numeri della terza edizione del Mia, Mercato Internazionale dell'Audiovisivo, a Roma da oggi al 23 ottobre, nel "distretto Barberini". «Agli operatori non offriamo capannoni, ma posti di inestimabile bellezza», ha detto il presidente Anica Francesco Rutelli, parlando poi di «momento molto importante per il cinema e l'audiovisivo», dopo l'approvazione «della legge Franceschini e del decreto» sulle nuove quote di investimento e obblighi di trasmissione da parte dei broadcaster: «È una misura che può portare al salto di qualità stimolando prodotti di proiezione e caratura internazionali». Di fase importante per l'audiovisivo parla anche il presidente Apt Giancarlo Leone: «Il Mia arriva in un momento di forte attenzione del mercato internazionale sull'audiovisivo italiano. Lo dimostra l'acquisto di Itv della maggioranza di Cattleya». Leone parla poi di attivismo meritorio del Governo, pur indicando la necessità di «perfezionamenti nel decreto, mitigando, per esempio, una certa pervasività negli obblighi di trasmissione, in particolare su alcuni generi». Riferimento chiaro al cinema: «Troppe pellicole trasmesse dalla tv commerciale hanno anche messo in crisi il modello per un certo periodo. Ecco, non vorremmo che si ripetesse». (A. Bio.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

DailyMedia

Data 20-10-2017
Pagina 25
Foglio 1

Gli appuntamenti della settimana

OGGI

■ Invito al panel "I nuovi linguaggi dell'animazione" che si terrà in occasione del MIA, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo, alle 11:30 presso la Sala Turchese del Bernini Bristol Hotel (Piazza Barberini 23, ROMA). All'evento, che celebra il 25esimo anniversario di **Cartoon Network**, interverrà Jaime Ondarza, SVP Southern Europe & Africa di Turner. R.S.V.P. martina.margiotti@turner.com; susanna.gianni@turner.com.

■ Evento di premiazione di **Panasonic eneloop expedition** 2100. Alle 15, presso Châteauform La Cascina Erbatici, Mezzana Bigli a PAVIA. Per i giornalisti interessati a partecipare è previsto il trasferimento da Milano. Per confermare la partecipazione: Theoria – Simona Brozzi simona@theoria.it 346 9456410.

LUNEDÌ 23 OTTOBRE

■ **Mediaset, IULM e Confindustria Radio Televisioni** invitano alla presentazione della ricerca **Emozioni On Demand.** Analisi dell'efficacia di nuove piattaforme per la fruizione di contenuti video e multimediali. Dalle 10:30 presso Università IULM Aula Seminari, via Carlo Bo 1, MILANO. R.S.V.P. direzionecomunicazione@mediaset.it.

■ Convegno, Privacy digitale e protezione dei dati personali tra persona e mercato, promosso dalla **Fondazione CESIFIN** in collaborazione con la **Collana di Studi giuridici per l'innovazione "Diritto delle Nuove Tecnologie"**. Dalle 14:30, presso Palazzo Incontri, via dei Pucci 1, FIRENZE. Partecipazione gratuita e riservata a coloro che abbiano confermato la presenza entro il 20 ottobre. Registrazione online su www.cesifin.it, iscrizioni fino ad esaurimento posti.

MARTEDÌ 24 OTTOBRE

■ **LifeGate ed Eumetra Monterosa** la invitano alla presentazione di "Milano Sostenibile – L'Osservatorio sullo stile di vita sostenibile", che verrà presentato alle 11 presso Sala Auditorium - Acquario Civico, Viale Gadio 2, MILANO. R.S.V.P. entro il 19 ottobre lifegate@aidapartners.com.

■ Conferenza stampa **Vodafone** alle 11 presso lo Spazio Bou Tech in via Gonzaga 7, a MILANO. R.S.V.P. Ufficio.Stampa@mail.vodafone.it.

MERCOLEDÌ 25 OTTOBRE

■ Conferenza stampa **Clementoni**: "50 anni di gioco. A scuola di coding con Sapientino". Alle 10:30 pressoVilla Necchi Campiglio in via Mozart 14 a MILANO. R.S.V.P. angelina.zoner@ketchum.com.

■ **TV8** invita alla presentazione di **THE COMEDIANS**, con Claudio Bisio e Frank Matano. Alle 11 presso Teatro Gerolamo, piazza Cesare Beccaria 8 a MILANO. R.S.V.P. emanuela.shintu@mnitalia.com, 3466600410.

■ **L'Arma dei Carabinieri** e il **Touring Club Italiano** invitano alla conferenza stampa di presentazione del Protocollo di Intesa sottoscritto tra i due enti e delle prossime attività comuni nelle 130 aree naturali del demanio. Alle 11.00, presso Touring Club Italiano - Sala Consiglio in Corso Italia 10, a MILANO.

■ Seminario a pagamento **UPA** "KPI - Key Performance Indicator", dalle 14:30 alle 18 presso Centro Svizzero, via Palestro 2 a MILANO. Info e iscrizioni: http://www.upa.it/ita/kpi-corso/iscriviti-al-seminario-upa-kpi-key-performance-indicator.html.

GIOVEDÌ 26 OTTOBRE

■ **Samsung Electronics Italia** invita al WOW | Wide Opportunities World, terza edizione del Samsung Business Summit, dedicato al tema della Cybersecurity. Dalle 9, presso The Mall, Piazza Lina Bo Bardi 1, MILANO. R.S.V.P. SamsungPRIT@edelman.com.

■ Invito di **U.S. POLO ASSN.** relativo alla presentazione della Collezione Primavera/Estate 2018, donna, uomo e bambino.Dalle 10 alle 17:30, presso la location Drogheria - Via Tortona 19, MILANO. R.S.V.P. L.DeGiglio@imagebuilding.it

VENERDÌ 27 OTTOBRE

■ Invito conferenza stampa di presentazione della nuova edizione dello show evento di Rai2, **STASERA CASAMIKA**. Alle 12 presso Studio 2000, in via Mecenate 76/18, a MILANO. Interverranno: Andrea Fabiano, Direttore Rai2; Ilaria Dallatana; Luciana Littizzetto e Mika.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

agenda

Oggi

I NUOVI LINGUAGGI DELL'ANIMAZIONE

Roma alle 11:30

Invito al panel "I nuovi linguaggi dell'animazione" che si terrà in occasione del MIA, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo, alle 11:30 presso la Sala Turchese del Bernini Bristol Hotel (Piazza Barberini 23, ROMA). All'evento, che celebra il 25esimo anniversario di **Cartoon Network**, interverrà Jaime Ondarza, SVP Southern Europe & Africa di Turner. R.S.V.P. martina.margiotti@turner.com; susanna.gianni@turner.com.

ENELOOP EXPEDITION 2100

Milano alle 15

Evento di premiazione di **Panasonic eneloop expedition 2100**. Alle 15, presso Châteauform La Cascina Erbatici, Mezzana Bigli a PAVIA. Per i giornalisti interessati a partecipare è previsto il trasferimento da Milano. Per confermare la partecipazione: Theoria – Simona Brozzi simona@theoria.it 346 9456410.

Lunedì 23 ottobre

EMOZIONI ON DEMAND

Milano dalle 10:30

Mediaset, IULM e Confindustria Radio Televisioni presentano la ricerca **Emozioni On Demand.** Analisi dell'efficacia di nuove piattaforme per la fruizione di contenuti video e multimediali. Dalle 10:30 presso Università IULM Aula Seminari, via Carlo Bo 1, MILANO. R.S.V.P. direzionecomunicazione@mediaset.it.

PRIVACY DIGITALE E PROTEZIONE DEI DATI

Firenze dalle 14:30

Convegno, Privacy digitale e protezione dei dati personali tra persona e mercato, promosso dalla **Fondazione CESIFIN** in collaborazione con la **Collana di Studi giuridici per l'innovazione "Diritto delle Nuove Tecnologie"**. Dalle 14:30, presso Palazzo Incontri, via dei Pucci 1, FIRENZE. Partecipazione gratuita e riservata a coloro che abbiano confermato la presenza entro il 20 ottobre. Registrazione online su www.cesifin.it, iscrizioni fino ad esaurimento posti.

Martedì 24 ottobre

MILANO SOSTENIBILE

Milano alle 11

LifeGate ed Eumetra Monterosa la invitano alla presentazione di "Milano Sostenibile – L'Osservatorio sullo stile di vita sostenibile", che verrà presentato alle 11 presso Sala Auditorium - Acquario Civico, Viale Gadio 2, MILANO. R.S.V.P. entro il 19 ottobre lifegate@aidapartners.com.

VODAFONE

Milano alle 11

Conferenza stampa **Vodafone** alle 11 presso lo Spazio Bou Tech in via Gonzaga 7, a MILANO. R.S.V.P. Ufficio.Stampa@mail.vodafone.it.

Mercoledì 25 ottobre

CLEMENTONI

Milano alle 10:30

Conferenza stampa **Clementoni**: "50 anni di gioco. A scuola di coding con Sapientino". Alle 10:30 pressoVilla Necchi Campiglio in via Mozart 14 a MILANO. R.S.V.P. angelina.zoner@ketchum.com.

THE COMEDIANS

Milano alle 11

TV8 invita alla presentazione di **THE COMEDIANS**, con Claudio Bisio e Frank Matano. Alle 11 presso Teatro Gerolamo, piazza Cesare Beccaria 8 a MILANO. R.S.V.P. emanuela.shintu@mnitalia.com, 3466600410.

PROTOCOLLO DI INTESA

Milano alle 11

L'Arma dei Carabinieri e il **Touring Club Italiano** invitano alla conferenza stampa di presentazione del Protocollo di Intesa sottoscritto tra i due enti e delle prossime attività comuni nelle 130 aree naturali del demanio. Alle 11.00, presso Touring Club Italiano - Sala Consiglio in Corso Italia 10, a MILANO.

KPI-KEY PERFORMANCE INDICATOR

Milano dalle 14:30 alle 18

Seminario a pagamento **UPA** "KPI - Key Performance Indicator", dalle 14:30 alle 18 presso Centro Svizzero, via Palestro 2 a MILANO. Info e iscrizioni: http://www.upa.it/ita/kpi-corso/iscriviti-al-seminario-upa-kpi-key-performance-indicator.html.

Giovedì 26 ottobre

CYBERSECURITY

Milano dalle 9

Samsung Electronics Italia invita al WOW | Wide Opportunities World, terza edizione del Samsung Business Summit, dedicato al tema della Cybersecurity. Dalle 9, presso The Mall, Piazza Lina Bo Bardi 1, MILANO. R.S.V.P. SamsungPRIT@edelman.com.

U.S. POLO ASSN.

Milano dalle 10 alle 17:30

Invito di **U.S. POLO ASSN.** relativo alla presentazione della Collezione Primavera/Estate 2018, donna, uomo e bambino. Dalle 10 alle 17:30, presso la location Drogheria - Via Tortona 19, MILANO. R.S.V.P. L.DeGiglio@imagebuilding.it

Venerdì 27 ottobre

STASERA CASAMIKA

Milano alle 12

Invito conferenza stampa di presentazione della nuova edizione dello show evento di **Rai2**, **STASERA CASAMIKA**. Alle 12 presso Studio 2000, in via Mecenate 76/18, a MILANO. Interverranno: Andrea Fabiano, Direttore Rai2; Ilaria Dallatana; Luciana Littizzetto e Mika.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Oggi

I NUOVI LINGUAGGI DELL'ANIMAZIONE

Roma alle 11:30

Invito al panel "I nuovi linguaggi dell'animazione" che si terrà in occasione del MIA, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo, alle 11:30 presso la Sala Turchese del Bernini Bristol Hotel (Piazza Barberini 23, ROMA). All'evento, che celebra il 25esimo anniversario di **Cartoon Network**, interverrà Jaime Ondarza, SVP Southern Europe & Africa di Turner. R.S.V.P. martina.margiotti@turner.com; susanna.gianni@turner.com.

ENELOOP EXPEDITION 2100

Milano alle 15

Evento di premiazione di **Panasonic eneloop expedition 2100**. Alle 15, presso Châteauform La Cascina Erbatici, Mezzana Bigli a PAVIA. Per i giornalisti interessati a partecipare è previsto il trasferimento da Milano. Per confermare la partecipazione: Theoria – Simona Brozzi simona@theoria.it 346 9456410.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

LIBERTÀ

Data 20-10-2017
Pagina 44
Foglio 1

Film e serial italiani sotto i riflettori del mondo

Al Mia di Roma molte ghiotte anteprime per produttori e distributori internazionali

ROMA

● L'industria dell'entertainment "made in Italy" alza la testa e gioca la carta della ribalta internazionale. Gli organizzatori del Mia - Mercato audiovisivo di Roma attendono 1400 operatori accreditati da tutto il mondo. Sorride il presidente dell'Apt, Giancarlo Leone, presentando ai buyer stranieri i titoli di punta della prossima stagione.
Sorride pure Francesco Rutelli, presidente dell'Anica: «L'obiettivo con il Mia è crescere, puntando sull'internazionalizzazione e la coproduzione». Fino a lunedì, al distretto Barberini, produttori e distributori potranno dare un'occhiata alle fiction in lavorazione, o vicine al debutto, come "Zero Zero Zero", la nuova stagione di "Gomorra", "E' arrivata la felicità 2", i nuovi "Montalbano", "I racconti di Vigata", la fiction western "That dirty bag" e quella su "Gheddafi", "La porta rossa 2", accompagnata da Lino Guanciale, "La strada di casa" con Alessio Boni, "I Medici 2", i nuovi "Delitti del BarLume".
Ghiotte anteprime anche per il grande schermo con scene inedite dei film di questa stagione e della prossima: la nuova pellicola di Luciano Ligabue, "Matrimonio Italiano" di Alessandro Genovesi, "Il Ragazzo Invisibile - Seconda Generazione" di Gabriele Salvatores, "Il Vegetariano" di Roberto San Pietro con l'esordio da attore di Fabio Rovazzi. «In un calendario fitto come quello dei mercati dell'audiovisivo, il Mia dimostra la credibilità che ha conquistato, con la qualità degli accreditati che parteciperanno», commenta il direttore Lucia Milazzotto.

Michele Borghi



Francesco Rutelli, Lucia Milazzotto e Giancarlo Leone al Mia 2017



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Mia, in scena a Roma dal 19 al 23 ottobre l'edizione 2017

Roma – Giovedì 19 ottobre. Si alza oggi il sipario su Mia, il Mercato internazionale dell'audiovisivo, che torna quest'anno con la sua terza edizione a Roma dal 19 al 23 ottobre, nel 'distretto Barberini'. Primo mercato italiano per numero di presenze internazionali, Mia è la piattaforma di business rivolta ai produttori e ai distributori di contenuti transnazionali di alto valore industriale ed è dedicato a tutti i settori dell'audiovisivo (Cinema, TV, Doc). La manifestazione prevede quattro linee di attività: Networking – una serie di strumenti costruiti per facilitare l'incontro tra i più di 1.400 operatori accreditati; Content showcase – con 114 film presentati durante gli screening di mercato dedicati ai buyer internazionali e quattro appuntamenti speciali con i titoli italiani della prossima stagione; Coproduction Market & Pitching Forum – 45 progetti da 21 paesi proposti a oltre 500 potenziali partner di co-produzione; Talks – un fitto programma con oltre 40 tra panel, masterclass e dibattiti.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

TODAY Pubblicità Italia

Data 20-10-2017
Pagina 17
Foglio 1

IERI LA PRIMA GIORNATA DEL MIA, MERCATO INTERNAZIONALE DELL'AUDIOVISIVO

Coletta (Raitre): intrattenimento e racconto sul cambio di genere in prima serata

Le grandi novità nei documentari e nei factual italiani sono state al centro della prima giornata del **MIA**, il **Mercato internazionale dell'audiovisivo** che si è aperto ieri a Roma al distretto Barberini. Tra gli interventi, quello di **Stefano Coletta**, direttore di **Raitre**, che ha parlato delle novità del canale che dirige dalla scorsa estate: "Raitre sta vivendo una trasformazione epocale - ha detto Coletta -. Soffriva da tempo di immobilismo di palinsesto a causa di marchi longevi di successo che era difficile cambiare. L'improvvisa defezione di **Fabio Fazio** si sta dimostrando per noi un'opportunità: i numeri cui *Che tempo che fa* era arrivato dopo 14 edizioni erano enormi per Raitre, ma non dimentichiamo che era partito dal 5% che in prima serata era comunque un successo e poi negli anni è cresciuto". Precisando di essere operativo dal 1° settembre scorso ma che solo da febbraio si vedranno i frutti del suo lavoro, Coletta ha spiegato che la prima grande diversità del palinsesto autunnale di Raitre è la giornata del giovedì dedicata ai grandi documentari. "Abbiamo iniziato con il documentario Stone-Putin che in prima serata è arrivato al 5% battendo marchi consolidati. E stasera (ieri per chi legge, *ndr*) avremo la prova del nove con 'Life, animated', il film documentario della Disney su un bambino affetto da autismo. Poi giovedì prossimo sarà la volta di 'Going, Clear', il documentario su Scientology. Ma è comunque la prima volta che uno dei canali generalisti fa una serialità sui documentari". Per il 2018 Coletta annuncia importanti novità nate dalla convinzione che una rete generalista doc debba avere tutti i generi espressivi. "Da anni a Raitre manca la leggerezza e la satira - spiega - forse non c'è più neanche nella realtà. Voglio riportare l'intrattenimento in prima serata su Raitre, già abbiamo individuato quale sarà: una serata di leggerezza dovrà arrivare su Raitre, me la sono imposto come medicina. E questo porterà cambiamenti anche nel daytime". Non solo: "Penso - ha detto Coletta, che ha anche annunciato per maggio 2018 un documentario su don Ciotti in occasione della giornata della legalità - che Raitre debba parlare a tutti, negli ultimi anni non abbiamo parlato a tutti, abbiamo elevato la posta ed esasperato la ripetizione di generi. Voglio riportare i generi su Raitre. A Raitre voglio raccontare l'ambivalenza individuale e sociale. A me piacerà raccontare con lo storytelling le trasformazioni identitarie che stanno avvenendo nella nostra società. Racconteremo il cambio di genere: su una tv di servizio pubblico è arrivato il momento di parlare di sesso con consapevolezza". Tra gli ospiti di ieri anche **Antonio Visca** (direttore di Sky Atlantic), **Dante Sollazzo** (head of format department di Endemol), **Paolo Ruffini**, direttore di Tv2000, **Laura Carafoli** (Svp content and programming - Discovery). Oggi per la seconda giornata del Mia, proseguiranno eventi e panel: tra i più attesi, il panel sul potere delle donne nell'intrattenimento internazionale, quello sui progetti di realtà virtuale e l'Italian Tv Upfront con il meglio delle serie tv italiane in lavorazione.



Stefano Coletta / @RAIOFFICIALNEWS



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

ItaliaOggi

Data 20-10-2017
Pagina 19
Foglio 1

Il direttore di rete Stefano Coletta

Rai3 era immobile ora trasformazione

«Rai3 sta vivendo una trasformazione epocale, soffriva da tempo di immobilismo di palinsesto a causa di marchi longevi di successo che era difficile cambiare». Lo ha detto **Stefano Coletta**, direttore della rete, che ieri in occasione della prima giornata del Mia, il Mercato internazionale dell'audiovisivo di Roma, ha parlato delle novità del canale che dirige dalla scorsa estate.

«L'improvvisa defezione di Fabio Fazio (il suo programma è migrato su Rai1, ndr) si sta dimostrando per noi un'opportunità», ha detto Coletta: «i numeri cui *Che tempo che fa* era arrivato dopo 14 edizioni erano enormi per Rai3 ma non dimentichiamo che era partito dal 5% che in prima serata era comunque un successo e poi negli anni è cresciuto».

Precisando di essere operativo dal primo settembre e che solo dal prossimo febbraio si vedranno i frutti del suo lavoro, Coletta ha spiegato che la prima grande diversità del palinsesto autunnale di Rai3 è la giornata del giovedì dedicata ai grandi documentari.

«Abbiamo iniziato con il documentario Stone-Putin che in prima serata è arrivato al 5% battendo marchi consolidati. E stasera avremo la prova del nove con *Life, animated*, il film documentario della Disney su un bambino affetto da autismo. Poi giovedì prossimo sarà la volta di *Going, Clear*, il documentario su Scientology. Ma è comunque la prima volta che uno dei canali generalisti fa una serialità sui documentari».

Per il 2018 Coletta annuncia importanti novità nate dalla convinzione che una rete generalista doc debba avere tutti i generi espressivi. «Da anni a Rai3 manca la leggerezza e la satira», spiega il direttore, «forse non c'è più neanche nella realtà. Voglio riportare l'intrattenimento in prima serata su Rai3, già abbiamo individuato quale sarà, una serata di leggerezza dovrà arrivare, me la sono imposta come medicina. E questo porterà cambiamenti anche nel day time». Non solo: «Penso che Rai3 debba parlare a tutti, negli ultimi anni non abbiamo parlato a tutti, abbiamo elevato la posta ed esasperato la ripetizione di generi. Voglio riportare i generi su Rai3, dove voglio raccontare l'ambivalenza individuale e sociale. A me piacerà raccontare con lo storytelling le trasformazioni identitarie che stanno avvenendo nella nostra società. Racconteremo il cambio di genere: su una tv di servizio pubblico è arrivato il momento di parlare di sesso con consapevolezza».

Tra gli ospiti che ieri al Mia hanno animato gli incontri sui format e le nuove linee editoriali, **Antonio Visca** (direttore di Sky Atlantic), **Dante Sollazzo** (head of format department di Endemol), **Paolo Ruffini** (direttore di Tv2000), **Laura Carafoli** (Svp content and programming - Discovery).

© Riproduzione riservata




Stop a pay tv pirata
Rai3 era immobile ora trasformazione
Class

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

il Giornale

Data 20-10-2017
Pagina 35
Foglio 1

IN CORSO A ROMA

Tra Montalbano, Ultimo e Saviano la tv italiana si apre al mercato estero

Anteprime, incontri e co-produzioni al Mia, la kermesse dell'audiovisivo

Laura Rio

Le anteprime del fantasy napoletano *Sirene*, della serie *La strada di casa* con Alessio Boni, della seconda stagione di *È arrivata la felicità* e della *Porta rossa*, di *Zero zero zero* tratto dal libro di Roberto Saviano, dell'atteso episodio *La mossa del cavallo* del *Commissario Montalbano*, di *Ultimo 5*. Ma anche un assaggio dei principali film al cinema nella prossima stagione come *Made in Italy* del rocker Ligabue e *Il ragazzo invisibile - seconda generazione*, il sequel firmato da Gabriele Salvatores. Insomma, il MIA, Mercato internazionale dell'audiovisivo, cominciato ieri a Roma, alla sua terza edizione diventa già adulto. E, dopo soli due anni, si appresta a diventare uno dei più importanti appuntamenti del settore audiovisivo. Dove non solo vengono commercializzati i diritti di trasmissione e avviate coproduzioni internazionali, ma si scambiano anche esperienze tra i maggiori produttori, autori, showrunner. In più, appunto, diventa un luogo di presentazione dei nuovi prodotti televisivi, ma anche cinematografici e documentaristici. Tre settori enormi i cui esperti e protagonisti convergono nella capitale. «La nostra formula contemporanea e flessibile si è perfezionata nel corso di questi tre anni – sottolinea la direttrice del MIA Lucia Milazzotto –. E oggi finalmente possiamo affermare che gli operatori di cinema, televisione e documentario lo considerano un appuntamento importante».

Tanto che sono 1.400 gli operatori che si sono accreditati quest'anno, tra cui 500 potenziali partner di co-produzione e distribuzione. Attirati sia dalla location, tra Palazzo Barberini e i Mercati Traianei, sia dall'eco internazionale che hanno avuto *Gomorra* e *Suburra* e, prima di loro, *Romanzo Criminale*. Serie che non solo hanno innovato il linguaggio televisivo italiano, ma che hanno anche reso la nostra tv molto più internazionale raccontando storie locali. «Questo mercato si inquadra in un momento molto particolare del nostro prodotto audiovisivo – sottolinea infatti Giancarlo Leone, presidente dell'Associazione produttori televisivi –. C'è un forte interesse internazionale verso i nostri prodotti, lo si vede dal livello significativo di co-produzioni nella serialità televisiva, ma anche dagli ingressi importanti di grandi gruppi stranieri in società italiane, come è avvenuto con Itv e Cattleya». Un'attenzione che ha aperto le porte a progetti importanti come la serie tratta da *L'amica geniale* o quella su *Gheddafi*, entrambe frutto di lavori internazionali.

Oltre a nove progetti italiani nel settore documentario, il mercato, aperto fino a domenica, offrirà un fitto programma con oltre 40 tra panel, masterclass e dibattiti, l'anteprima di *Rellik*, la serie tv crime targata BBC e Cinemax, creata dai fratelli Harry e Jack Williams, la masterclass dell'attore e produttore Daniel Dae Kim (*Lost*, *Hawaii Five-O*) per parlare della sua esperienza nel realizzare per il network ABC il remake di uno show sudcoreano di successo.





ATTESI Il commissario Montalbano, di cui è in produzione l'episodio «La mossa del cavallo» e «Sirene» che sarà in onda giovedì 26 ottobre su Raiuno



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

il Giornale

Data 21-10-2017
Pagina 33
Foglio 1

Si prepara «Zero zero zero» E intanto Saviano lavora a una sceneggiatura su Mu'ammar Gheddafi





ATTESE
Da sinistra, «È arrivata la felicità» e «Gomorra

IL MERCATO DELL'AUDIOVISIVO

Sirene, storia e camorra Le nuove fiction sempre più internazionali

Tornano «Gomorra», «I Medici» e «La porta rossa». Coinvolgente «La strada di casa» con Boni

Laura Rio

Se questi sono gli assaggi, nelle prossime settimane e mesi non dovremo temere l'astinenza da fiction e serie. Di quelle avvincenti che non ti fanno pentire d'essere a casa sul divano. Trailer e mini visioni sono stati presentati ieri al MIA, il mercato internazionale dell'audiovisivo che si chiuderà domani a Roma e che, alla terza edizione, sta diventando sempre più importante, coinvolgendo 1400 operatori di tutto il mondo. Dalle *Sirene* napoletane in onda dal 26 ottobre su Raiuno alla terza stagione di *Gomorra*, in arrivo il 17 novembre su Sky Atlantic fino all'atteso romanzo storico di Camilleri, tante le serie presentate agli investitori stranieri dagli attori protagonisti e dai maggiori produttori italiani, da Cattleya a Endemol, da Lux Vide a Palomar a Taodue. Tutte aziende che ormai seguono un solo imperativo: la coproduzione internazionale, unico modo per realizzare fiction importanti e costose.

Cominciamo, dalle più vicine in ordine di messa in onda. Le *Sirene*, un fantasy scritto da Ivan Cotroneo della Cross Production, affronta il tema dell'antica battaglia tra maschi e femmine coinvolgendo mare e terra: quattro creature acquatiche con le fattezze di Maria Pia Calzone (la moglie del boss Savastano di *Gomorra*), Valentina Bellè, Denise Tantucci e la piccola Rosy Franzese, arrivano sulla Terraferma, a Napoli, per cercare un tritone scomparso, Ares. Invece incontrano un insegnante di pallavolo, Luca Argentero. La forza della commedia sta anche nelle belle inquadrature di Napoli.

In *La strada di casa*, una saga tra lo psicologico e il thriller, in onda su Raiuno a metà novembre, Alessio Boni è invece Fausto, che resta in coma a causa di un trauma. Al suo risveglio ha perso la memoria e inizia a guardare la propria esistenza in modo diverso, soprattutto rispetto alla sua figura di padre. Spiega Boni: «Sono un uomo che odia il se stesso di prima».

Attesa è ovviamente la terza stagione di *Gomorra*, dove Ciro (Marco D'Amore) si deve ricostruire una vita e un clan dopo l'uccisione del boss dei boss Savastano. La scena si sposta da Scampia al centro città di Napoli, ma la violenza, la droga, l'avidità restano le stesse. Il fulcro sarà la sfida tra Genny Savastano che cerca di coprire il vuoto di potere lasciato dalla morte del padre e Ciro (Di Marzio) che vuole prendersi la sua fetta dell'impero.

Nei prossimi mesi arriveranno altri prodotti importanti, di cui ieri si sono viste le prime immagini. Sul primo canale a novembre *Scomparsa* della Endemol con Vanessa Incontrada; a gennaio *È arrivata la felicità 2*, la brillante commedia familiare con Claudia Pandolfi e Claudio Santamaria. E poi le saghe in programma per il prossimo anno: *I Medici 2*, faraonica co-produzione, con Sean Bean, Raoul Bova e Alessandra Mastronardi, che racconta le gesta della casata fiorentina («L'Italia non è solo camorra e mafia», ha detto scherzando ma non troppo Luca Bernabei della Lux Vide); quindi la seconda stagione de *La porta rossa* con protagonista Lino Guanciale tra la vita e la morte; *La mossa del cavallo* che fa parte del progetto sui tv movie tratti dai racconti storici di Andrea Camilleri e anche i nuovi episodi del *Commissario Montalbano*, cioè *Amore* e *La giostra dei cavalli*, tutti in arrivo a primavera; *Il cacciatore*, storia avvincente di un giovane magistrato a caccia di mafiosi dopo la strage di Capaci. Da non dimenticare la quinta stagione di *Ultimo* con Raoul Bova e la seconda di *Solo* con Marco Bocci, della Taodue, per Canale 5.

Si è parlato anche di *Zero zero zero*, produzione Sky, tratto dal secondo libro di Roberto Saviano dedicato ai cartelli sudamericani delle droghe, ancora in fase di scrittura (le riprese inizieranno a marzo). Saviano sta anche scrivendo una sceneggiatura su Gheddafi. Della stessa casa di produzione, la Palomar, è la mega produzione tratta da *Il nome della rosa*, con star come John Turturro e Rupert Everett: si comincerà a girare a gennaio a Cinecittà.

MEGA PRODUZIONE

Pronti a girare una serie da «Il nome della rosa» con Everett e Turturro



FAMIGLIA
Alessio Boni è protagonista di «La strada di casa» nuova fiction di Raiuno (foto a sinistra) Boni interpreta un padre di famiglia che a causa di un grave incidente entra in coma L'uomo si risveglia dopo anni e scopre che tutto intorno a lui è cambiato

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

IL MATTINO

Data 22-10-2017
Pagina 17
Foglio 1

Le nuove serie tv

Gheddafi per Saviano Turturro per Eco

Ormai punta di diamante del comparto dell'audiovisivo, le serie tv italiane allungano il passo e guardano sempre di più al mercato internazionale. Roberto Saviano, mentre Cattleya e Sky stanno per mettere alla prova il risultato di «Zero zero zero», tratta dal suo penultimo libro, firmerà con Nadav Schirman «Gheddafi», sul leader libico: coproduzione Palomar/Eone, ancora sconosciuto il canale italiano di messa in onda. John Turturro, dopo il successo di «The night of», sarà il protagonista per la Rai de «Il nome della rosa», tratto dal bestseller di Umberto Eco, Rupert Everett nel cast.

Sono solo due delle novità presentate agli acquirenti internazionali, in «Italian tv upfronts», sezione del «Mia», il «Mercato internazionale» dell'audiovisivo in corso a Roma. Le altre? Michele Riondino in «La mossa del cavallo», primo dei «Racconti di Vigata», nuova serie nata da Camilleri, ambientata in una Sicilia tra diciannovesimo e ventesimo secolo; Daniel Sharman («Teen Wolf») nei panni di Lorenzo il Magnifico e Raoul Bova per Papa Sisto in «Medici: Masters of Florence - The magnificent» (produzione Lux Vide per la Rai).

Al Mia

Lo scrittore racconta il dittatore libico «Il nome della rosa» con il divo

A proposito di Camilleri: tra febbraio e marzo tornerà sull'ammiraglia di Viale Mazzini «Il commissario Montalbano», con due nuovi episodi, «Amore» e «La giostra degli scambi». Non potevano mancare i romanzi criminali: mentre sta per arrivare «Gomorra 3- La serie», di cui sono state mostrare alcune immagini in anteprima, sono pronte tre storie nel segno della mafia: «Il cacciatore» (Cross Productions), con un giovane magistrato, Francesco Montanari, a caccia di mafiosi dopo la strage di Capaci; la quinta stagione di «Ultimo» con Raoul Bova e la seconda di «Solo» con Marco Bocci, entrambi della Taodue, per Canale 5. Per gli amanti della docufiction occhio a «I 1000 giorni di mafia capitale presentato da Magnolia, in onda su Raitre.

o.c.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Roberto Saviano



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

IL PICCOLO

Data 22-10-2017
Pagina 48
Foglio 1

Michele Riondino nei Racconti di Vigata

Tra le novità delle serie tv la seconda stagione dei Medici e "La porta rossa"



Michele Riondino

ROMA

Michele Riondino nel primo dei Racconti di Vigata, nuova serie nata da Camilleri; Daniel Sharman (Teen Wolf) nei panni di Lorenzo il Magnifico e Raoul Bova per Papa Sisto in "Medici: Masters of Florence - The magnificent"; Roberto Saviano creatore insieme a Nadav Schirman di "Gheddafi", sul leader libico. Saranno fra i protagonisti delle nuove serie made in Italy in arrivo o in lavorazione, presentate ai buyers internazionali, in Italian Tv Upfronts, sezione del Mia, il Mercato internazionale dell'audiovisivo a Roma. Mentre è già in onda Suburra, e sta per debuttare Gomorra 3, Cattleya prepara "Zero zero zero", serie per Sky tratta dal bestseller di Saviano, diretta da Stefano Sollima. Una «rivoluzione rock con la giovane generazione che prende il potere a Firenze»: così Luca Bernabei di Lux Vide descrive Medici: Masters of Florence - "The magnificent, seconda stagione, con Frank Spotniz" come showrunner, sulla famiglia fiorentina. Nel ruolo del Magnifico, l'inglese Daniel Sharman. Tra febbraio e marzo tornerà Il commissario Montalbano, con due nuovi episodi, "Amore" e "La giostra degli scambi". E sempre in primavera, sull'ammiraglia Rai, debutteranno "I racconti di Vigata", storie «con soggetti forti, come passione, vendetta, corruzione», spiega Nicola Serra di Palomar, ambientate in una Sicilia tra XIX e XX secolo. Si comincia con "La mossa del cavallo" con Michele Riondino. In primavera inizieranno a Trieste le riprese della La porta rossa 2, con Lino Guanciale, ideata da Carlo Lucarelli e Giampiero Rigosi, grande successo di Rai2, prodotto da Vela Film. La messa in onda è a febbraio 2019.


Musica
Harem Scarem, a Prosecco una scossa rock
Michele Riondino nei Racconti di Vigata
Ristoranti & Ritrovi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Messaggero Veneto Pordenone
GIORNALE DEL FRIULI

Data 22-10-2017
Pagina 27
Foglio 1

Il "Caffè col Messaggero" in piazza Risorgimento

Giovedì 26 ottobre, dalle 10 alle 11.30, vi aspettiamo al Bar Carducci dei Sambin
Noi offriremo il caffè, voi le proposte per "disegnare" insieme il futuro del sito

È stata la "casa" delle corriere e le ha viste traslocare al terminal di fronte alla stazione; ha vissuto il cambiamento della fontana; ha ospitato le soste per gustarsi il gelato di italiani prima e stranieri poi; ci hanno collocato divanetti colorati, mercatini agricoli, partenze della Pordenone pedala e ora, di recente, il vagone bavarese del gusto.

Avete capito, parliamo di piazza Risorgimento, un'area nevralgica della città ancora alla ricerca di una sistemazione definitiva.

I tentativi si moltiplicano e anche in occasione dell'ultima edizione di "Incontriamoci a Pordenone" questa location era stata inserita nel programma. Purtroppo, però, la zona ha confermato la tendenza di rimanere sempre un po' ai margini, nei gusti dei pordenonesi: per quanta gente arrivi in piazza Risorgimento, ce n'è sempre di meno rispetto alle altre aree coinvolte dalle feste organizzate in città.

A "Incontriamoci" era risultata affollata l'area centrale con le bancarelle di Mia, il mercato italiano alimentare, che aveva portato una ventina di produttori alimentari e aziende agricole da tutt'Italia e alcune attrazioni per bambini nella zona a ridosso di viale Cossetti. Però non c'erano stati grandi numeri.

Così, mentre prende piede il nuovo corso di piazza XX Settembre, la "piazza in movimento", come l'ha ribattezzata il Comune, che dopo il bosco delle farfalle introdurrà dal 4 novembre fasci di vite, a creare il bosco delle fascine, peri da fiore a foglie rosse, panchine e una sorta di tetto di luci calde, con vele "ocra", in piazza Risorgimento il dibattito resta aperto.

Cosa ne pensano i cittadini e i lettori del *Messaggero Veneto*? Quali soluzioni propongono per rivirtalizzare l'area?

Andremo a chiederglielo giovedì 26 ottobre, dalle 10 alle 11.30, al Bar Carducci di via Trento 1, il locale di Sandro e Martina Sambin che si affaccia proprio su questo punto nevralgico di Pordenone.

La formula è quella, fortunata e già sperimentata in numerose precedenti edizioni proprio a Pordenone, del "Caffè col Messaggero".

Una manifestazione pensata proprio per i cittadini e i lettori. Sarete, infatti, nostri ospiti: vi offriremo il caffè e trasformeremo il locale di piazza della Motta, per 90 minuti, in un forum in cui riscoprire il piacere del confronto e della partecipazione. Chiacchierare insieme davanti a un buon caffè, come si faceva una volta quando non esistevano le piazze "virtuali" sui social network, senza perdere di vista le opportunità di condivisione che offrono le nuove tecnologie.

Ci saranno dirette Facebook e servizi fotografici e video che culmineranno nella raccolta delle opinioni dei cittadini che finiranno sulle pagine dell'edizione cartacea del nostro giornale. La tazzina la metteremo noi, a voi chiederemo idee e suggerimenti per disegnare insieme il futuro di questa piazza storicamente cara ai pordenonesi, ma ancora alla ricerca di un'identità.

Proprio per questo vi chiediamo di aiutarci a indicarla a chi ci governa, in un dibattito franco e aperto alle voci di tutti coloro che avranno piacere di presentarsi e partecipare alla nostra iniziativa.

©RIPRODUZIONE RISERVATA







CONSTATAZIONE AMICHEVOLE

di Enrico Galiano

Ritorna il "Caffè col Messaggero", stavolta per discutere di Piazza Risorgimento. Per qualcuno sarà amaro.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

LA STAMPA

Data 23-10-2017
Pagina 26
Foglio 1 / 2

"Nelle serie tv conta l'idea Noi puntiamo sull'Italia: è un serbatoio di talenti"

David Levine di Hbo: "Per girare L'Amica geniale abbiamo scelto solo attori locali, tutti volti nuovi"

Intervista

GIANMARIA TAMMARO
ROMA



Il colosso americano
David Levine, dell'emittente Hbo, a Roma per il Mia, il mercato internazionale dell'audiovisivo

I capelli corti e grigi, gli occhiali rotondi, la voce gentile ma decisa. «Non è il budget che fa funzionare una serie. Quello che conta è l'idea». David Levine, «Head of Drama» della Hbo insieme a Francesca Orsi, ospite d'eccellenza del Mia (il mercato internazionale dell'audiovisivo) è sicuro: la qualità non la fanno i soldi; quello che serve è una buona storia.

«Spendiamo 15 milioni di dollari ad episodio per *Game of Thrones* perché ne vale la pena - spiega -. Con quei soldi vengono scritti i copioni in anticipo e organizzate in blocco tutte le riprese nell'arco di otto mesi. Poi ci sono i costumi, gli extra e gli effetti speciali».

Rispetto agli altri canali Usa, Hbo produce di meno. Perché?

«Perché puntiamo sulla qualità. Non è sulla previsione degli ascolti che ci basiamo. Crediamo che i nostri contenuti debbano andare in onda la domenica, una volta a settimana. Ed è importante che si tratti di prodotti imperdibili».

Gli analisti parlano di una sovrapproduzione di serie tv. Che effetti ha sul vostro lavoro?

«In qualche modo ci ha resi più consapevoli di quello che facciamo. Oggi sappiamo che è importante concentrarci sul lato positivo delle nostre storie. Vogliamo che le persone empatizzino con i personaggi. E vogliamo che ne parlino».

Quando avete annunciato «Confederate», la vostra serie su un'America diversa, dove è scoppiata di nuovo la guerra civile, ci sono state molte polemiche. Perché secondo lei?

«Quando decidi di parlare di un tuo show, è importante saperne il più possibile. Nel caso di *Confederate*, abbiamo raccontato solo una parte di quello che è. E abbiamo commesso un errore. Gli showrunner non sono solo David Benioff e Dan Weiss; ci sono anche Nichelle e Malcom Spellman».

> Non ci basiamo sugli ascolti, miriamo a storie imperdibili per la domenica sera
>
> **David Levine**
> Capo della sezione «drama» di Hbo

Della serie ispirata a «L'amica geniale» di Elena Ferrante, co-produzione Rai, che cosa può dire?

«Le riprese sono iniziate. Abbiamo letto sei degli script totali. Sono stati scelti solo attori e attrici locali, tutti volti nuovi. L'ambientazione è meravigliosa, così come la storia, che fotografa il cambiamento dell'Italia nel corso di molti anni».

Dopo «The Young Pope» di Paolo Sorrentino, prodotta con Sky Italia, siete tornati a lavorare con la Wildside di Lorenzo Mieli.

«Quando abbiamo conosciuto tutto il team, da Saverio Costanzo a Lorenzo, abbiamo capito che si trattava di quello giusto. Per noi è importante che tutto resti in una dimensione locale e specifica, per dare coerenza e credibilità al racconto».

Secondo lei, perché molti dei grandi autori del cinema si stanno spostando in televisione?

«L'industria cinematografica si è rinchiusa in sé stessa. Per il cinema un'idea originale è un rischio. In televisione, invece, è quello che cerchiamo. Attori, registi e sceneggiatori scelgono il piccolo schermo perché possono approfondire nuovi aspetti del lavoro».

Altra serie che avete annunciato è «I Know This Much Is True».

«Abbiamo cominciato a lavorarci. La storia è tratta da un libro e ha una componente italiana molto forte. Mark Ruffalo interpreta due gemelli molto diversi».

Di nuovo l'Italia. In questi ultimi anni avete lavorato molto qui. Che cosa vi ha convinti?

«Il motivo per cui stiamo lavorando così tanto in Italia, e devo darne merito a Francesca Orsi, è perché abbiamo trovato storie incredibili. Abbiamo lavorato con Sorrentino per *The Young Pope* perché abbiamo pensato che la sua fosse una grande idea».

L'attesa, ora, è per «The New Pope».

«Sorrentino ha scritto una parte della sceneggiatura, ma si è fermato per girare *Loro*, il suo nuovo film. Probabilmente tornerà al lavoro sulla serie già l'anno prossimo. Se siamo così spesso in Italia è perché ci piace collaborare con persone di talento e qui ce ne sono parecchie».

BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Le produzioni che vedremo



Sopra, una scena da «Games of Thrones»: l'8ª e ultima stagione sarà la più costosa mai realizzata, il cast l'ha definita monumentale

15 milioni
di dollari a episodio per «Games of Thrones» che comprendono i soldi per il copione e le riprese di otto mesi





Sopra, Jude Law in «The Young Pope» di Paolo Sorrentino: si lavora al seguito, «The New Pope» A fianco, Mark Ruffalo protagonista di «I Know This Much Is True»


"Nelle serie tv conta l'idea. Noi puntiamo sull'Italia: è un serbatoio di talenti"

DA BIGIARE A INCIUCIO, DA DANTE A MONTALBANO, UN VIAGGIO NEL PAESE DEI MILLE DIALETTI

l'Italiano

L'ITALIANO, CONOSCERE E USARE UNA LINGUA FORMIDABILE

LA STAMPA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

PUBBLI NOW! .com

Data 24-10-2017
Pagina 10
Foglio 1

EVENTI

Il MIA chiude i battenti e si scopre sempre più internazionale e strategico



Oltre 1800 accreditati, 58 Paesi partecipanti, 45 progetti, più di 60mila meeting, 120 film, affollati tv Upfront e What's next Italy, un milione di visualizzazioni su twitter. Questi alcuni numeri della terza edizione del MIA - Mercato internazionale dell'Audiovisivo, dal 19 al 23 ottobre al Distretto Barberini di Roma. Un successo da attribuire anche 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 da Francesco Rutelli e Giancarlo Leone, dai direttori generali Mina Larocca e Chiara Sbarigia e sostenuta da tutte le imprese che le due associazioni rappresentano. La soddisfazione è stata espressa da Lucia Milazzotto, direttore di MIA, che sceglie di affidare il suo commento agli aggettivi che i 1839 accreditati hanno maggiormente utilizzato in questi giorni parlando dell'evento. «È stato un mercato vibrante, perché il numero di meeting e di affari è stato al di sopra delle aspettative, 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». Una manifestazione "utile", perché l'industria italiana ed europea ha sempre più bisogno di spazi non scontati di incontro. Ma il MIA è soprattutto strategico, un appuntamento da non perdere, subito dopo MIP e prima di AFM. «Infine il MIA è stato "italiano, internazionale e bello" – ha concluso Milazzotto. – 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».


PUBBLI .com

Il MIA chiude i battenti e si scopre sempre più internazionale e strategico

"Tv Sorrisi e Canzoni" e "Panorama" in vendita con la collana dedicata ai Dire Straits

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Corriere Adriatico
Dal 1860 il giornale delle Marche
ANCONA

Data 24-10-2017
Pagina 27
Foglio 1

Cinema Prestigioso riconoscimento all'autore marchigiano al Premio Franco Solinas

"Io e il secco", menzione speciale a Santoni

Menzione speciale per il marchigiano Gianluca Santoni con "Io e il secco", scritto insieme a Michela Straniero, al Premio Franco Solinas 2017 alla Migliore Sceneggiatura. La premiazione si è svolta a Roma al Mia-Mercato internazionale dell'audiovisivo.

Una giuria qualificata

Le sceneggiature sono state valutate da una giuria qualificata che ha assegnato una menzione a "Io e il secco" con la seguente motivazione: «Il piccolo Denni vuole disperatamente difendere la madre da un padre violento. A sua volta, il Secco è un giovane uomo in fuga da una prossima paternità. Attraverso il loro incontro i due affrontano insieme il senso di essere uomini e la paura e il mistero che unisce e separa padri e figli. La giuria assegna una menzione speciale a "Io e il Secco" per la capacità di rivisitare con grazia gli stilemi della commedia neorealistica, per l'equilibrio tra toni lievi e drammatici, dialoghi intelligenti e brillanti». Gianluca Santoni, nato a Fermo e cresciuto tra Monte Urano e Porto San Giorgio, nel 2010 si trasferisce a Roma. Si diploma in regia al Centro sperimentale di cinematografia di Roma.



Michela Straniero e Gianluca Santoni

© RIPRODUZIONE RISERVATA


Spettacoli SONAR
ExtraFestival di qualità

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

il Giornale

Data 24-10-2017
Pagina 35
Foglio 1

DOMANI SERA IN ONDA SU LAF

Hornby: «Io, mio figlio e la disabilità»

Un film-viaggio tratto dal volume «Nessuno può volare» della scrittrice

Laura Rio

Ha venduto migliaia di copie. I suoi libri sono stati tradotti in 19 lingue. L'ultimo, *Nessuno può volare* (Feltrinelli), è al sesto posto della top ten. Eppure lei si rannicchia nelle spalle e confessa: «Io scrivo per guadagnare soldi. Ho cominciato a scrivere per raccogliere denaro. E continuo a farlo anche per quello». Ma Simonetta Agnello Hornby, la scrittrice siciliana naturalizzata britannica, non lo fa per avidità. I soldi a lei servivano e servono per aiutare il figlio Giorgio, malato di una grave forma di sclerosi multipla. «È così - ci racconta la scrittrice in occasione della proiezione del film tratto dall'ultimo libro al Mia, il mercato dell'audiovisivo che si è tenuto a Roma - Scrissi il mio primo romanzo a 58 anni, *La Mennulara* (nel 2012) quando seppi che mio figlio era malato. La scrittura all'inizio riusciva a farmi dimenticare la realtà». Poi però quel rifugio non bastava più perché Giorgio era diventato un disabile che aveva bisogno di cure tutto il giorno. «Con i soldi guadagnati dai libri, mio figlio ha potuto avere un ascensore, una casa a sua misura, i suoi figli possono frequentare scuole private a Londra, cosa che non potrebbe succedere con il solo aiuto dello Stato». «Insomma la malattia ha fatto diventare me un handicappato e mia madre una scrittrice famosa», scherza Giorgio. Ma quando cominciò, la Hornby non immaginava che sarebbe diventata una bestsellerista. «Certo che no. Ora la scrittura è un modo di vivere ma, se potessi, farei più vacanze, passerei più tempo con i miei nipoti».

In attesa di riposarsi, Simonetta e il figlio Giorgio stanno girando l'Italia per presentare il libro scritto insieme sulla disabilità e il documentario che ne è stato tratto. Realizzato dalla società Pesci combattenti con la regia di Riccardo Mastropietro, andrà in onda su laF (canale 139 di Sky) domani alle 21,10. Un film che non descrive solo la difficile vita quotidiana di Giorgio, ma soprattutto il viaggio da Londra (dove vivono gli Hornby) all'Italia per incontrare altri disabili. Racconti ironici e autoironici, in situazioni particolari come gli Uffizi a Firenze, per mettere a confronto la bellezza assoluta con la diversità. «Il libro - spiega Giorgio - l'abbiamo fatto per spiegare perché la società vede ancora la disabilità in maniera così negativa. E cercare di capire quali sono i bagagli che ci portiamo addosso. Per tanto tempo avere un handicappato in famiglia è stato considerato una disgrazia. E ora le cose non sono molto cambiate».

«Nessuno può volare», che dà il titolo a film e libro, è il pensiero che ha sorretto la scrittrice nel dolore per il figlio. «Guardavo dei piccioni - racconta - Osservando questo volo scomposto che poi diventa un volo composto, le mie emozioni scomposte si sono ricomposte. Ho pensato che nessun uomo può alzarsi in volo. Né gli abili né i disabili. E questo mi confortava». Ma come si arriva alla serenità nell'affrontare la malattia che entrambi mostrano oggi? «Io nella vita non accetto le mezze vie - dice Simonetta - Se c'è qualcosa che non posso cambiare, o ne scappo o l'accetto. E non potevo scappare». Giorgio ricorda: «Per anni sono stato malato ma non disabile, sono diventato disabile nel 2014 e ho cominciato a vedere il mondo dal basso verso l'alto. Notavo che c'erano pochi "non volanti" in giro, in pizzeria, per strada, mentre le statistiche dicono che una persona su sei è disabile. Insomma, ancora gli imperfetti vengono nascosti. Per questo voglio combattere insieme a mia madre: perché possano essere accettati e aiutati a vivere normalmente».

Una lotta, quella della scrittrice, che non si ferma. «Il mio prossimo impegno è scrivere un testo contro la violenza domestica - drammi che ho affrontato per anni quando ero avvocato - da portare ovunque, nei teatri, in tv, anche qui in Italia, insieme alla jazzista sarda Filomena Campus». Romanzi? «No, basta. Per ora non ho tempo».



BESTSELLERISTA Simonetta Agnello Horby (Palermo, 1945), vive a Londra dal 1972


THOR RAGNAROK
Riecco il figlio di Odino
E ora per vincere
si allea a una guerriera

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

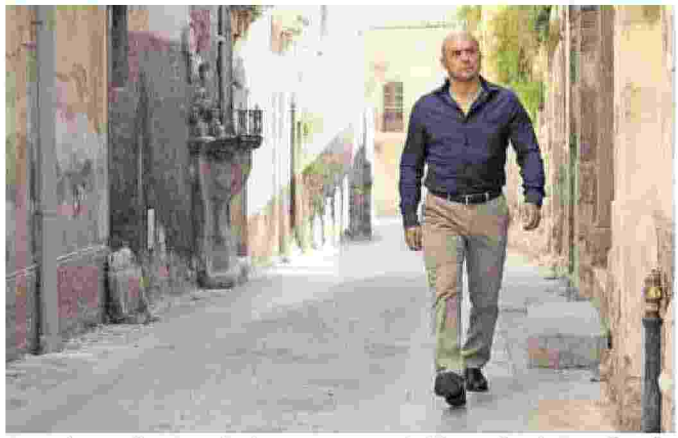
GIORNALE del POPOLO

Data 24-10-2017
Pagina 21
Foglio 1

ROMA Le novità RAI presentate al Mercato Internazionale dell'Audiovisivo

La fiction italiana riparte dal mistero e dal giallo storico

Tra febbraio e marzo 2018 Montalbano tornerà con due nuovi episodi. Seconda stagione per la serie di Rai Due "La porta rossa", mentre faranno discutere "Gheddafi" e l'ambizioso "Il nome della rosa".



Annunciate per il 2018 anche due nuove puntate de "Il commissario Montalbano".

Sono state presentate nei giorni scorsi al MIA, Mercato Internazionale dell'Audiovisivo, a Roma, le nuove serie made in Italy che stanno per sbarcare sul piccolo schermo o sono in via di lavorazione.

Tra le novità che faranno discutere nei prossimi mesi, ci sono sicuramente la fiction su Lorenzo il Magnifico, che vedrà Raoul Bova nei panni di papa Sisto, e quella sul leader libico *Gheddafi*, scritta da Roberto Saviano con Nadav Schirman. Una «rivoluzione rock con la giovane generazione che prende il potere a Firenze»: così Luca Bernabei di Lux Vide ha descritto *Medici: Masters of Florence - The magnificent*, seconda stagione della fiction sulla famiglia fiorentina. Nel ruolo del Magnifico, l'inglese Daniel Sharman, e con lui, oltre a Bova, Bradley James nei panni di Giuliano De Medici, Alessandra Mastronardi in quelli di Lucrezia Donati e Sean Bean (*Il trono di spade*) nel ruolo di Jacopo de' Pazzi.

I numerosi fan del personaggio nato dalla penna di Andrea Camilleri apprezzeranno il ritorno, su Rai Uno tra febbraio e marzo 2018, de *Il commissario Montalbano*, con due nuovi episodi, "Amore" e "La giostra degli scambi" (in anteprima è stata mostrata una scena su qualcosa di strano che succede a Catarella...). Sempre in primavera, sull'ammiraglia Rai, debutteranno *I racconti di Vigata*, storie «con soggetti forti, come passione, vendetta, corruzione», ha spiegato il direttore generale della società di produzione Palomar, Nicola Serra, descrivendone l'ambientazione, nella Sicilia a cavallo tra XIX e XX secolo. Si comincerà con "La mossa del cavallo" che ha per protagonista l'attore Michele Riondino. La Palomar ha in cantiere anche un altro progetto: *Il nome della rosa*, le cui riprese inizieranno all'inizio del prossimo anno. Dopo i discussi *The Young Pope* di Sky e *Suburra* di Netflix – successi costruiti su una buona dose di sensazionalismo e su alcune peculiarità culturali della Penisola – la fiction italiana manifesta sempre di più la volontà di raggiungere il mercato internazionale. Il romanzo di Umberto Eco, in questo senso, sembra rispondere alla perfezione alla domanda del pubblico statunitense, che ha già dimostrato di apprezzare il giallo storico europeo. L'adattamento sarà realizzato dalla RAI e dalla casa di produzione Wild Bunch e prevede otto episodi, girati in inglese e diretti da Giacomo Battiato, basati su una sceneggiatura che lo stesso Eco avrebbe approvato poco prima della sua morte, nel 2016. Un cast di star internazionali completerà l'operazione: John Turturro dovrebbe interpretare il monaco Guglielmo da Baskerville (nel film del 1986 la parte era di Sean Connery) e Rupert Everett l'inquisitore Bernardo Gui. Cross Productions, che ha realizzato *Sirene* (al debutto questo giovedì, 26 ottobre, su Rai Uno) e *Rocco Schiavone* (che tornerà in primavera) ha proposto invece la novità de *Il Cacciatore*: qui, Francesco Montanari interpreterà un magistrato ispirato ad Alfonso Sabella, che ha mandato in prigione dei boss come Leoluca Bagarella e Giovanni Brusca. A novembre debutterà su Rai Uno *Scomparsa*, con Vanessa Incontrada, che unirà conflitto generazionale e noir, per attirare anche un pubblico giovane, oltre a quello classico di Rai Uno. In primavera inizieranno poi le riprese della seconda stagione di *La porta rossa*, con Lino Guanciale, ideata da Carlo Lucarelli e Giampiero Rigosi, successo della scorsa stagione di Rai Due. Alessio Boni sarà invece un allevatore che, dopo essere uscito da un coma durato cinque anni, inizia ad indagare sui misteri nella sua vita in *La strada verso casa* di Riccardo Donna. In arrivo anche amori, famiglie e canzoni di *È arrivata la felicità 2*, di cui sono appena finite le riprese. **(RED/FMO)**



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

il Fatto Quotidiano

Data 27-10-2017
Pagina 1+20/1
Foglio 1 / 2

COMPLEANNO E FESTIVAL

Franceschini-Monda tra feste e red carpet

PONTIGGIA A PAG. 20

CINEMA

ROMA Dal compleanno a New York al red carpet

Con Antonio e Dario, amici per il cinema (e per le feste)

» FEDERICO PONTIGGIA

Con John Le Carré, Dario Franceschini e Antonio Monda condividono la professione di scrittore e il compleanno, che cade il 19 ottobre. Ma a festeggiarlo insieme a New York sono stati solo il ministro dei Beni culturali e il direttore artistico della Festa di Roma, non anche il celebre autore di *spy-story*. Il giorno prima, il 18 ottobre, Franceschini aveva presentato al Palazzo di Vetro dell'Onu i nostri Carabinieri impegnati nella tutela del patrimonio culturale e i Caschi blu della cultura, e sempre all'insegna della cultura ha spento le candeline, ospite dell'amico Antonio nell'empireo dell'Upper West Side. S'è cantata *La vie en rose*, ché da sempre il modello buono per il nostro cinema è quello francese. Del resto, non è esterofilia, bensì internalizzazione la cifra esistenziale e professionale di Monda. Central Park West, come si chiama la corrispondenza settimanale che tiene per Rai News, e lì Antonio non solo è di casa, ma è il salotto buono: complici i suoi leggendari brunch domenicali, è divenuto, per citare il *New York Times*, "un istituto di cultura raccolto in una sola persona" e il "custode della gloria di New York".

MONDA non ha mancato di ricordarcelo, allegando la pregna biografia, nell'annunciare *urbi et orbi* la riconferma a direttore artistico della Festa per il triennio 2018-2020. La comunicazione fu data il 9 ottobre, *noblesse oblige*, il giorno prima della conferenza stampa di presentazione della XII Festa, e Monda ringraziò "tutti coloro che hanno rinnovato la fiducia nei miei confronti". Se un compleanno congiunto è un indizio, una torta spartita è una prova: tra Antonio e Dario c'è stima, fiducia, amicizia. E sinergia, all'insegna di quel progressivo accentramento del cinema sotto l'egida di Cinecittà e del ministero voluto da Franceschini e catalizzato da Roberto Cicutto, presidente di Istituto Luce – Cinecittà.

Franceschini sul cinema ha investito molto, e a 360 gradi: dalla Mostra di Venezia, cui ha presenziato a più riprese forte dell'ottimo rapporto con il presidente della Biennale, e consiglieri sul fronte museale e non, Paolo Baratta, alla Legge Cinema, che "l'Italia aspettava da decenni", fino all'obbligo di programmazione di film nazionali ed europei in prima serata che ha fatto infuriare i *broadcaster*. Franceschini crede nel cinema, ed è il suo un credo antico: costruzione del consenso, strumento politico o, almeno, sfruttamento politico. Non mancano, e siamo riduttivi, le esternalità positive: la Legge Cinema è buona, addirittura buonissima se paragonata alla *tabula rasa* precedente e all'inattività dei suoi predecessori al Collegio Romano, e abbastanza condivisibile è il *diktat* di programmazione cinematografica alle tv e alle piattaforme streaming. A fare bene o comunque a fare e basta lo aiutano gli altri: chi concorre e chi desiste, ed è sempre materia politica. La Festa è partita a pochi giorni dal successo del Mia, il mercato internazionale dell'audiovisivo, partecipato dall'Anica cinematografica, presieduta da Francesco Rutelli, e dall'Apt televisiva, governata da Giancarlo Leone, e l'anno prossimo oltre a reintegrare la collaborazione tra Mia e Festa – perduta quest'anno – Roma potrebbe conoscere un cappello ulteriore, qualcosa più al passo coi tempi, da città dell'audiovisivo tutto e non del solo cinema

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

il Fatto Quotidiano

Data 27-10-2017
Pagina 1+20/1
Foglio 2 / 2

quale è e vorrebbe essere. Sintomatiche sono anche le spinte centripete della Fondazione Cinema per Roma verso l'evento Festa, e non più centrifughe verso il CityFest lungo un anno, e c'è da chiedersi al riguardo quale sia il ruolo dell'amministrazione Raggi: impegno fattuale e personale (lo direbbe il budget garantito per l'anno prossimo), co-produzione minoritaria o, appunto, desistenza? Insomma, Franceschini, e il ministero e Cinecittà, si vede così tanto per luce propria o per eclissi altrui? All'Auditorium ieri c'erano tutti, dal presidente della Repubblica Mattarella al presidente del Senato Grasso, dal presidente della Regione Lazio Zingaretti alla sindaca Virginia Raggi. C'era anche Franceschini, ma lui c'è sempre.

AH, È ANCHE il cinema cinema a far Festa: ha aperto *Hostiles* di Scott Cooper, un western classico che ribadisce come l'America sia nata, e prosperi, nella violenza. È assai ben fatto, l'assassino governativo Christian Bale e la tosta vedova Rosamund Pike capeggiano un cast superbo, la fotografia e le musiche (Max Richter) incantano, il sangue non finisce nel fuoricampo. Soprattutto, il discrimine non è tra bianchi e indiani, ma tra buoni e cattivi: capito, Trump?

@fpontiggia1

Stima e sinergia Il ministro della Cultura e il direttore inseguono l'accentramento del cinema sotto l'egida di Cinecittà



Franceschini a casa Monda Il ministro e sua moglie ospiti del direttore della Festa del Cinema il 18 ottobre scorso a New York. Monda a Roma *Ansa*

Pillola



▪ LANDESMAN SI DIMETTE Accusato di abusi sessuali da otto donne, si dimette uno degli editori della rivista newyorchese "Artforum", Knight Landesman. Il guru dell'arte contemporanea è stato denunciato prima da una ex impiegata, Amanda Schmitt, di averla molestata per tre anni di lavoro. A lei si sono aggiunte poi le accuse di altre donne



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

BOXOFFICE
Il mondo del cinema e il suo business

Data 30-10-2017
Pagina 3
Foglio 1

A ROMA È IL MOMENTO DELLA FESTA *(E DEL MERCATO)* di Silvia Mussoni



***Hostiles* con Christian Bale è il film di apertura**

Tutto pronto per la terza edizione del Mia - Mercato Internazionale dell'Audiovisivo (19-23 ottobre) e per la dodicesima edizione della Festa del Cinema (26 ottobre-5 novembre). Il mercato romano, diretto da Lucia Milazzotto, si propone sempre più come punto di incontro e business di tutta l'industria. Antonio Monda, direttore artistico della Festa, ha preparato un programma di film internazionali, proposte ed eventi che coinvolgeranno sempre più la città.

a pagina **26**



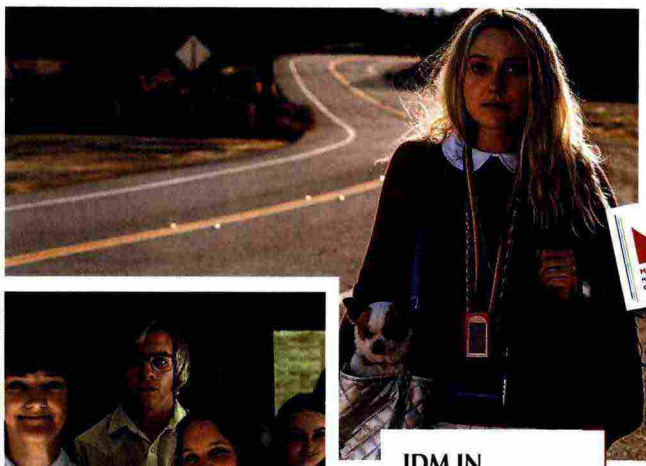
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

BOXOFFICE
Il mondo del cinema e il suo business

Data 30-10-2017
Pagina 28
Foglio 1

MIA, UN MERCATO IN CRESCITA

DAL 19 AL 23 OTTOBRE ROMA È PROTAGONISTA DI UN IMPORTANTE APPUNTAMENTO DEDICATO AGLI OPERATORI CINEMATOGRAFICI E TELEVISIVI. OBIETTIVO, SVILUPPARE COPRODUZIONI INTERNAZIONALI E CREARE UN PROFICUO NETWORKING







La terrazza dell'Hotel Bernini, sede di incontri tra operatori

Il road movie *Please Stand By* di Ben Lewin (a sinistra) con Dakota Fanning nei panni di Wendy e *My Friend Dahmer* di Marc Meyers (sopra) e tratto dall'omonima graphic novel di Derf fanno parte del programma di Alice nella Città e sono anche tra i titoli presentati ai buyer al Mia

Per il terzo anno il Mia - Mercato Internazionale Audiovisivo riunisce a Roma, presso il distretto Barberini, gli operatori dell'industria cinematografica e televisiva con un programma ricco di incontri e approfondimenti e con una selezione di progetti internazionali in cerca di coproduzioni. Si svolge dal 19 al 23 ottobre, una settimana prima della Festa del Cinema a cui era precedentemente legato, data considerata ideale per non sovrapporsi agli altri appuntamenti dell'autunno dedicati agli operatori dell'audiovisivo. Ideato, realizzato e prodotto da Anica e Apt, e finanziato da MiSe, Ice, Mibact, Regione Lazio e Programma Media, il Mia è diretto da Lucia Milazzotto.

PAROLA D'ORDINE, COPRODUZIONE

Per il coproduction market sono stati selezionati 20 titoli provenienti da 14 Paesi (si veda tabella). Cinque di questi sono italiani: *Pablo* di Enrico Maria Artale; *Caliber 9* di Renato De Maria; *We are the Winners* di Giovanni Piperno; *Durendal* di Egidio Eronico (animazione) e *The Outpost* di Edoardo Morabito (documentario). Anche quest'anno il mercato di coproduzione vuole supportare autori emergenti e affermati provenienti da tutto il mondo, grazie a un intenso lavoro di networking e scouting. Eurimages continua a riconoscere il Mia tra i più importanti mercati di coproduzione europei, assegnando l'Eurimages Co-production Development Award, premio di 20mila euro per lo sviluppo del progetto che meglio risponda ai criteri di collaborazione e coproduzione che ispirano il Fondo per il Cinema del Consiglio d'Europa. Altro premio della manifestazione è il Mia Edi Visionary Award volto ad aiutare un progetto che utilizzi gli effetti visivi per innovare lo storytelling cui Edi Effetti Digitali Italiani offrirà servizi di postproduzione fino a 15mila euro.

I TEMI CALDI

Per quanto riguarda la sezione cinema, sono da segnalare quattro importanti momenti di approfondimento su argomenti di particolare interesse. Il primo riguarda la nuova legge cinema, che sarà accuratamente spiegata ai produttori stranieri con l'intento di mettere in luce tutte le nuove opportunità di tax incentives per le coproduzioni. Ci sarà inoltre un panel dedicato ai remake, focalizzato sia sugli aspetti creativi che su quelli di business, dove si analizzerà in particolare la case history del remake spagnolo di *Perfetti Sconosciuti*, diretto da Alex de la Iglesia; interverranno Giampaolo Letta (Medusa Film), Jorge Tuca (Telecinco Cinema), Fred Tsui (Media Asia Distribuition), Ronald Halpern (Studiocanal). Altro tema caldo a cui il Mia dedica un panel è la pirateria, prodotto in collaborazione con l'associazione di distributori indipendenti europei, Europa Distribution, e centrato su numeri e valori del mercato della pirateria. Obiettivo è fare emergere le prospettive, gli strumenti di offerta legale e il punto di vista del cinema indipendente; tra i relatori Federico Bagnolo Rossi (Fapav), Chris Anderson (Muso), Carlotta Calori (Indigo Film). Il quarto appuntamento sarà una presentazione del CNC sul fondo di distribuzione.

IDM IN CERCA DI PRODUTTORI

IDM Film Fund & Commission dell'Alto Adige organizza il 21 ottobre al Mia l'evento finale di RACCONTI #6, lo Script Lab dedicato ogni anno allo sviluppo di sceneggiature per progetti innovativi di serie Tv. Gli autori della 6ª edizione presenteranno i quattro progetti sviluppati nel programma di Mentoring "High Concept - Low Budget": *Bloody Mary* di Dario Bonamin, Francesca De Lisi e Federico Gnesini; *Happy Hearts & Smiling Faces* di Joachim Braner; *Wolftrap* di Laura Grimaldi e Pietro Seghetti; *Zero* di Laura Tamoj. I pitching si svolgeranno dalle 18.00 alle 19.00 nella Sala Grande dell'Hotel Bernini Bristol.



SPAZIO AL DOCUMENTARIO

Anche il cinema documentario avrà una sezione dedicata. Mia Doc si presenta come piattaforma a sostegno delle coproduzioni e della distribuzione di documentari. Il focus di questa edizione è l'utilizzo di questo tipo di cinema per investigare l'attualità e i temi di interesse universale. Tra gli argomenti trattati nei panel, figurano il cinema documentario in Italia e la realtà virtuale e il suo ruolo nell'industria audiovisiva. Si parlerà inoltre del lavoro della Rai con i partner internazionali.

NON SOLO CINEMA

Parallelamente al cinema, equo spazio è dedicato dal Mia al mercato televisivo. Mia Tv, sezione che ambisce a promuovere networking, accordi e circolazione di idee nell'ambito dell'industria televisiva internazionale, ha scelto 15 progetti in fase di sviluppo che saranno presentati al Drama Series Pitching Forum; tra le società presenti figurano CBS Paramount, BBC Worldwide, Hbo, Amc Studios e Pinewood Tv. Sotto i riflettori l'Italia: questa edizione per la prima volta offre alle migliori serie italiane in lavorazione la possibilità di essere presentate in anteprima ai broadcaster e operatori stranieri. Tornano infine i panel con i top player dell'industria.

FOCUS SUI GIOVANI

Passando ai programmi speciali, il Mia conferma anche per questa edizione lo spazio YAS (Young Adult Spotlight), trasversale a cinema e Tv, occasione per cercare di identificare il target giovane-adulto e capire con quanti e quali linguaggi e mezzi raggiungerlo. Quest'anno sotto i riflettori c'è la graphic novel, con cinque progetti indipendenti presentati attraverso pitching: *Alien* di Aisha Franz; *Brian the Brain* di Miguel Ángel Martín; Cosmo di Marino Neri; *La favorita* di Matthias Lehmann; *Le ragazzine stanno perdendo il controllo. La città le teme. La fine è azzurra.* di Ratigher. Ampio spazio anche al rapporto tra cinema e gaming. Una sezione speciale è inoltre dedicata all'animazione e al prodotto per il target kids e teen. (sm)

© Dakota (1)

I FILM DEL COPRODUCTION MARKET

Paese	Regista	Titolo	Società
AUSTRIA	Andreas Prochaska	The Searchers	Temper Films
BRASILE	Fabio Baldo	Sweet Hell Throughout the Galaxy	Glaz
BRASILE	Sérgio Machado	Noah's Ark (animation)	Gullane
REPUBBLICA CECA	Vaclav Kadrnka	Saving one who was dead	Sirius Films
IRAN	Massoud Bakhshi	Yalda	JBA Productions
ITALIA	Enrico Maria Artale	Pablo	Young Films
ITALIA	Renato De Maria	Caliber 9	Bibi Film
ITALIA	Egidio Eronico	Durendal (animation)	Partner Media Investment
ITALIA	Edoardo Morabito	The Outpost (doc)	Dugong Films
ITALIA	Giovanni Piperno	We are the winners	Archimede, Kinoproduzioni
MESSICO	Pablo Niento and Hugo Chávez Carvajal	The Valley Of Stone Rivers (doc)	Etnoscopio
POLONIA	Agnieszka Zwiefka	Patagonia	Harine Films
PORTOGALLO	Marco Leão	Nowhere	Blackmaria
ROMANIA	Valentin Hotea	I Hate Berlin	Hi Film Productions
REPUBBLICA SLOVACCA	Peter Bebjak	Emil	D.N.A. Production
SPAGNA	Meritxell Colell Aparicio	Duo	Pensilvania Films, Paraíso Production Diffusion
SPAGNA	Mikel Gurrea	Cork	Morena Films
SVEZIA	Binyam Berhane	Madame Luna	Momento Film
GRAN BRETAGNA	Isabel Anderton	The Tentmaster's daughter	Patchwork Productions
USA	Dash Shaw	The Cryptozoo Debut (animation)	Electric Chinoland

Il Coproduction Market del Mia ha scelto 20 titoli che saranno presentati agli operatori presenti

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

CIAK

Data 11-2017
Pagina 32
Foglio 1

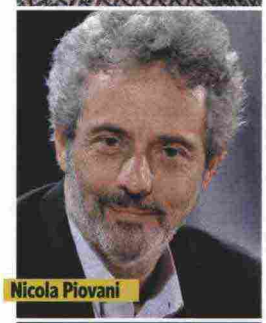
FONDI E CRESCITA

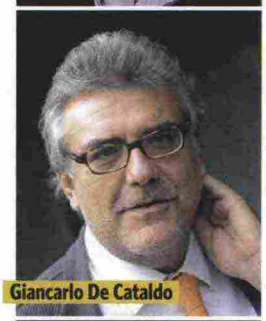
Alla Festa del Cinema, Roma Lazio Film Commission presenta progetti e iniziative di qualità



Roma Lazio Film Commission rinnova la sua presenza alla Festa del Cinema di Roma e al MIA, Mercato Internazionale dell'Audiovisivo, con numerose iniziative e attività che si svolgeranno nello spazio Auditorium Arte, all'interno dell'Auditorium Parco della Musica.
Continua la promozione del bando Lazio Cinema International, dieci milioni di euro stanziati dalla Regione Lazio per favorire la creazione di partnership tra i produttori laziali e internazionali, per attrarre grandi produzioni internazionali a Roma e nel Lazio e per promuovere il nostro territorio all'estero.
«*La Festa di Roma è una grande occasione per Roma Lazio Film Commission per presentare l'attività svolta e da svolgere, con particolare riferimento al Fondo Lazio Cinema International che sta dando i primi ottimi risultati, come hanno dimostrato anche i film italiani vincitori a Venezia 74 supportati*: Hannah *di Andrea Pallaoro* e Nico, 1988 *di Susanna Nicchiarelli*». La dichiarazione è di Luciano Sovena, Presidente RLFC, che ha partecipato inoltre al convegno Albania Balkan Market - Coprodurre con i Balcani - Una nuova opportunità per lo sviluppo della coproduzione. Presentata, poi, la nuova edizione di Italian Film Boutique con molte novità. L'iniziativa, realizzata con Ass.For.Seo, favorisce l'incontro tra il cinema italiano e gli interlocutori internazionali con iniziative di networking e proiezioni dedicate, dirette a sostenere la vendita e la distribuzione dell'audiovisivo del Lazio all'estero. Così commenta Cristina Priarone (Direttore di RLFC e Vice Presidente di Italian Film Commissions): «*La Festa del Cinema di Roma e il MIA MARKET ci vedono ogni anno impegnati su più fronti, dallo sviluppo industriale alla formazione e promozione del settore e del territorio in modo innovativo, grazie a una buona sinergia con la Regione Lazio, con i suoi Assessorati allo Sviluppo Economico, Cultura, Turismo e Formazione, e con il Comune di Roma, segno del nuovo ruolo che oggi tutte le Film Commission ricoprono su più ampie e multiformi linee di sviluppo.*»


S. Nicchiarelli


Nicola Piovani


Giancarlo De Cataldo


Nicola Guaglianone

Pitching Battle - Call Cinema 4.0 BIC Lazio, in collaborazione con Roma Lazio Film Commission, ha lanciato una call per startup con prodotti e servizi innovativi per il mondo dell'audiovisivo per proporre il proprio progetto a un pubblico di potenziali partner e buyer. Il 2 novembre, durante la Festa del Cinema, Roma Lazio Film Commission ospiterà nello spazio Auditorium Arte l'incontro Showcase Cinema 4.0, durante il quale i tre progetti selezionati verranno presentati a una giuria che sceglierà il vincitore di un percorso personalizzato di High Impact Mentorship - Location e Territorio. Inoltre, Roma Lazio Film Commission offre una mappatura del territorio del Lazio con un database di oltre duemila location in crescita costante. La mappatura 3D del territorio continua con l'app Location360, che permette di visitare le location della regione Lazio in un'esperienza di realtà virtuale (VR), in una visione a 360°. Non va dimenticato, infine, che RLFC supporta Alice nella città, storica sezione autonoma e parallela della Festa del Cinema dedicata alle giovani generazioni, in particolare Alice - Panorama Italia, selezione di opere di autori emergenti, per dare supporto e visibilità a progetti sviluppati e girati nel Lazio. La programmazione di Alice - Panorama Italia si svolge al cinema Admiral (Piazza Verbano, 5). ■

Al via il CineCampus Masterclass - Lezioni di Cinema (decima edizione dal 26 al 30 ottobre, Auditorium Arte), l'opportunità formativa giunta al suo decimo anno, rivolta a giovani studenti e professionisti del settore cinematografico e audiovisivo, con masterclass dedicate a produzione, recitazione, regia, maestri del settore.

CALENDARIO INCONTRI
26 ottobre - ore 15.00 - 17.00
Susanna Nicchiarelli
27 ottobre - ore 15.00 - 17.00
Milena Vukotic
28 ottobre - ore 11.00 - 13.00
Nicola Piovani
28 ottobre - ore 15.00 - 17.00
Giancarlo De Cataldo
29 ottobre - ore 15.00 - 17.00
Nicola Guaglianone
30 ottobre - ore 11.00 - 13.00
Gianni Minà

E parte anche il CineCampus Atelier - Professioni cinematografiche (dal 31 ottobre al 3 novembre, Auditorium Arte), l'iniziativa inaugurata nella scorsa edizione e dedicata alle professioni tecniche con lezioni specifiche sulle nuove tecniche di ripresa, visione, suono, effetti speciali e new media. Nella seconda edizione di CineCampus Atelier i temi principali saranno: *Lavorare con il colore, fra correzione e creazione* con Ludovico Bettarello, colorist de *Il mio miglior nemico* e *I Vicerè*; *Nuove professioni del cinema: il DIT, Digital Imaging Technician* con Lorenzo Di Nola, DIT di *Ben-Hur*, *La migliore offerta*; *Montaggio e Sound Design* con Benni Atria, montatore e sound designer di *Diaz*, *La vita è bella*; *Comporre musica per un film* con Lele Marchitelli autore delle musiche di *The Young Pope*, *La grande bellezza*. Il mestiere del direttore della fotografia con Daniele Nannuzzi Presidente AIC, David di Donatello per El Alamein - La linea del fuoco
La Realtà Virtuale ed il video a 360° per un futuro cinema reale con Roberto Basili, Luca D'Addario e Diego Marra (Cinemagica)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

ANSA.it

Calenda, escludo mia discesa in campo



(ANSA) - ROMA, 10 LUG - Una possibile discesa in campo? "E' esclusa da sempre. L'unico dettaglio è che io oggi faccio il ministro e dico cose che sono anche politiche, ma finirà con questa legislatura". Lo ha detto il ministro dello Sviluppo economico Carlo Calenda, rispondendo ai cronisti a margine della presentazione a Roma della terza edizione del Mia - Mercato internazionale audiovisivo.

"La mia area politica di riferimento è Paolo Gentiloni", ha spiegato Calenda. E a proposito della necessità di un piano industriale per il Paese, ha aggiunto: "E' necessario per gli obiettivi, le risorse e le priorità. E' un ragionamento fondamentale che deve fare il Paese costruendo una squadra ampia e condividendolo con i corpi intermedi. Condivido molto, però, il ragionamento di Renzi sul fatto che la discussione, a prescindere dai contenuti, sulle alleanze è inutile e non interessa a nessuno".

HUFFPOST

Chi si smarca e chi si accoda a Renzi. Delrio: "Regole Ue frenano la crescita". Calenda: "Meglio i parametri Ue che le mance elettorali"

Il ministro dello Sviluppo dice "basta rottamare, Renzi apra alla condivisione". Per il ministro dei Trasporti il Fiscal Compact "è un grave errore"



La sfida di Matteo Renzi all'Europa, con la proposta avanzata nel libro "Avanti" di rivedere le regole europee per ridare slancio alla crescita - il deficit al 3% per 5 anni per ridurre le tasse - trova alterne reazioni dentro il Governo. Se da Palazzo Chigi trapela un commento interlocutorio - "idee per la prossima legislatura" - escono allo scoperto due ministri economici del Governo Gentiloni, Carlo Calenda e Graziano Delrio. Con due opinioni completamente diverse.

Carlo Calenda al Corriere della Sera: "Meglio i parametri Ue che le mance elettorali"

"Credo che Renzi debba aprire una discussione ampia sul cosa oltre che sul quanto, chiudendo definitivamente la fase della rottamazione e aprendo quella della condivisione e della progettualità. Le sfide che abbiamo davanti impongono un pensiero lungo e una strategia articolata. E aggiungo una squadra ampia e un lavoro con quei corpi intermedi che hanno dimostrato di saper affrontare la sfida del cambiamento. Forse queste sono le alleanze di cui dovremmo parlare oggi più che di quelle elettorali". Così il ministro dello Sviluppo economico, Carlo Calenda, torna sull'ipotesi alquanto probabile al momento di una larga alleanza post elettorale.

Sul deficit, "l'Italia deve presentare prima un piano industriale per il Paese dettagliato e credibile e solo poi andare a chiedere spazi ai finanziatori", prosegue Calenda, secondo cui "aumentare il deficit è un rischio che possiamo correre solo a tre condizioni. La prima condizione è che le risorse liberate vengano concentrate sugli investimenti, la produttività e interventi organici sulle situazioni di reale emergenza sociale. La seconda condizione è riprendere vigorosamente la strada delle privatizzazioni e dell'abbattimento del debito. Al di là di Bruxelles e del Fiscal compact, dobbiamo convincere chi il debito lo deve comprare anche in vista della riduzione degli stimoli della Bce. La terza condizione è continuare con le riforme: concorrenza, diritto fallimentare, politiche attive, lavoro 4.0 e rafforzare quella della Pubblica amministrazione. Se prendessimo la strada dei tagli fiscali a pioggia o delle mance elettorali, o ancora, se mentre proponiamo di aumentare il deficit rallentiamo le riforme, penso alla concorrenza, o le privatizzazioni, leggi Poste, beh allora meglio tenersi al sicuro nei parametri europei".

Calenda ribadisce che non è interessato a presentare un nuovo partito: "Non credo che farebbe la differenza. Il mio contributo è finire bene il mio lavoro", dichiara. Sui nomi fatti da Silvio Berlusconi, "Draghi è l'uomo che ha salvato l'Europa e Marchionne la Fiat. Io faccio da un anno il ministro dello Sviluppo economico. Non credo di giocare nella stessa categoria. Devo pedalare ancora parecchio per arrivarci", dice.

Un concetto ribadito anche in tarda mattinata, a margine della presentazione della terza edizione del Mia, il Mercato internazionale audiovisivo. Una discesa in politica - spiega - "l'ho esclusa da sempre e sempre negli stessi termini e per le stesse ragioni, con un piccolo dettaglio che io oggi faccio il ministro e quindi dico delle cose che sono anche politiche, ma questo finisce con questa legislatura".

"La mia area di riferimento politico è Paolo Gentiloni", aggiunge il ministro interpellato dai giornalisti.

Graziano Delrio alla Stampa: "Il Fiscal compact è un grave errore"

"Firmare il Fiscal Compact e il pareggio di bilancio in Costituzione è stato un grave errore. Probabilmente in quel momento non si poteva fare altrimenti, ma ciò non toglie che le cose vanno cambiate" afferma il ministro dei Trasporti, che si schiera con Renzi nella sfida all'Ue. "Il Fiscal Compact non è il Vangelo - ha detto Delrio -. È servito alla crescita dell'Italia o della Grecia? La risposta è no. Oggi c'è bisogno di stimolare la crescita aumentando gli investimenti e abbassando la pressione fiscale". "Oggi il problema non è tagliare - ha aggiunto il ministro - ma investire di più. Più spesa, più qualità".

Una ricetta, quella di Renzi, di destra come dice Bersani? "Sono allibito - ha risposto Delrio -. Da quando in qua la lotta all'austerità è una ricetta di destra? Non diceva il contrario fino a ieri?". Anche sulla politica delle alleanze a sinistra il ministro si è detto d'accordo con la linea renziana. "Dobbiamo parlare delle cose che interessano i cittadini - ha affermato -. Ma anche Franceschini e Orlando pensano siano prioritari i contenuti. Propongo una moratoria: prima si parla delle nostre proposte, poi si discute delle alleanze. Dobbiamo fare come Berlusconi".

LA STAMPA

Presentata la nuova edizione di Mia. Il primo a crederci è il ministro Calenda



Documentari, animazione, graphic novel e naturalmente la seconda edizione del «Drama Series Pitching Forum» dedicato all'industria seriale televisiva italiana, attualmente al centro di una «profonda trasformazione a cui il mondo internazionale guarda con attenzione». La terza edizione del **Mia - Mercato internazionale audiovisivo**, lanciata dallo slogan «Matching Excellence», si svolgerà **a Roma dal 19 al 23 ottobre**, in quello che è già stato denominato «distretto Barberini», **tra Palazzo Barberini e l'omonimo cinema**, nel cuore della capitale, a due passi da Via Veneto.

A dare la benedizione all'iniziativa, in una conferenza stampa affollata di addetti ai lavori, il Ministro dello Sviluppo Economico Carlo Calenda: «Nel Mia abbiamo creduto dall'inizio. Permette di portare l'Italia all'estero e l'estero in Italia. E' la missione dell'Italia in materia di cultura, servizi, industria, mercato. Siamo un Paese maturo con tassi di crescita limitati o stabili, ma con un enorme potenziale». Calenda ha anche delineato prospettive future: «Avevamo pensato a un impegno triennale e continueremo a finanziarlo, lo metterò nel budget della legge di bilancio per l'anno successivo».

Ideato, organizzato e prodotto da Anica e Apt, finanziato da Ministero dello sviluppo economico, Ice, Mibact, Regione Lazio e Programma Media, il Mia dispone, fa sapere il direttore editoriale Lucia Milazzotto, di un «budget in linea con le precedenti edizioni, pari un milione e 900 mila euro. Speriamo che possa crescere con gli sponsor privati. Grazie alla nostra presenza strategica tra il Mipcom di Cannes e l'American Film Market, abbiamo riunito, nelle precedenti edizioni, 1500 accreditati, fra produttori e distributori, provenienti da 58 Paesi». L'obiettivo è «far incontrare eccellenze e valorizzare la nostra»'. Per raggiungerlo, dichiara il presidente dell'Anica Francesco Rutelli «serve il gioco di squadra, di cui in Italia si parla spesso, ma che si pratica poco».

La Mostra del Cinema di Venezia comprende un'iniziativa di mercato che potrebbe entrare in conflitto con il Mia: «Mi sembra che le due cose abbiano vocazioni differenti - ribatte il Ministro Calenda -. Massima libertà per le scelte di tutti, qui si fa un discorso legato ai nostri finanziamenti e alle esigenze che ci hanno esposto gli operatori del settore. E comunque se in 4 o 5 anni, ci accorgessimo che il Mia non funzionasse saremmo pronti a chiuderlo, ma non mi pare sia ciò che sta accadendo». Le date, precisa Andrea Occhipinti, presidente della sezione distributori dell'Anica, sono state individuate in considerazione della «concorrenza sempre più forte del mercato del Festival di Toronto, che si svolge in contemporanea con la Mostra e che aveva svuotato di presenze il mercato di Venezia». Per la prima volta il Mia si svolge in date diverse da quelle fissate per la Festa di Roma (26 ottobre - 5 novembre), ma niente polemiche nè divorzi. Solo, come spiega Rutelli, «problema logistici». Dal 2018 si torna in coppia.

Altaroma, Calenda: "Potrebbe essere chiusa"



"Stiamo lavorando con grande difficoltà su Altaroma per vedere se si può fare un nuovo progetto. Non so se la moda è nel futuro di Roma, abbiamo deciso di riposizionarla sui giovani. Può essere che ce la faccia. Se non dovesse riuscirci, Altaroma andrà chiusa perché è inutile tenerla a metà". E' quanto ha dichiarato Carlo Calenda, ministro dello Sviluppo economico partecipando oggi alla presentazione della terza edizione del Mia, il Mercato internazionale dell'audiovisivo.

La kermesse capitolina, andata in scena nelle ex caserme Guido Reni dal 6 al 9 luglio, è supportata, oltre che dai soci, dal Ministero dello Sviluppo Economico e dall'Ice – Agenzia per la promozione all'estero e lì internazionalizzazione delle imprese italiane.

Corriere dello Sport.it
SEMPLICEMENTE PASSIONE



A ottobre torna la terza edizione di MIA

Dal 19 al 23, al Distretto Barberini, tre giorni dedicati al Mercato Internazionale Audiovisivo, vero e proprio punto d'incontro per l'industria del cinema, tv e documentario

È stata presentata oggi la terza edizione di **MIA, Mercato Internazionale Audiovisivo,** che si terrà a **Roma dal 19 al 23 ottobre** all'interno del **Distretto Barberini**. MIA è un appuntamento esclusivo dedicato ai **produttori e distributori di contenuti, film e serie televisive** transnazionali e di alto valore industriale che, allo stesso momento, si pone anche come un'importante vetrina in grado di promuovere le capacità e le qualità del sistema audiovisivo italiano a livello internazionale.

Ideato, realizzato e prodotto da **ANICA** (Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche e Audiovisive) e **APT** (Associazione Produttori Televisivi) conta poi le partecipazioni di tante associazioni di categoria oltre al sostegno e ai finanziamenti che arrivano dal **Ministero dello Sviluppo Economico, ICE, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, Regione Lazio, e dal programma MEDIA**. Tra i media partner figurano enti importanti come **Fondazione Cinema per Roma e il Fondo Eurimages del Consiglio d'Europa**.

Per l'edizioni 2017 saltano immediatamente all'occhio due novità: un nuovo claim, **Matching Excellence** e anche un nuovo logo. Il programma invece **propone tre differenti sezioni: Mia Cinema**, un mercato di co-produzione che ha accompagnato più del 50% dei progetti selezionati nel corso delle passate edizioni, **Mia Tv**, un appuntamento per l'industria televisiva mondiale e **Mia Doc**, un boutique market al servizio delle aziende italiane, una piattaforma selettiva ed efficiente a sostegno delle co-produzioni e della distribuzione di documentari e factual.

All'interno delle diverse sezioni sono tanti gli appuntamenti che si rinnovano, come la Drama Series Pitching Forum – arrivato alla seconda edizione -, e altrettanti nuovi vedi gli Italian TV Upfront. Confermati anche alcuni dei programmi speciali delle scorse edizioni, su tutti YAS (Young adult spotlight), uno spazio che si snoda in maniera trasversale tra cinema e TV, e la sezione dedicata all'animazione tra le forme più efficaci e innovative della narrazione cine-audiovisiva.

Non mancheranno anche in questa edizioni i **premi** come quello assegnato dal Fondo Eurimages che, per il terzo anno consecutivo, decreta il Miglior progetto di MIA Cinema, mentre EDI Effetti Digitali Italiani (azienda leader nel settore dei VFX) inaugura il MIA EDI Visionary Award, un premio dedicato a quei progetti che si contraddistinguono per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi.

E-DUESSE.IT

MATCHING EXCELLENCE: APPUNTAMENTO CON LA TERZA EDIZIONE DEL MIA



Il Mercato internazionale audiovisivo ideato da Anica e Apt cambia location (il distretto Barberini) e lancia gli Italian Tv Upfront. Budget in linea con il 2016

Il terzo appuntamento con il **Mia - Mercato Internazionale Audiovisivo** è previsto a **Roma dal 19 al 23 ottobre 2017**. L'appuntamento dedicato a produttori e distributori di contenuti audiovisivi (circa 1500 gli accreditati da 58 Paesi nelle precedenti edizioni), ideato, realizzato e prodotto da **Anica** e **Apt** cambia claim e logo, come annunciato dalla conferenza stampa di presentazione di questa mattina: **Matching Excellence** è infatti il nuovo payoff, evidenziando il ruolo di hub per l'industria audiovisiva che l'evento ha assunto.

Cambia la location: tutte le attività si svolgeranno nel "**distretto" di Piazza Barberini** (Palazzo Barberini, Hotel Bernini Bristol, Cinema Barberini).

L'edizione 2017 si compone di tre sezioni: **Mia Cinema**; **Mia Tv** (all'interno del quale si svolge la seconda edizione del **Drama Series Pitching Forum** e la prima degli **Italian Tv Upfront**) e **Mia Doc** (focus di quest'anno sarà l'investigative, current affairs e human interest).

Previsti inoltre una serie di programmi speciali, come lo *Yas - Young adult spotlight*, che rappresenta lo spazio dedicato ai prodotti kids& teens e young adult, focalizzato quest'anno sulla graphic novel, e la sezione dedicata *all'animazione*.

Confermato poi, per quest'anno, il **Premio al Miglior progetto di Mia Cinema di Fondo Eurimages**, mentre Edi Effetti Digitali Italiani inaugura il **Mia Edi Visionary Award**, dedicato a quei progetti di cinema, serie tv e documentario che eccellono nell'uso degli effetti visivi. Infine, il Mia ospiterà anche la VI edizione del **Premio Carlo Bixio**, dedicato agli autori di serialità di età tra i 18 ed i 30 anni.

Mia è finanziato da **MiSe, Ice, MiBact, Regione Lazio**, e dal programma **Media**. Tra i partner figurano la **Fondazione Cinema per Roma** e il **Fondo Eurimages** del Consiglio d'Europa. Il comitato editoriale comprende, oltre Anica e Apt, **CartoonIT**, **100 Autori**, **Italian Film Commissions**, **Unefa**.

Confermato il budget, in linea con l'anno scorso, **1,9mln di euro**.

MIA Mercato Internazionale Audiovisivo torna con la sua terza edizione a Roma dal 19 al 23 ottobre 2017



E' stato presentato oggi a Roma il MIA – Mercato Internazionale Audiovisivo 2017 alla presenza di Carlo Calenda – Ministro Sviluppo Economico, Nicola Zingaretti – Presidente Regione Lazio, Giampaolo D'Andrea – Ministero beni e attività culturali e turismo, Francesco Rutelli – Presidente Anica, Giancarlo Leone – Presidente APT e Lucia Milazzotto – Direttore Editoriale MIA.

Con 1500 accreditati da 58 Paesi nelle precedenti edizioni, MIA è l'appuntamento esclusivo per i produttori e distributori di contenuti, film e serie televisive transnazionali e di alto valore industriale, affermatosi allo stesso tempo come un volano importante per promuovere la capacità produttiva, il sistema audiovisivo italiano, il know-how e le expertise del nostro paese a livello internazionale.
"Nel primo trimestre del 2017 l'export di questo settore è aumentato del 43 per cento rispetto allo scorso anno, un risultato anche figlio di un sistema che ha trovato forza e dovrà aumentarla- ha detto il presidente della Regione Lazio Nicola Zingaretti intervenendo alla presentazione -. Quest'anno saremo presenti al Mia con un contributo diretto, e presenteremo la seconda tranche, che vale 5 milioni, del bando Lazio Cinema International a sostegno delle produzioni internazionali. Rilanceremo la piattaforma di promozione delle 2000 location del Lazio, per costruire una sinergia che si amplia anche al turismo e alla promozione territoriale. Il sistema delle coproduzioni sta funzionando, sta trasformando questi territori, vediamo già dei risultati. Presenteremo poi – ha proseguito il governatore – un nuovo bando da 9 milioni della programmazione Ue a sostegno delle imprese digitali della creatività e dell'audiovisivo. Ci sarà poi un nuovo bando da 1,5 milioni a sostegno dei cinema e dei teatri – ha concluso – Il nostro obiettivo ora è non far spegnere questa luce".

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

Per l'edizione 2017 cambia anche l'identità visiva con un nuovo claim, Matching Excellence e un nuovo logo. Tra le altre novità di questa edizione, la location: il MIA vivrà le proprie attività nel "distretto" di Piazza Barberini, da Palazzo Barberini, all'Hotel Bernini Bristol, al Cinema Barberini.

Tre le sezioni previste per l'edizione 2017: MIACINEMA, un mercato di co-produzione che ha accompagnato, fino alla realizzazione, più del 50% dei progetti selezionati nel corso delle passate edizioni e una piattaforma di riferimento per l'industria europea nella stagione autunnale, dove vedere e acquistare le produzioni più recenti del cinema indipendente e di qualità con 120 proiezioni in 4 giorni, oltre che la vetrina What's Next Italy. MIATV, un appuntamento selezionato di alto profilo per l'industria televisiva mondiale, con l'obiettivo principale di favorire il confronto e il networking, partnership, accordi e nuove opportunità di business in un momento di profonda trasformazione dell'industria italiana. Tra gli appuntamenti più attesi, la seconda edizione del Drama Series Pitching Forum e, per la prima volta, gli Italian TV Upfront. MIA DOC,un boutique market al servizio delle aziende italiane, una piattaforma selettiva ed efficiente a sostegno delle co-produzioni e della distribuzione di documentari e factual.

MIA 2017 conferma anche alcuni programmi speciali: YAS (Young adult spotlight) è uno spazio che si snoda in maniera trasversale tra cinema e TV segnalando nei diversi segmenti presenti al MIA il prodotto kids&teens e young adult nelle varie fasi di sviluppo e con diverse declinazioni: dai pitch ai panel, agli screenings di mercato a vere e proprie anteprime. Protagonista di YAS quest'anno sarà la graphic novel. Un'altra sezione speciale è dedicata all'animazione, tra le forme più efficaci e innovative della narrazione cine-audiovisiva.

Riconoscendo a MIA un importante ruolo nel sostegno alle co-produzioni e alle relazioni di business intorno ai grandi progetti internazionali, il Fondo Eurimages conferma per il terzo anno di seguito il Premio al Miglior progetto di MIA Cinema. EDI Effetti Digitali Italiani(azienda leader nel settore dei VFX) inaugura il MIA EDI Visionary Award, un premio dedicato a quei progetti di cinema, serie tv e documentario che si contraddistinguono per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi. Tra gli eventi ospitati dal MIA 2017 spicca anche la VI^ edizione del Premio Carlo Bixio: i giovani autori di età compresa tra i 18 ed i 30 anni sono chiamati a cimentarsi in un progetto di serialità senza limiti di genere, con qualità di internazionalizzazione.

MIA Mercato Internazionale Audiovisivo 2017: dal 19 al 23 ottobre a Roma



Con 1500 accreditati da 58 Paesi nelle precedenti edizioni, MIA è **l'appuntamento esclusivo per i produttori e distributori di contenuti, film e serie televisive transnazionali e di alto valore industriale**, affermatosi allo stesso tempo come un **volano importante per promuovere la capacità produttiva, il sistema audiovisivo italiano, il know-how e le expertise del nostro paese a livello internazionale.**

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

Per l'edizione 2017 cambia anche l'identità visiva con un nuovo claim, **Matching Excellence** e un nuovo logo. Entrambi sottolineano il posizionamento che il mercato ha assunto nel panorama degli appuntamenti internazionali dedicati all'industria audiovisiva: quello di un hub frequentato dai leader del mercato dove l'eccellenza italiana è protagonista.

Tra le altre novità di questa edizione, la location: il MIA vivrà le proprie attività nel **"distretto" di Piazza Barberini**, da Palazzo Barberini, all'Hotel Bernini Bristol, al Cinema Barberini.

MIA è finanziato da **Ministero dello Sviluppo Economico**, **ICE**, **Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo**, **Regione Lazio**, e dal programma **MEDIA**. Tra i partner la **Fondazione Cinema per Roma** e il Fondo **Eurimages** del Consiglio d'Europa. MIA si avvale di un comitato editoriale che comprende, oltre ad ANICA e APT: **Cartoon IT, 100 Autori, Italian Film Commissions, UNEFA.**

IL PROGRAMMA MIA Mercato Internazionale Audiovisivo 2017

Tre le sezioni previste per l'edizione 2017: **MIACINEMA**, un mercato di co-produzione che ha accompagnato, fino alla realizzazione,**più del 50% dei progetti selezionati nel corso delle passate edizioni** e una piattaforma di riferimento per l'industria europea nella stagione autunnale, dove vedere e acquistare le produzioni più recenti del cinema indipendente e di qualità con 120 proiezioni in 4 giorni, oltre che la vetrina *What's Next Italy*. **MIATV, un appuntamento selezionato di alto profilo** per l'industria televisiva mondiale, con l'obiettivo principale di favorire il confronto e il networking, partnership, accordi e nuove opportunità di business in un momento di profonda trasformazione dell'industria italiana. Tra gli appuntamenti più attesi, la seconda edizione del **Drama Series Pitching Forum**e, per la prima volta, gli **Italian TV Upfront**. **MIA DOC,**un boutique market al servizio delle aziende italiane, una piattaforma selettiva ed efficiente a sostegno delle co-produzioni e della distribuzione di documentari e factual. Focus del MIA DOC Co-production Market & Pitching Forumnel 2017è **l'investigative, current affairs e human interest**.

MIA 2017 conferma anche alcuni **programmi speciali**: YAS (Young adult spotlight) è uno spazio che si snoda in maniera trasversale tra cinema e TV segnalando nei diversi segmenti presenti al MIA il prodotto *kids&teens e young adult* nelle varie fasi di sviluppo e con diverse declinazioni: dai pitch ai panel, agli screenings di mercatoa vere e proprie anteprime. Protagonista di YAS quest'anno sarà la *graphic novel*. Un'altra sezione speciale è dedicata all'**animazione**, tra le forme più efficaci e innovative della narrazione cine-audiovisiva.

I PREMI

Riconoscendo a MIA un importante ruolo nel sostegno alle co-produzioni e alle relazioni di business intorno ai grandi progetti internazionali, il **Fondo Eurimages** conferma per il terzo anno di seguito il **Premio al Miglior progetto di MIA Cinema. EDI Effetti Digitali Italiani**(azienda leader nel settore dei VFX) inaugura il **MIA EDI Visionary Award**, un premio dedicato a quei progetti di cinema, serie tv e documentario che si contraddistinguono per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi. Tra gli eventi ospitati dal MIA 2017 spicca anche la VI^ edizione del **Premio Carlo Bixio**: i giovani autori di età compresa tra i 18 ed i 30 anni sono chiamati a cimentarsi in un progetto di serialità senza limiti di genere, con qualità di internazionalizzazione.

Audiovisivo, Zingaretti: Regione Lazio vicina al settore

"Vogliamo dare una mano al Mercato internazionale audiovisivo"

Roma, 10 lug. (askanews) – "Noi vogliamo dare una mano al Mia, ed essere presenti con l'obiettivo di far trovare a questa manifestazione un habitat amichevole, costruendo un network di collaborazione che superi l'idea, vecchia, di mettere in concorrenza le 'perle' che abbiamo". Così il presidente della Regione Lazio, Nicola Zingaretti, in occasione della presentazione della terza edizione del Mia, il Mercato internazionale audiovisivo. "Abbiamo sempre collaborato per costruire un sistema, e avere tante ricchezze può non essere una forza, se queste sono isolate. Abbiamo costruito una politica dell'audiovisivo, finanziata con 22 milioni l'anno di contributi. Il Lazio, in questo, è la seconda regione dell'Ue per sostegno all'audiovisivo, dopo Berlino – ha aggiunto – e prima di Parigi, con cui siamo in contatto. Tutto ciò che accade nel Lazio deve trovare un sistema di attori pubblici e privati con una Regione che tenta di essere sistema e di rafforzarlo. Abbiamo superato un sistema a canne d'organo, abbiamo una 'task force' dell'audiovisivo e la grande forza della programmazione dei fondi europei 2014-20 a sostegno delle politiche di network".

Comune Roma: Calenda, lavoriamo a mappatura interventi

ROMA (MF-DJ)--Roma e' "una citta' che per tanti versi sta vivendo un momento molto complesso, stiamo lavorando ad una mappatura per vedere cosa puo' essere fatto per aiutarla ad emergere da un periodo in cui ci sono state molte crisi industriali". Lo ha detto il ministro dello Sviluppo Economico, Carlo Calenda, intervenendo alla presentazione del Mercato Internazionale Audiovisivo, che si terra' in autunno a Roma. "Questo lavoro non e' fatto contro nessuno - ha sottolineato il ministro - ma solo per aiutare". fal/alu (fine) MF-DJ NEWS

Governo: Calenda, mia attivita' politica finisce con legislatura

ROMA (MF-DJ)--La prospettiva di entrare in politica "l'ho esclusa da sempre, sempre negli stessi termini e sempre per le stesse ragioni". Lo ha detto il ministro dello Sviluppo Economico, Carlo Calenda, a margine della conferenza stampa di presentazione del Mia, il Mercato internazionale audiovisivo. "Oggi faccio il ministro - ha aggiunto - e quindi dico delle cose che sono anche politiche, ma questo finisce con questa legislatura". fal/rov (fine) MF-DJ NEWS

DIRE
agenzia di stampa nazionale

Cultura, a ottobre il 'Mia': Roma sarà capitale del mercato audiovisivo



ROMA – Si svolgerà a Roma dal **19 al 23 ottobre** la terza edizione del **Mercato internazionale audiovisivo (Mia)**, la convention dedicata ai **produttori** e i **distributori di film e serie tv** organizzata da Anica e Apt.

Associazioni di categoria e imprenditori del settore audiovisivo si incontreranno nel 'distretto' di **piazza Barberini**, tra il cinema e il

palazzo omonimi e l'Hotel Bristol, per discutere della **promozione dei prodotti italiani sul mercato internazionale**. La presentazione della terza edizione, questa mattina proprio all'Hotel Bristol di piazza Barberini, alla presenza del ministro dello Sviluppo economico, Carlo Calenda, del presidente della Regione Lazio, Nicola Zingaretti, e del presidente dell'Anica, Francesco Rutelli. 'Matching Excellence' lo slogan scelto per questa terza edizione del Mia, che vedrà **1.500 partecipanti accreditati**, provenienti da **58 Paesi**.

L'iniziativa è finanziata dal **ministero dello Sviluppo economico**, il **Mibact,** l'**Istituto del Commercio estero**, la **Regione Lazio** e dal **programma Media**. Tre le sezioni del Mia: cinema, tv e doc. Gli organizzatori sottolineano che più del 50% dei progetti cinematografici selezionati nelle scorse edizioni è stato accompagnato fino alla produzione. "Abbiamo mantenuto la parola portando l'evento al triennio. Ora mi impegnerò a mettere il progetto nella prossima legge di Bilancio" ha commentato il ministro dell Sviluppo economico, **Carlo Calenda**, durante la conferenza di presentazione questa mattina.

Zingaretti: "Pronti nuovi bandi audiovisivo per il Lazio"

Intervenendo alla conferenza stampa di presentazione della terza edizione del Mia-Mercato internazionale audiovisivo, presso l'Hotel Bristol in piazza Barberini a Roma, il presidente della Regione Lazio, Nicola Zingaretti, ha spiegato: "Quest'anno saremo presenti al Mia con un **contributo diretto**, e presenteremo la seconda tranche, che vale **5 milioni**, del bando **Lazio Cinema international** a sostegno delle **produzioni internazionali**. Rilanceremo una piattaforma di promozione delle **2000 location del Lazio**, per costruire una sinergia che si amplia anche al turismo e alla promozione territoriale" ha aggiunto.

"Il sistema delle coproduzioni sta funzionando- ha proseguito Zingaretti- sta trasformando questi territori, vediamo già dei risultati. Presenteremo poi un nuovo **bando da 9 milioni** della programmazione Ue a sostegno delle **imprese digitali della creatività e dell'audiovisivo**. Ci sarà poi un nuovo **bando da 1,5 milioni a sostegno dei cinema e dei teatri**. Il nostro obiettivo ora è non far spegnere questa luce. Rafforzare il Mia è una grande opportunità per costruire questa sintesi tra cultura e industria, è un nostro dovere".


MIA
00:00
05:17

Calenda, escludo mia discesa in campo



(ANSA) - ROMA, 10 LUG - Una possibile discesa in campo? "E' esclusa da sempre. L'unico dettaglio è che io oggi faccio il ministro e dico cose che sono anche politiche, ma finirà con questa legislatura". Lo ha detto il ministro dello Sviluppo economico Carlo Calenda, rispondendo ai cronisti a margine della presentazione a Roma della terza edizione del Mia - Mercato internazionale audiovisivo. "La mia area politica di riferimento è Paolo Gentiloni", ha spiegato Calenda. E a proposito della necessità di un piano industriale per il Paese, ha aggiunto: "E' necessario per gli obiettivi, le risorse e le priorità. E' un ragionamento fondamentale che deve fare il Paese costruendo una squadra ampia e condividendolo con i corpi intermedi. Condivido molto, però, il ragionamento di Renzi sul fatto che la discussione, a prescindere dai contenuti, sulle alleanze è inutile e non interessa a nessuno".

LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO.it

Calenda, escludo mia discesa in campo



ROMA, 10 LUG - Una possibile discesa in campo? "E' esclusa da sempre. L'unico dettaglio è che io oggi faccio il ministro e dico cose che sono anche politiche, ma finirà con questa legislatura". Lo ha detto il ministro dello Sviluppo economico Carlo Calenda, rispondendo ai cronisti a margine della presentazione a Roma della terza edizione del Mia - Mercato internazionale audiovisivo. "La mia area politica di riferimento è Paolo Gentiloni", ha spiegato Calenda. E a proposito della necessità di un piano industriale per il Paese, ha aggiunto: "E' necessario per gli obiettivi, le risorse e le priorità. E' un ragionamento fondamentale che deve fare il Paese costruendo una squadra ampia e condividendolo con i corpi intermedi. Condivido molto, però, il ragionamento di Renzi sul fatto che la discussione, a prescindere dai contenuti, sulle alleanze è inutile e non interessa a nessuno".

GAZZETTA DI PARMA

Governo: Calenda, mia discesa in campo? Esclusa da sempre

(ANSA) - ROMA, 10 LUG - Una possibile discesa in campo? "E' esclusa da sempre. L'unico dettaglio è che io oggi faccio il ministro e dico cose che sono anche politiche, ma finirà con questa legislatura". Lo ha detto il ministro dello Sviluppo economico Carlo Calenda, rispondendo ai cronisti a margine della presentazione a Roma della terza edizione del Mia - Mercato internazionale audiovisivo. "La mia area politica di riferimento è Paolo Gentiloni", ha spiegato Calenda. E a proposito della necessità di un piano industriale per il Paese, ha aggiunto: "E' necessario per gli obiettivi, le risorse e le priorità. E' un ragionamento fondamentale che deve fare il Paese costruendo una squadra ampia e condividendolo con i corpi intermedi. Condivido molto, però, il ragionamento di Renzi sul fatto che la discussione, a prescindere dai contenuti, sulle alleanze è inutile e non interessa a nessuno".

IL GIORNALE DI VICENZA

Calenda, escludo mia discesa in campo



ROMA, 10 LUG - Una possibile discesa in campo? "E' esclusa da sempre. L'unico dettaglio è che io oggi faccio il ministro e dico cose che sono anche politiche, ma finirà con questa legislatura". Lo ha detto il ministro dello Sviluppo economico Carlo Calenda, rispondendo ai cronisti a margine della presentazione a Roma della terza edizione del Mia - Mercato internazionale audiovisivo. "La mia area politica di riferimento è Paolo Gentiloni", ha spiegato Calenda. E a proposito della necessità di un piano industriale per il Paese, ha aggiunto: "E' necessario per gli obiettivi, le risorse e le priorità. E' un ragionamento fondamentale che deve fare il Paese costruendo una squadra ampia e condividendolo con i corpi intermedi. Condivido molto, però, il ragionamento di Renzi sul fatto che la discussione, a prescindere dai contenuti, sulle alleanze è inutile e non interessa a nessuno".

L'Arena

Calenda, escludo mia discesa in campo



ROMA, 10 LUG - Una possibile discesa in campo? "E' esclusa da sempre. L'unico dettaglio è che io oggi faccio il ministro e dico cose che sono anche politiche, ma finirà con questa legislatura". Lo ha detto il ministro dello Sviluppo economico Carlo Calenda, rispondendo ai cronisti a margine della presentazione a Roma della terza edizione del Mia - Mercato internazionale audiovisivo. "La mia area politica di riferimento è Paolo Gentiloni", ha spiegato Calenda. E a proposito della necessità di un piano industriale per il Paese, ha aggiunto: "E' necessario per gli obiettivi, le risorse e le priorità. E' un ragionamento fondamentale che deve fare il Paese costruendo una squadra ampia e condividendolo con i corpi intermedi. Condivido molto, però, il ragionamento di Renzi sul fatto che la discussione, a prescindere dai contenuti, sulle alleanze è inutile e non interessa a nessuno".

fashionmagazine.it

Calenda: «Per AltaRoma avanti coi giovani o si chiude». Fendi: «Vogliamo continuare»



L'obiettivo è quello di far diventare la capitale un punto di riferimento per le startup di giovani stilisti e designer, ma non è chiaro se **AltaRoma** avrà il tempo materiale per portare a termine la sua missione.

«Stiamo lavorando per vedere se si può fare un nuovo progetto - ha dichiarato **Carlo Calenda** -. Abbiamo deciso di riposizionare AltaRoma sui giovani. Forse ce la farà, ma forse anche no: in questo caso andrà chiusa, perché è inutile tenerla a metà».

«Non so se la moda è nel futuro di Roma. Può esserlo in questa vocazione verso i giovani» ha proseguito il ministro dello Sviluppo Economico.

Parole che creano un'ombra sulle prospettive della manifestazione, che si è conclusa sabato scorso (8 luglio), ma che non fanno gettare la spugna a **Silvia Venturini Fendi**, presidente di AltaRoma, intenzionata a impegnarsi anche in futuro a favore dei nuovi talenti della moda.

«Sono certa - ha dichiarato - che riusciremo a consolidare e irrobustire il percorso evolutivo intrapreso verso il ruolo e gli obiettivi assegnati poco più di un anno fa dal Ministero dello Sviluppo Economico alla Città di Roma e ribaditi dal ministro Calenda».

«Necessitiamo di solide certezze - prosegue la Venturini Fendi - che ad AltaRoma sono venute a mancare, su impegni strategici ed economici da parte dei soci. Impegni che abbiano prospettive di durata e di consistenza sufficienti a supportare progetti di ancor più ampio respiro, per una città con potenzialità enormi».

In questa edizione i protagonisti non sono mancati. Oltre 50 i designer e i marchi coinvolti, a cominciare da **Antonio** ed **Efisio Marras**, fino a **Giambattista Valli**, alla presentazione del film su **Franca Sozzani** e ai finalisti di **Who Is On Next?**, diventato ormai l'evento clou. A resistere nel calendario tra i nomi del passato è rimasto solo **Renato Balestra**, molto legato a Roma.

L'assenza delle vecchie glorie della sartoria capitolina non è stata un problema per la kermesse, penalizzata piuttosto dal fatto che solo all'ultimo momento AltaRoma è riuscita a organizzare questa rassegna di luglio: d'altronde, la Camera ha dovuto tagliare i fondi annuali a meno di 400mila euro e nell'ultimo anno, in sostanza, il Comune si è tirato indietro.

«La presenza di diversi rappresentanti delle istituzioni agli eventi di questi giorni - ha fatto notare Venturini Fendi - e il confronto sereno e fattivo avviato con i soci mi rendono fiduciosa sul futuro di AltaRoma».

«Ci abbiamo sempre creduto e continuiamo a crederci. Chiaramente bisogna fare un gioco di squadra», ha detto il presidente della **Regione Lazio**, **Nicola Zingaretti** commentando le parole di Carlo Calenda.

«Il ministro - ha puntualizzato Zingaretti - due anni fa ha lanciato questa idea. Noi siamo stati tra i primi a dire subito sì e a sostenerla. Ovviamente AltaRoma deve vedere in primo luogo il protagonismo anche di altre istituzioni».

Problemi di finanziamento a parte, a pesare su questa edizione è stata anche la poco favorevole concomitanza con l'evento organizzato da **Dolce&Gabbana** a Palermo, che ha tolto in parte i riflettori da ciò che stava accadendo nella capitale.

Nei giorni scorsi tra gli addetti ai lavori si è molto discusso sull'ipotesi che gli organizzatori decidano di cambiare nome alla manifestazione, puntando su un brand che ne sottolinei la nuova natura, più legata allo scouting degli upcoming talent, che ai couturier del passato.

cinemagazine web

MIA pronto per la terza edizione



Roma, 10 luglio (Fr. Palm.) – L'industria e le imprese sempre più unite per il MIA – Mercato Internazionale Audiovisivo, ideato, realizzato e prodotto da ANICA e APT, che torna a Roma dal 19 al 23 ottobre 2017. Non si svolgerà quest'anno nel corso della Festa di Roma per problemi logistici legati all'Auditorium (la condivisione delle date sarà di nuovo nel 2018) ma la sua posizione in questo periodo, secondo gli organizzatori, è ottimale perchè si colloca subito dopo il MipCom di Cannes (16/19 ottobre) e prima dell'American Film Market (1/8 novembre).

La terza edizione è stata presentata da Carlo Calenda (Ministro Sviluppo Economico), Nicola Zingaretti (Presidente Regione Lazio), Giampaolo D'Andrea (MiBact), Francesco Rutelli (Presidente Anica), Giancarlo Leone (Presidente APT) e Lucia Milazzotto, direttore Editoriale di MIA.

Il Mercato riunisce nella capitale produttori e distributori di contenuti, film e serie televisive, promuovendo il sistema audiovisivo italiano a livello internazionale. Proprio questo il punto focale, come sottolinea Lucia Milazzotto: "Siamo uno strumento per portare l'Italia all'estero e l'estero in Italia – dice – Siamo un evento esclusivo con leader di cinema e audiovisivo, un collettivo che coinvolge ad ampio spettro l'industria. Il nostro mercato è diverso dagli altri, perchè ha impronta editoriale. Vogliamo far incontrare gli operatori tra loro, facendo arrivare a Roma le eccellenze e promuovendo la nostra, di eccellenza".

Il MIA – che nel 2017 avrà il cuore pulsante nella zona Barberini, tra Palazzo Barberini, Hotel Bernini Bristol e il cinema della piazza – risponde dunque alle esigenze dell'industria, di cui è espressione, rappresentando un'occasione di presentazione unitaria del "sistema Italia" sulla scena internazionale.

Tra le novità, il lancio di un nuovo claim, Matching Excellence, oltre che di un nuovo logo.

Tre le sezioni previste: MIACINEMA, un mercato di co-produzione che ha accompagnato, fino alla realizzazione, più del 50% dei progetti selezionati nel corso delle passate edizioni e una piattaforma dove vedere e acquistare le produzioni più recenti del cinema indipendente e di qualità con 120 proiezioni in 4 giorni, oltre che la vetrina *What's Next Italy*; MIATV, con l'obiettivo principale di favorire il confronto e il networking, partnership, accordi e nuove opportunità di business in un momento di profonda trasformazione dell'industria italiana (tra gli appuntamenti più attesi, la seconda edizione del Drama Series Pitching Forum e, per la prima volta, gli Italian TV Upfront); MIA DOC, a sostegno delle co-produzioni e della distribuzione di documentari e factual, con un Focus dedicato al giornalismo investigativo, "current affairs e human interest".

Confermati anche alcuni programmi speciali: YAS (Young adult spotlight), che si snoda in maniera trasversale tra cinema e TV segnalando il prodotto *kids&teens e young adult*. Protagonista di quest'anno sarà la *graphic novel* e un'altra sezione speciale è dedicata all'animazione.

Tra i premi, il Fondo Eurimages conferma quello al Miglior progetto di MIA Cinema, mentre EDI Effetti Digitali Italiani inaugura il MIA EDI Visionary Award, dedicato a quei progetti di cinema, serie tv e documentario che si contraddistinguono per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi. Tra gli eventi ospitati, anche la VI edizione del Premio Carlo Bixio per i giovani autori tra i 18 ed i 30 anni.

Convinto dell'importanza del MIA, Zingaretti, ricordando che nel primo trimestre del 2017 l'export di settore è aumentato del 43% rispetto al 2016, annuncia che durante il mercato "la Regione Lazio presenterà la seconda tranche del bando Lazio Cinema International a sostegno delle produzioni internazionali e un nuovo bando per le imprese digitali. Un altro bando ancora, sarà per le sale".

Rutelli è per la prima volta seduto al tavolo degli organizzatori, in qualità di presidente Anica: "Ringrazio chi mi ha preceduto del lavoro svolto, noi dell'Anica abbiamo sempre creduto nel MIA – dice – Siamo associati lealmente con APT ed è bello vedere tanta coralità, tra le diverse industrie. Per fare successo serve il gioco di squadra, nel nostro paese si sostiene ma si pratica poco, quindi che qui accada è un segno molto positivo".

MIA è finanziato da Ministero dello Sviluppo Economico, ICE, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, Regione Lazio, e dal programma MEDIA. Tra i partner la Fondazione Cinema per Roma e il Fondo Eurimages del Consiglio d'Europa. MIA si avvale di un comitato editoriale che comprende, oltre ad ANICA e APT: Cartoon IT, 100 Autori, Italian Film Commissions, UNEFA.

Cineguru

Il MIA Si Presenta

E' stato annunciato oggi il programma del MIA, il Mercato audiovisivo di Roma, che avrà luogo dal 19 al 23 ottobre 2017 nella capitale...



Il MIA, il Mercato audiovisivo di Roma, è sicuramente diventato il maggiore appuntamento italiano per quanto riguarda la capacità di mettere assieme addetti ai lavori italiani ed esteri. La prossima edizione si svolgerà dal 19 ottobre e questo è il comunicato stampa:

MIA Mercato Internazionale Audiovisivo torna con la sua terza edizione a Roma dal 19 al 23 ottobre 2017.

Con 1500 accreditati da 58 Paesi nelle precedenti edizioni, MIA è l'appuntamento esclusivo per i produttori e distributori di contenuti, film e serie televisive transnazionali e di alto valore industriale, affermatosi allo stesso tempo come un volano importante per promuovere la capacità produttiva, il sistema audiovisivo italiano, il know-how e le expertise del nostro paese a livello internazionale.

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

Per l'edizione 2017 cambia anche l'identità visiva con un nuovo claim, Matching Excellence e un nuovo logo. Entrambi sottolineano il posizionamento che il mercato ha assunto nel panorama degli appuntamenti internazionali dedicati all'industria audiovisiva: quello di un hub frequentato dai leader del mercato dove l'eccellenza italiana è protagonista.

Tra le altre novità di questa edizione, la location: il MIA vivrà le proprie attività nel "distretto" di Piazza Barberini, da Palazzo Barberini, all'Hotel Bernini Bristol, al Cinema Barberini.

MIA è finanziato da Ministero dello Sviluppo Economico, ICE, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, Regione Lazio, e dal programma MEDIA. Tra i partner la Fondazione Cinema per Roma e il Fondo Eurimages del Consiglio d'Europa. MIA si avvale di un comitato editoriale che comprende, oltre ad ANICA e APT: Cartoon IT, 100 Autori, Italian Film Commissions, UNEFA.

IL PROGRAMMA

Tre le sezioni previste per l'edizione 2017: MIACINEMA, un mercato di co-produzione che ha accompagnato, fino alla realizzazione, più del 50% dei progetti selezionati nel corso delle passate edizioni e una piattaforma di riferimento per l'industria europea nella stagione autunnale, dove vedere e acquistare le produzioni più recenti del cinema indipendente e di qualità con 120 proiezioni in 4 giorni, oltre che la vetrina What's Next Italy. MIATV, un appuntamento selezionato di alto profilo per l'industria televisiva mondiale, con l'obiettivo principale di favorire il confronto e il networking, partnership, accordi e nuove opportunità di business in un momento di profonda trasformazione dell'industria italiana. Tra gli appuntamenti più attesi, la seconda edizione del Drama Series Pitching Forum e, per la prima volta, gli Italian TV Upfront. MIA DOC,un boutique market al servizio delle aziende italiane, una piattaforma selettiva ed efficiente a sostegno delle co-produzioni e della distribuzione di documentari e factual. Focus del MIA DOC Co-production Market & Pitching Forumnel 2017è l'investigative, current affairs e human interest.

MIA 2017 conferma anche alcuni programmi speciali: YAS (Young adult spotlight) è uno spazio che si snoda in maniera trasversale tra cinema e TV segnalando nei diversi segmenti presenti al MIA il prodotto kids&teens e young adult nelle varie fasi di sviluppo e con diverse declinazioni: dai pitch ai panel, agli screenings di mercatoa vere e proprie anteprime. Protagonista di YAS quest'anno sarà la graphic novel. Un'altra sezione speciale è dedicata all'animazione, tra le forme più efficaci e innovative della narrazione cine-audiovisiva.

I PREMI

Riconoscendo a MIA un importante ruolo nel sostegno alle co-produzioni e alle relazioni di business intorno ai grandi progetti internazionali, il Fondo Eurimages conferma per il terzo anno di seguito il Premio al Miglior progetto di MIA Cinema. EDI Effetti Digitali Italiani(azienda leader nel settore dei VFX) inaugura il MIA EDI Visionary Award, un premio dedicato a quei progetti di cinema, serie tv e documentario che si contraddistinguono per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi. Tra gli eventi ospitati dal MIA 2017 spicca anche la VI^ edizione del Premio Carlo Bixio: i giovani autori di età compresa tra i 18 ed i 30 anni sono chiamati a cimentarsi in un progetto di serialità senza limiti di genere, con qualità di internazionalizzazione.

Mercato audiovisivo, a ottobre a Roma torna il MIA con tante novità per l'edizione 2017

Il MIA, l'appuntamento esclusivo per i produttori e distributori di contenuti, film e serie televisive transnazionali e di alto valore industriale torna con la sua terza edizione a Roma dal 19 al 23 ottobre 2017.



E' stato presentato oggi a Roma il MIA – Mercato Internazionale Audiovisivo 2017 alla presenza di **Carlo Calenda** – Ministro Sviluppo Economico, **Nicola Zingaretti** – Presidente Regione Lazio, **Giampaolo D'Andrea** – Ministero beni e attività culturali e turismo, **Francesco Rutelli** – Presidente Anica, **Giancarlo Leone** – Presidente APT e **Lucia Milazzotto** – Direttore Editoriale MIA.

MIA è ideato, realizzato e prodotto da **ANICA** (Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche e Audiovisive) e **APT** (Associazione Produttori Televisivi), con 1500 accreditati da 58 Paesi nelle precedenti edizioni, MIA è l'appuntamento esclusivo per i produttori e distributori di contenuti, film e serie televisive transnazionali e di alto valore industriale, affermatosi allo stesso tempo come un volano importante per promuovere la capacità produttiva, il sistema audiovisivo italiano, il know-how e le expertise del nostro paese a livello internazionale.

Per l'edizione 2017 cambia anche l'identità visiva con un nuovo claim, **Matching Excellence** e un nuovo logo. Entrambi sottolineano il posizionamento che il mercato ha assunto nel panorama degli appuntamenti internazionali dedicati all'industria audiovisiva: quello di un hub frequentato dai leader del mercato dove l'eccellenza italiana è protagonista.

Tra le altre novità di questa edizione, la location: il MIA vivrà le proprie attività nel "distretto" di **Piazza Barberini**, da Palazzo Barberini, all'Hotel Bernini Bristol, al Cinema Barberini.

MIA è finanziato da **Ministero dello Sviluppo Economico**, **ICE**, **Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo**, **Regione Lazio**, e dal programma **MEDIA**. Tra i partner la **Fondazione Cinema per Roma** e il Fondo **Eurimages** del Consiglio d'Europa. MIA si avvale di un comitato editoriale che comprende, oltre ad ANICA e APT: **Cartoon IT, 100 Autori, Italian Film Commissions, UNEFA.**

Il programma

Tre le sezioni previste per l'edizione 2017: **MIACINEMA**, un mercato di co-produzione che ha accompagnato, fino alla realizzazione, più del 50% dei progetti selezionati nel corso delle passate edizioni e una piattaforma di riferimento per l'industria europea nella stagione autunnale, dove vedere e acquistare le produzioni più recenti del cinema indipendente e di qualità con 120 proiezioni in 4 giorni, oltre che la vetrina *What's Next Italy*. MIATV, un appuntamento selezionato di alto profilo per l'industria televisiva mondiale, con l'obiettivo principale di favorire il confronto e il networking, partnership, accordi e nuove opportunità di business in un momento di profonda trasformazione dell'industria italiana. Tra gli appuntamenti più attesi, la seconda edizione del **Drama Series Pitching Forum** e, per la prima volta, gli **Italian TV Upfront**. **MIA DOC,**un boutique market al servizio delle aziende italiane, una piattaforma selettiva ed efficiente a sostegno delle co-produzioni e della distribuzione di documentari e factual. Focus del MIA DOC Co-production Market & Pitching Forumnel 2017è **l'investigative, current affairs e human interest**.

MIA 2017 conferma anche alcuni **programmi speciali**: YAS (Young adult spotlight) è uno spazio che si snoda in maniera trasversale tra cinema e TV segnalando nei diversi segmenti presenti al MIA il prodotto *kids&teens e young adult* nelle varie fasi di sviluppo e con diverse declinazioni: dai pitch ai panel, agli screenings di mercatoa vere e proprie anteprime. Protagonista di YAS quest'anno sarà la *graphic novel*. Un'altra sezione speciale è dedicata all'**animazione**, tra le forme più efficaci e innovative della narrazione cine-audiovisiva.

I premi

Riconoscendo a MIA un importante ruolo nel sostegno alle co-produzioni e alle relazioni di business intorno ai grandi progetti internazionali, il **Fondo Eurimages** conferma per il terzo anno di seguito il **Premio al Miglior progetto di MIA Cinema. EDI Effetti Digitali Italiani**(azienda leader nel settore dei VFX) inaugura il **MIA EDI Visionary Award**, un premio dedicato a quei progetti di cinema, serie tv e documentario che si contraddistinguono per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi. Tra gli eventi ospitati dal MIA 2017 spicca anche la VI^ edizione del **Premio Carlo Bixio**: i giovani autori di età compresa tra i 18 ed i 30 anni sono chiamati a cimentarsi in un progetto di serialità senza limiti di genere, con qualità di internazionalizzazione.

ROMA. CALENDA, PIÙ SALONI LIBRO? APPROCCIO AUTOLESIONISTA



"Non è un settore di cui mi occupi direttamente, ma mi pare che sulla questione dei vari saloni del libro ci sia un approccio vagamente autolesionista". Lo ha detto il ministro dello Sviluppo economico Carlo Calenda, nel corso della conferenza stampa di presentazione della terza edizione del Mia – Mercato Internazionale Audiovisivo, che si svolgerà nella capitale dal 19 al 23 ottobre.
Calenda ne ha parlato sottolineando la necessità del Paese di "portare l'Italia all'estero e l'estero In Italia. E' la missione del Paese in materia di cultura, servizi, industria, mercato. Siamo un paese maturo con tassi di crescita limitati o stabili ma con un enorme potenziale". Come il Mia, per funzionare "ha bisogno di essere potente, lo stesso vale per il settore fieristico. Si punta su una cosa e non ci si fa competizione gli uni con gli altri".

IL MIA – MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO 2017 DAL 19 AL 23 OTTOBRE A ROMA. GERUNDIO VINCE LA GARA PER LA COMUNICAZIONE

E' stato presentato oggi a Roma il MIA – Mercato Internazionale Audiovisivo 2017

MIA Mercato Internazionale Audiovisivo torna con la sua terza edizione a Roma dal 19 al 23 ottobre 2017.

Con 1500 accreditati da 58 Paesi nelle precedenti edizioni, MIA è l'appuntamento esclusivo per i produttori e distributori di contenuti, film e serie televisive transnazionali e di alto valore industriale, affermatosi allo stesso tempo come un volano importante per promuovere la capacità produttiva, il sistema audiovisivo italiano, il know-how e le expertise del nostro paese a livello internazionale.



L'evento è ideato, realizzato e prodotto da Anica (Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche e Audiovisive) e APT (Associazione Produttori Televisivi).

Per l'edizione 2017 cambia l'identità visiva con un nuovo claim, 'Matching Excellence', e un nuovo logo. Entrambi sottolineano il posizionamento che il mercato ha assunto nel panorama degli appuntamenti internazionali dedicati all'industria audiovisiva: quello di un hub frequentato dai leader del mercato dove l'eccellenza italiana è protagonista.

Tra le altre novità di questa edizione, la location: il MIA vivrà le proprie attività nel "distretto" di Piazza Barberini, da Palazzo Barberini, all'Hotel Bernini Bristol, al Cinema Barberini.

MIA è finanziato da Ministero dello Sviluppo Economico, ICE, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, Regione Lazio, e dal programma Media. Tra i partner la Fondazione Cinema per Roma e il Fondo Eurimages del Consiglio d'Europa. MIA si avvale di un comitato editoriale che comprende, oltre ad Anica e APT: Cartoon IT, 100 Autori, Italian Film Commissions, Unefa.

GERUNDIO VINCE LA GARA PER LA COMUNICAZIONE DI MIA 2017

Gerundio, creative company di Roma fondata da Ramon Sembianza e Andrea Sebastiani specializzata nel riposizionamento strategico dei brand, si è aggiudicata la gara indetta dal MIA (Mercato Internazionale Audiovisivo) e si occuperà dello sviluppo di concept e immagine della campagna di comunicazione, dell'ideazione e progettazione di tutti i materiali video e degli allestimenti, dell'ideazione e design dei materiali per le campagne di comunicazione esterna ATL e BTL.

Il nuovo marchio disegnato da Gerundio accompagna il nuovo payoff 'Matching Excellence', studiato per valorizzare e sottolineare la valenza del MIA come primo hub italiano per tutti i segmenti del prodotto audiovisivo.



Inoltre Gerundio ha realizzato il nuovo sito web www.miamarket.it/it.

Zingaretti: "Su Altaroma continuiamo a crederci"



"Siamo tra gli attori istituzionali che ci hanno sempre creduto e che continuano a crederci". Così il presidente della Regione Lazio, Nicola Zingaretti, a margine della presentazione della terza edizione del Mercato internazionale dell'Audiovisivo. mac/dp/red

LA PREALPINA

Calenda: ho sempre escluso mia discesa in politica

"La mia area di riferimento è Paolo Gentiloni"



Roma, 10 lug. (askanews) - Una discesa in politica "l'ho esclusa da sempre e sempre negli stessi termini e sempre per le stesse ragioni, con un piccolo dettaglio che io oggi faccio il ministro e quindi dico delle cose che sono anche politiche, ma questo finisce con questa legislatura". Così il ministro dello Sviluppo economico, Carlo Calenda, a margine della presentazione della terza edizione del Mia, il Mercato internazionale audiovisivo.
"La mia area di riferimento politico è Paolo Gentiloni", ha poi aggiunto.

MIA - Mercato Internazionale Audiovisivo, la conferenza stampa in diretta



Roma. Si è tenuta stamane, presso l'Hotel Bernini Bristol, la conferenza stampa di presentazione della terza edizione di "MIA - Matching Excellence, Mercato Internazionale dell'Audiovisivo". Al centro dell'incontro Cinema, Tv e Doc. Intervengono Carlo Calenda, Ministro Sviluppo Economico; Nicola Zingaretti, Presidente Regione Lazio; Giampaolo D'Andrea, Ministero beni e attività culturali e turismo; Francesco Rutelli, Presidente ANICA; Giancarlo Leone, Presidente APT e Lucia Millazzotto, Direttore Editoriale MIA. Modera Andrea Vianello. Abbiamo seguito, in diretta, la conferenza.

Dal 19 al 23 ottobre 2017 si tiene, a Roma, la terza edizione del **"MIA - Mercato Internazionale Audiovisivo"**. Si tratta di un appuntamento imperdibile per i produttori e i maggiori distributori di diversi contenuti, come film e serie tv di natura mondiale. Il **MIA** nasce dalla collaborazione fra **ANICA** (Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche e Audiovisive) e **APT** (Associazione Produttori Televisivi). Novità di questa nuova edizione sono il **claim**, *Matching Excellence*, **il logo e la location**, che si districa tra *Palazzo Barberini, l'Hotel Bernini Bristol e il Cinema Barberini*. Tra i finanziatori del **MIA** il **Ministero dello Sviluppo Economico, la Regione Lazio e l'ICE**.

Introduzione di **Andrea Vianello**, che presenta le novità del MIA e gli ospiti. La prima a prendere la parola è **Lucia Millazzotto**: *"Era il 10 luglio 2015 quando il MIA iniziava, con un'identità particolare, fortemente industriale. Dopo 2 anni portiamo all'attivo due edizioni di successo e di rodaggio, che ci ha fatto capire come sviluppare il mercato. Novità strutturali, cambiamento attuato dai presidenti Rutelli e Leone. MIA è fortemente collettivo, puntiamo sull'aiuto di 50 professionisti. Crediamo di aver trovato il posizionamento del MIA, dove partecipano i leader di cinema e audiovisivo, per portare l'estero in Italia e l'Italia all'estero. Il nostro mercato ha un carattere editoriale. Facciamo un lavoro specifico di progetti, oltre il 50% delle storie presentate sono state realizzate. MIA ha tre sezioni: Cinema, Tv e Documentari, con diverse professionalità. MIA quest'anno si sposta, con una location storica, per unire patrimonio culturale e storico. Quest'anno occupiamo il distretto di Piazza Barberini, dove si svolgeranno i nostri panel e talk. Quello che mettiamo in piazza è la voglia di fare incontrare diversi partner. Aziende private hanno deciso di dare premi nel MIA. Abbiamo un unico logo nuovo, con un claim di due sole parole, per sottolineare le eccellenze estere e italiane".*

Il programma definitivo verrà presentato a **settembre**. Molti operatori sono già confermati, ma i dettagli più precisi verranno dati a ridosso dell'evento.

Prosegue **Carlo Calenda**: *"Il MIA esiste perché l'industria ha dato l'opportunità per uno spazio che era sparito. Quello che cerchiamo di fare come Ministro è cercare di inventare cose. E' coerente con la strategia che stiamo portando avanti di politica industriale. Portare l'Italia all'estero e l'estero in Italia è la missione del Paese, sul turismo, innovazione e servizi, per ragioni oggetttive e di prodotto, e relative alla domanda. Siamo un paese maturo. Se ha una riconoscibilità dell'offerta di attrarre i tassi di crescita del mondo. Questa è la missione del paese nei prossimi anni. Per la Germania è una missione più facile, non ha lo stesso potenziale dal punto di vista della cultura, come grande veicolo artigianale Tuttavia che questo evento sia coerente con la nostra strategia industriale non vuol dire che per forza debba funzionare. Ci sono alcune condizioni: dev'essere potente, con scelte nette e precise. Abbiamo imposto la cancellazione di ogni sovrapposizione di calendario, Questo ragionamento verrà fatto anche per il salone del libro. Abbiamo deciso di puntare sul MIA, mettendo abbastanza risorse. Oggi il tema è la qualità dei progetti. Abbiamo fatto due edizioni buone, non sta a me giudicarlo, abbiamo preso un impegno triennale, continueremo a finanziarlo. Aggiungo che questa iniziativa non è disgiunta dalla politica settoriale fatta sul settore dell'audiovisivo: ovvero potenziare e consolidare un settore. Dobbiamo puntare al consolidamento del settore, della manifestazioni fieristiche, siamo importanti se abbiamo players importanti. Se non hai masse critiche, diventa tutto una marginalizzazione. C'è il rischio di non fare scelte per accontentare un po' tutti. L'ultimo punto riguarda la città dove si svvolge l'evento. Stiamo lavorando a fare una mappatura. Oggi sicuramente c'è una città con grande vocazione, essendo capace di scegliere. Stiamo lavorando con grande difficoltà per Alta Roma. Non so se la moda è nel futuro di Roma. Coordinare uno sforzo fa parte di un lavoro più ampio che si sposa con la dimensione di una capitale che ci auguriamo di rivedere nei fasti che abbiamo conosciuto".*

Prende la parola **Nicola Zingaretti:** *"Due punti molto importanti. Noi diamo una mano con due grandi obiettivi: far trovare a questa manifestazione un habitat amichevole, abbiamo lavorato sempre per costruire un sistema. Puntiamo a costruire una politica per l'audiovisivo, siamo gemellati con due grandi nazioni, abbiamo firmato a Cannes un accordo l'anno scorso. Oggi possiamo raccontare un dato: nel primo trimestre 2017, l'export di programmi audiovisivi è aumentato del 47% rispetto all'anno scorso, è un dato figlio di un sistema che ha trovato la sua strada. Quest'anno saremo presenti con una presenza diretta, presenteremo nel corso del festival la seconda tranche di un bando. Presenteremo anche un'altra iniziativa, un nuovo bando di circa 9 milioni legato ai programmi di reindustrializzazione per la creatività dell'audiovisivo per promuovere un'innovazione, attività e imprese. Altro bando è a sostegno di sale cinema, teatri, per digitalizzaione e modernamento. Il MIA è una grande opportunità globale per promuovere cinema e sintesi fra cultura e industria. E' una grande opportunità, è dovere assoluto affinchè cresca nel panorama mondiale".*

E' la volta di **Giampaolo D'Andrea:** *"Punto importante è l'internalizzazione, legato al fatto che i prodotti possono circolare di più, non solo per ragioni economiche. Ci troviamo davanti ad attività imprenditoriali legate all'opera in sè e a quello che l'opera evoca, stili di vita, modalità di raffronto con le problematiche del presente. Abbiamo sostenuto una centralità europea della nostra iniziativa, puntiamo a rafforzare un pilastro della nostra cultura. Ci siamo mossi pensando che il patrimonio culturale europeo fosse unico, con sinergie di integrazione oggi inseparabili, con l'Italia a giocare da capofila. E' fondamentale la continuità dell'iniziativa, se sono estemporanee non producono alcun effetto economico e culturale. Se hanno continuità, moltiplicano le potenzialità che vengono poste in essere. E' interessante la formula, l'attenzione a cinema, tv e documentari, soprattutto per i giovani. Questa scelta ci apre il futuro e rende possibile l'avvento di una fase nuova. E' importante che questa iniziativa si faccia affianco al festival del cinema di Roma per rafforzare la centralità di Roma in questo campo. Roma ha una grande importanza nel mondo del cinema, è nostro interesse adoperare questo brand fino in fonda. Consideriamo fondamentale l'integrazione fra i vari enti. Quanto più l'inziativa è integrata, tanto più gli effetti si moltiplicano in direzione del settore. Talvolta, infatti, è stata sottovalutata, rimasta come una cosa di nicchia".*

Francesco Rutelli è tra i padri fondatori del **MIA**: *"L'unico modo per fare successo è il gioco di squadra. E' un'espressione che si usa spesso ma non si fa sempre. E' grazie al gioco del caposquadra Millazzotto che si tratta di un'operazione di mercato che si rivolge al mercato dell'industria. Vedere questa determinazione nelle istituzioni è un valore aggiunto. Voglio ricordare che i valori del nostro cinema va oltre i numeri commerciali. Qui si realizza una sinergia tra cinema e audiovisivo, ocme tra ANICA e APT. All'eccellente ingresso della Regione, anche il Ministero degli Esteri fa la sua parte. Il MIA fa perno sul distretto Barberini, con tre poli specifici. La parte importantissima si svolgerà dentro palazzo Barberini e le proiezioni al palazzo Barberini. Ci sarà un network importante fra queste strade".*

Abbandonata la Rai, **Giancarlo Leone** è oggi presidente dell'**APT**: *"Quello che possiamo dire è che il racconto italiano è sempre più internazionale, mantenendo la specificità di storie e linguaggio. Inq eusta situazione entra il MIA; che ha intercettato questa tendenza. Ci troviamo con tanti sviluppi industriali, nell ospecifico della serialità. Siamo ad un punto importante. Va anche detto che dobbiamo molto ai produttori e a chi, come Rai Fiction, ha dsaputo intercettare le domanda. Il MIA è un punto focale. Accanto alla fiction internazionale c'è quella locale. In un racconto internazionale possono accadere storie italiane che supereremo".*

Si passa alle domande dei giornalisti.

Millazzotto precisa che *"il budget è in linea con le passate edizioni (1.900.000€). Ci terrei poi a distinguere le due sezioni, cinema e audiovisivo: nel primo, c'è un prodotto verso il futuro, con effetti a medio-lungo termine. E' uno strumento di compravendita. Quando parliamo di mostrare gli upfront è uno strumento di co-produzione. MIA Tv non è indirizzato alla compravendita".*

Rutelli aggiunge che *"il MIA ha una sua finestra specifica. Quest'anno la programmazione fisica dell'Auditorium rendeva impossibile la realizzazione nello stesso periodo. Il MIA ha una sua fisionomia. A partire dal 2018 sarà ripristinata anche in base agli spazi dell'Auditorium. La non simultaneità con la festa di Roma è di carattere logistico".*

Ancora **Calenda**: *"La vocazione di MIA e del festival di Venezia sono diverse. Sono le imprese a decidere cosa è meglio. Non siamo in un'economia pianificata. vuol dire che noi facciamo le cose in base ai finanziamenti. Le imprese televisive, cinematografiche e dell'audiovisivo ci dicono che c'è un'opportunità in questa città, periodo, e da un punto di vista finanziario puntiamo su questo. Se ci accorgessimo che questa struttura non funziona, siamo pronti a chiuderla.* **Rutelli** precisa che *"la scelta dell'ANICA e dell'APT è Roma. Ciò non toglie nulla a Venezia, che ha una sua fisionomia. A ognuno degli eventi è giusto assegnare le azioni corrispondenti. L'industria si riunisce a Roma e il mercato si tiene e Roma".*

Altra domanda riguarda sui temi e scelte editoriali. **Millazzotto**: *"Ogni sezione ha delle sue peculiarità. Generalmente questa scelte ha due leve: innanzitutto capire quali sono i nostri punti strategici. Ogni anno abbiamo scelto temi strategici affinché l'Italia tornasse ad essere competitivo. L'animazione ha caratteristiche particolari, è importante sia per cinema che per televisione. E' poi impossibile paragonare il MIA con il Festival di Cannes. Speriamo che il MIA cresca, che è nato con un concept diverso".*

La conferenza stampa si chiude qui.

mediakey.tv

Al via il MIA - Mercato Internazionale Audiovisivo 2017: dal 19 al 23 ottobre a Roma al Distretto Barberini. Ecco programma, premi e attività

MIA Mercato Internazionale Audiovisivo torna con la sua terza edizione a Roma dal 19 al 23 ottobre 2017.

Con 1500 accreditati da 58 Paesi nelle precedenti edizioni, MIA è l'appuntamento esclusivo per i produttori e distributori di contenuti, film e serie televisive transnazionali e di alto valore industriale, affermatosi allo stesso tempo come un volano importante per promuovere la capacità produttiva, il sistema audiovisivo italiano, il know-how e le expertise del nostro paese a livello internazionale.

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

Per l'edizione 2017 cambia anche l'identità visiva con un nuovo claim, Matching Excellence e un nuovo logo. Entrambi sottolineano il posizionamento che il mercato ha assunto nel panorama degli appuntamenti internazionali dedicati all'industria audiovisiva: quello di un hub frequentato dai leader del mercato dove l'eccellenza italiana è protagonista.

Tra le altre novità di questa edizione, la location: il MIA vivrà le proprie attività nel "distretto" di Piazza Barberini, da Palazzo Barberini, all'Hotel Bernini Bristol, al Cinema Barberini.

MIA è finanziato da Ministero dello Sviluppo Economico, ICE, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, Regione Lazio, e dal programma MEDIA. Tra i partner la Fondazione Cinema per Roma e il Fondo Eurimages del Consiglio d'Europa. MIA si avvale di un comitato editoriale che comprende, oltre ad ANICA e APT: Cartoon IT, 100 Autori, Italian Film Commissions, UNEFA.

IL PROGRAMMA

Tre le sezioni previste per l'edizione 2017: MIACINEMA, un mercato di co-produzione che ha accompagnato, fino alla realizzazione, più del 50% dei progetti selezionati nel corso delle passate edizioni e una piattaforma di riferimento per l'industria europea nella stagione autunnale, dove vedere e acquistare le produzioni più recenti del cinema indipendente e di qualità con 120 proiezioni in 4 giorni, oltre che la vetrina What's Next Italy. MIATV, un appuntamento selezionato di alto profilo per l'industria televisiva mondiale, con l'obiettivo principale di favorire il confronto e il networking, partnership, accordi e nuove opportunità di business in un momento di profonda trasformazione dell'industria italiana. Tra gli appuntamenti più attesi, la seconda edizione del Drama Series Pitching Forum e, per la prima volta, gli Italian TV Upfront. MIA DOC,un boutique market al servizio delle aziende italiane, una piattaforma selettiva ed efficiente a sostegno delle co-produzioni e della distribuzione di documentari e factual. Focus del MIA DOC Co-production Market & Pitching Forumnel 2017è l'investigative, current affairs e human interest.

MIA 2017 conferma anche alcuni programmi speciali: YAS (Young adult spotlight) è uno spazio che si snoda in maniera trasversale tra cinema e TV segnalando nei diversi segmenti presenti al MIA il prodotto kids&teens e young adult nelle varie fasi di sviluppo e con diverse declinazioni: dai pitch ai panel, agli screenings di mercatoa vere e proprie anteprime. Protagonista di YAS quest'anno sarà la graphic novel. Un'altra sezione speciale è dedicata all'animazione, tra le forme più efficaci e innovative della narrazione cine-audiovisiva.

I PREMI

Riconoscendo a MIA un importante ruolo nel sostegno alle co-produzioni e alle relazioni di business intorno ai grandi progetti internazionali, il Fondo Eurimages conferma per il terzo anno di seguito il Premio al Miglior progetto di MIA Cinema. EDI Effetti Digitali Italiani(azienda leader nel settore dei VFX) inaugura il MIA EDI Visionary Award, un premio dedicato a quei progetti di cinema, serie tv e documentario che si contraddistinguono per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi. Tra gli eventi ospitati dal MIA 2017 spicca anche la VI^ edizione del Premio Carlo Bixio: i giovani autori di età compresa tra i 18 ed i 30 anni sono chiamati a cimentarsi in un progetto di serialità senza limiti di genere, con qualità di internazionalizzazione.

Notizie Oggi

Presentata la nuova edizione di Mia. Il primo a crederci è il ministro Calenda



Documentari, animazione, graphic novel e naturalmente la seconda edizione del «Drama Series Pitching Forum» dedicato all'industria seriale televisiva italiana, attualmente al centro di una «profonda trasformazione a cui il mondo internazionale guarda con attenzione». La terza edizione del Mia – Mercato internazionale audiovisivo, lanciata dallo slogan «Matching Excellence», si svolgerà a Roma dal 19 al 23 ottobre, in quello che è già stato denominato «distretto Barberini», tra Palazzo Barberini e l'omonimo cinema, nel cuore della capitale, a due passi da Via Veneto.

A dare la benedizione all'iniziativa, in una conferenza stampa affollata di addetti ai lavori, il Ministro dello Sviluppo Economico Carlo Calenda: «Nel Mia abbiamo creduto dall'inizio. Permette di portare l'Italia all'estero e l'estero in Italia. E' la missione dell'Italia in materia di cultura, servizi, industria, mercato. Siamo un Paese maturo con tassi di crescita limitati o stabili, ma con un enorme potenziale». Calenda ha anche delineato prospettive future: «Avevamo pensato a un impegno triennale e continueremo a finanziarlo, lo metterò nel budget della legge di bilancio per l'anno successivo».

Ideato, organizzato e prodotto da Anica e Apt, finanziato da Ministero dello sviluppo economico, Ice, Mibact, Regione Lazio e Programma Media, il Mia dispone, fa sapere il direttore editoriale Lucia Milazzotto, di un «budget in linea con le precedenti edizioni, pari un milione e 900 mila euro. Speriamo che possa crescere con gli sponsor privati. Grazie alla nostra presenza strategica tra il Mipcom di Cannes e l'American Film Market, abbiamo riunito, nelle precedenti edizioni, 1500 accreditati, fra produttori e distributori, provenienti da 58 Paesi». L'obiettivo è «far incontrare eccellenze e valorizzare la nostra»'. Per raggiungerlo, dichiara il presidente dell'Anica Francesco Rutelli «serve il gioco di squadra, di cui in Italia si parla spesso, ma che si pratica poco».

La Mostra del Cinema di Venezia comprende un'iniziativa di mercato che potrebbe entrare in conflitto con il Mia: «Mi sembra che le due cose abbiano vocazioni differenti – ribatte il Ministro Calenda -. Massima libertà per le scelte di tutti, qui si fa un discorso legato ai nostri finanziamenti e alle esigenze che ci hanno esposto gli operatori del settore. E comunque se in 4 o 5 anni, ci accorgessimo che il Mia non funzionasse saremmo pronti a chiuderlo, ma non mi pare sia ciò che sta accadendo». Le date, precisa Andrea Occhipinti, presidente della sezione distributori dell'Anica, sono state individuate in considerazione della «concorrenza sempre più forte del mercato del Festival di Toronto, che si svolge in contemporanea con la Mostra e che aveva svuotato di presenze il mercato di Venezia». Per la prima volta il Mia si svolge in date diverse da quelle fissate per la Festa di Roma (26 ottobre – 5 novembre), ma niente polemiche nè divorzi. Solo, come spiega Rutelli, «problema logistici». Dal 2018 si torna in coppia.

Novella 2000

FRANCESCO RUTELLI HA UN'IDEA PER IL CINEMA. ECCO LA PROPOSTA DEL "SINDACO- OMBRA"...



Francesco Rutelli, ex sindaco di Roma, è intervento alla conferenza stampa di presentazione del "Mia" (Mercato Internazionale dell'Audiovisivo 2017). Rutelli, che è sposato con la giornalista e conduttrice di Forum Barbara Palombelli, ha fatto il mattatore durante il suo intervento dicendo: "Roma sarà sempre più Capitale del cinema". Insomma Rutelli ha le idee ben chiare prima dell'inizio del Mia, che si terrà ad

ottobre.
"Vogliamo far vivere un vero distretto del cinema tra Hotel Bernini Bristol, il cinema Barberini e Palazzo Barberini, un momento in cui Roma ritrova il suo orgoglio", ha detto un Rutelli quasi in veste di Sindaco-ombra della Capitale, o meglio di Sindaco del Cinema.
Di recente Rutelli, ex ministro dei Beni culturali, ha conseguito la laurea in *Pianificazione e progettazione del paesaggio e dell'ambiente* all'Università ***La Sapienza*** di Roma con 110 e lode.
Il giorno della laurea raccontato da Novella2000. Rutelli è arrivato nella sede dell'università in via della Fontanella Borghese puntualissimo. Ha parcheggiato la sua Smart in pieno centro. Assieme a lui anche la moglie **Barbara Palombelli.**

Come uno studente qualsiasi, l'ex Ministro dei Beni culturali si è messo in fila per aspettare il proprio turno e con la tesi tra le mani ha salutato la sorella Chiara e ha abbracciato i suoi figli (Giorgio, Monica, Serena e Francisco). L'ex Primo cittadino della Capitale ha lasciato gli studi di Architettura nel 1977, ma non ha mai abbandonato la voglia di studiare.

prima ONLINE Comunicazione

Il sistema italiano dell'audiovisivo deve avere una dimensione internazionale. Anica e Apt organizzano la terza edizione di Mia, a Roma dal 19 al 23 ottobre

Marco Mele – Il sistema italiano dell'audiovisivo vuole e deve avere una dimensione internazionale. Uno degli strumenti scelto dalle imprese del settore e dalle loro principali associazioni, Anica e Apt, è il MIA, il Mercato Internazionale dell'audiovisivo, la cui terza edizione è in programma dal 19 al 23 ottobre, a Roma. "Portare l'Italia all'estero e riportare l'industria audiovisiva mondiale in Italia" è l'obiettivo dichiarato della manifestazione, che da quest'anno cambia location all'interno della capitale, traslocando dalla zona di Piazza Esedra e delle Terme di Diocleziano alla zona di piazza Barberini, dove sono presenti l'omonimo Palazzo, sede di un museo dell'arte e l'omonimo cinema, oltre all'hotel Bernini Bristol e agli altri hotel di via Veneto che sfocia proprio in piazza Barberini.



Con 1.500 operatori provenienti da 58 paesi nell'ultima edizione, il MIA vuole affermarsi, come sottolinea Lucia Milazzotto, direttore editoriale del mercato, tra i principali eventi internazionali del settore, collocandosi dopo il Mipcom di Cannes e prima dell'American Film Market di Los Angeles. Con due milioni di budget, "che speriamo di aumentare con gli sponsor", il Mia ha come maggior finanziatore il Mise, il Ministero dello Sviluppo Economico.
"Un paese maturo, a tasso di crescita limitato, come l'Italia – sottolinea Carlo Calenda, ministro dello Sviluppo Economico – deve attrarre i tassi di crescita del mondo: la Germania lo ha fatto bene sui suoi prodotti, ma non ha lo stesso nostro potenziale sulla Cultura". Il Mia, secondo Calenda, è coerente con tale missione, a certe condizioni "Ogni evento, come accaduti per le Fiere, dev'essere potente, non deve avere concorrenza interna. Va cancellata ogni sovrapposizione di calendario. Non si può rischiare un approccio autolesionistico, come nel caso dei due Saloni del Libro. Noi puntiamo sul Mia quale mercato internazionale dell'audiovisivo in Italia, la cui quarta edizione mi impegno a finanziare con la prossima legge di bilancio." Il che vuol dire, in sostanza, che il mercato che la Mostra di Venezia ha messo in piedi accanto al Festival del cinema, non avrà alcun sostegno ministeriale.
Calenda parla anche delle difficoltà di Roma città, da quella di tenere in vita le sfilate di moda di AltaRoma all'importanza di riqualificare Cinecittà, appena tornata a una gestione pubblica.
Proprio il Comune di Roma è il grande assente dal Mia, che pure fa dell'immagine della Capitale uno dei suoi punti di forza. Nicola Zingaretti, presidente della Regione Lazio, invece, è presente e illustra come la Regione investa circa 22 milioni nel settore tra Fondo regionale, Lazio Cinema International, dotato di cinque milioni per valorizzare duemila location situate nella regione insieme alla film commission di Roma e Lazio, più i nove milioni stanziati per l'industria creativa digitale e il milione e mezzo a sostegno delle sale cinematografiche.



A volere e a creare il Mia, con le sue tre sezioni dedicate al cinema, alla tv e ai documentari, sono state le due associazioni principali del settore, Anica e Apt. Il presidente di Anica, Francesco Rutelli, sostiene come il gioco di squadra sia decisivo per far affermare il mercato a livello mondiale e annuncia che il Ministero degli Esteri ha scelto di imperniare la settimana della lingua italiana sul cinema, con oltre mille avvenimenti in tutto il mondo.
Giancarlo Leone, presidente dell'Apt, ha ricordato come il racconto italiano stia diventando sempre più internazionale e come il Mia sia uno snodo fondamentale verso tale trasformazione. Leone chiede di modificare la norma che impone il pagamento diretto dell'Iva ai settori collegati alla Pubblica Amministrazione, Rai inclusa: "Una norma che, se non modificata al più presto, rischia di vanificare il potenziamento del tax credit su cui si impernia la riforma del cinema approvata a fine 2016: sembra una fiction all'italiana. Speriamo in un intervento di Palazzo Chigi e nella concertazione tra i ministeri interessati".



Al via il MIA 2017: dal 19 al 23 ottobre a Roma al Distretto Barberini

MIA Mercato Internazionale Audiovisivo torna con la sua terza edizione a Roma dal 19 al 23 ottobre 2017.
Con 1500 accreditati da 58 Paesi nelle precedenti edizioni, MIA è l'appuntamento esclusivo per i produttori e distributori di contenuti, film e serie televisive transnazionali e di alto valore industriale, affermatosi allo stesso tempo come un volano importante per promuovere la capacità produttiva, il sistema audiovisivo italiano, il know-how e le expertise del nostro paese a livello internazionale.

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

Per l'edizione 2017 cambia anche l'identità visiva con un nuovo claim, Matching Excellence e un nuovo logo. Entrambi sottolineano il posizionamento che il mercato ha assunto nel panorama degli appuntamenti internazionali dedicati all'industria audiovisiva: quello di un hub frequentato dai leader del mercato dove l'eccellenza italiana è protagonista.

Tra le altre novità di questa edizione, la location: il MIA vivrà le proprie attività nel "distretto" di Piazza Barberini, da Palazzo Barberini, all'Hotel Bernini Bristol, al Cinema Barberini.

MIA è finanziato da Ministero dello Sviluppo Economico, ICE, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, Regione Lazio, e dal programma MEDIA. Tra i partner la Fondazione Cinema per Roma e il Fondo Eurimages del Consiglio d'Europa. MIA si avvale di un comitato editoriale che comprende, oltre ad ANICA e APT: Cartoon IT, 100 Autori, Italian Film Commissions, UNEFA.

IL PROGRAMMA

Tre le sezioni previste per l'edizione 2017: MIACINEMA, un mercato di co-produzione che ha accompagnato, fino alla realizzazione, più del 50% dei progetti selezionati nel corso delle passate edizioni e una piattaforma di riferimento per l'industria europea nella stagione autunnale, dove vedere e acquistare le produzioni più recenti del cinema indipendente e di qualità con 120 proiezioni in 4 giorni, oltre che la vetrina What's Next Italy. MIATV, un appuntamento selezionato di alto profilo per l'industria televisiva mondiale, con l'obiettivo principale di favorire il confronto e il networking, partnership, accordi e nuove opportunità di business in un momento di profonda trasformazione dell'industria italiana. Tra gli appuntamenti più attesi, la seconda edizione del Drama Series Pitching Forum e, per la prima volta, gli Italian TV Upfront. MIA DOC,un boutique market al servizio delle aziende italiane, una piattaforma selettiva ed efficiente a sostegno delle co-produzioni e della distribuzione di documentari e factual. Focus del MIA DOC Co-production Market & Pitching Forumnel 2017è l'investigative, current affairs e human interest.

MIA 2017 conferma anche alcuni programmi speciali: YAS (Young adult spotlight) è uno spazio che si snoda in maniera trasversale tra cinema e TV segnalando nei diversi segmenti presenti al MIA il prodotto kids&teens e young adult nelle varie fasi di sviluppo e con diverse declinazioni: dai pitch ai panel, agli screenings di mercatoa vere e proprie anteprime. Protagonista di YAS quest'anno sarà la graphic novel. Un'altra sezione speciale è dedicata all'animazione, tra le forme più efficaci e innovative della narrazione cine-audiovisiva.

I PREMI

Riconoscendo a MIA un importante ruolo nel sostegno alle co-produzioni e alle relazioni di business intorno ai grandi progetti internazionali, il Fondo Eurimages conferma per il terzo anno di seguito il Premio al Miglior progetto di MIA Cinema. EDI Effetti Digitali Italiani(azienda leader nel settore dei VFX) inaugura il MIA EDI Visionary Award, un premio dedicato a quei progetti di cinema, serie tv e documentario che si contraddistinguono per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi. Tra gli eventi ospitati dal MIA 2017 spicca anche la VI^ edizione del Premio Carlo Bixio: i giovani autori di età compresa tra i 18 ed i 30 anni sono chiamati a cimentarsi in un progetto di serialità senza limiti di genere, con qualità di internazionalizzazione.



Al via il MIA 2017: dal 19 al 23 ottobre a Roma al Distretto Barberini

MIA Mercato Internazionale Audiovisivo torna con la sua terza edizione a Roma dal 19 al 23 ottobre 2017.
Con 1500 accreditati da 58 Paesi nelle precedenti edizioni, MIA è l'appuntamento esclusivo per i produttori e distributori di contenuti, film e serie televisive transnazionali e di alto valore industriale, affermatosi allo stesso tempo come un volano importante per promuovere la capacità produttiva, il sistema audiovisivo italiano, il know-how e le expertise del nostro paese a livello internazionale.

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

Per l'edizione 2017 cambia anche l'identità visiva con un nuovo claim, Matching Excellence e un nuovo logo. Entrambi sottolineano il posizionamento che il mercato ha assunto nel panorama degli appuntamenti internazionali dedicati all'industria audiovisiva: quello di un hub frequentato dai leader del mercato dove l'eccellenza italiana è protagonista.

Tra le altre novità di questa edizione, la location: il MIA vivrà le proprie attività nel "distretto" di Piazza Barberini,

MIA è finanziato da Ministero dello Sviluppo Economico, ICE, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, Regione Lazio, e dal programma MEDIA. Tra i partner la Fondazione Cinema per Roma e il Fondo Eurimages del Consiglio d'Europa. MIA si avvale di un comitato editoriale che comprende, oltre ad ANICA e APT: Cartoon IT, 100 Autori, Italian Film Commissions, UNEFA.

IL PROGRAMMA

Tre le sezioni previste per l'edizione 2017: MIACINEMA, un mercato di co-produzione che ha accompagnato, fino alla realizzazione, più del 50% dei progetti selezionati nel corso delle passate edizioni e una piattaforma di riferimento per l'industria europea nella stagione autunnale, dove vedere e acquistare le produzioni più recenti del cinema indipendente e di qualità con 120 proiezioni in 4 giorni, oltre che la vetrina What's Next Italy. MIATV, un appuntamento selezionato di alto profilo per l'industria televisiva mondiale, con l'obiettivo principale di favorire il confronto e il networking, partnership,

accordi e nuove opportunità di business in un momento di profonda trasformazione dell'industria italiana. Tra gli appuntamenti più attesi, la seconda edizione del Drama Series Pitching Forum e, per la prima volta, gli Italian TV Upfront. MIA DOC,un boutique market al servizio delle aziende italiane, una piattaforma selettiva ed efficiente a sostegno delle co-produzioni e della distribuzione di documentari e factual. Focus del MIA DOC Co-production Market & Pitching Forumnel 2017è l'investigative, current affairs e human interest.

MIA 2017 conferma anche alcuni programmi speciali: YAS (Young adult spotlight) è uno spazio che si snoda in maniera trasversale tra cinema e TV segnalando nei diversi segmenti presenti al MIA il prodotto kids&teens e young adult nelle varie fasi di sviluppo e con diverse declinazioni: dai pitch ai panel, agli screenings di mercatoa vere e proprie anteprime. Protagonista di YAS quest'anno sarà la graphic novel. Un'altra sezione speciale è dedicata all'animazione, tra le forme più efficaci e innovative della narrazione cine-audiovisiva.

I PREMI

Riconoscendo a MIA un importante ruolo nel sostegno alle co-produzioni e alle relazioni di business intorno ai grandi progetti internazionali, il Fondo Eurimages conferma per il terzo anno di seguito il Premio al Miglior progetto di MIA Cinema. EDI Effetti Digitali Italiani(azienda leader nel settore dei VFX) inaugura il MIA EDI Visionary Award, un premio dedicato a quei progetti di cinema, serie tv e documentario che si contraddistinguono per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi. Tra gli eventi ospitati dal MIA 2017 spicca anche la VI^ edizione del Premio Carlo Bixio: i giovani autori di età compresa tra i 18 ed i 30 anni sono chiamati a cimentarsi in un progetto di serialità senza limiti di genere, con qualità di internazionalizzazione.

MIA – Mercato Internazionale Audiovisivo 2017: dal 19 al 23 ottobre a Roma al Distretto Barberini, ecco il programma



MIA – Mercato Internazionale Audiovisivo torna con la sua terza edizione a Roma dal 19 al 23 ottobre 2017.

Con 1500 accreditati da 58 Paesi nelle precedenti edizioni, MIA è l'appuntamento esclusivo per i produttori e distributori di contenuti, film e serie televisive transnazionali e di alto valore industriale, affermatosi allo stesso tempo come un volano importante per promuovere la capacità produttiva, il sistema audiovisivo italiano, il know-how e le expertise del nostro paese a livello internazionale.

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

Per l'edizione 2017 cambia anche l'identità visiva con un nuovo claim, **Matching Excellence** e un nuovo logo. Entrambi sottolineano il posizionamento che il mercato ha assunto nel panorama degli appuntamenti internazionali dedicati all'industria audiovisiva: quello di un hub frequentato dai leader del mercato dove l'eccellenza italiana è protagonista.

Tra le altre novità di questa edizione, la location: il MIA vivrà le proprie attività **nel "distretto" di Piazza Barberini**, da Palazzo Barberini, all'Hotel Bernini Bristol, al Cinema Barberini.

MIA è finanziato da Ministero dello Sviluppo Economico, ICE, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, Regione Lazio, e dal programma MEDIA. Tra i partner la Fondazione Cinema per Roma e il Fondo Eurimages del Consiglio d'Europa. MIA si avvale di un comitato editoriale che comprende, oltre ad ANICA e APT: Cartoon IT, 100 Autori, Italian Film Commissions, UNEFA.

IL PROGRAMMA

Tre le sezioni previste per l'edizione 2017: **MIACINEMA**, un mercato di co-produzione che ha accompagnato, fino alla realizzazione, più del 50% dei progetti selezionati nel corso delle passate edizioni e una piattaforma di riferimento per l'industria europea nella stagione autunnale, dove vedere e acquistare le produzioni più recenti del cinema indipendente e di qualità con 120 proiezioni in 4 giorni, oltre che la vetrina What's Next Italy. **MIATV**, un appuntamento selezionato di alto profilo per l'industria televisiva mondiale, con l'obiettivo principale di favorire il confronto e il networking, partnership, accordi e nuove opportunità di business in un momento di profonda trasformazione dell'industria italiana. Tra gli appuntamenti più attesi, la seconda edizione del Drama Series Pitching Forum e, per la prima volta, gli Italian TV Upfront. **MIA DOC**,un boutique market al servizio delle aziende italiane, una piattaforma selettiva ed efficiente a sostegno delle co-produzioni e della distribuzione di documentari e factual. Focus del MIA DOC Co-production Market & Pitching Forumnel 2017è l'investigative, current affairs e human interest.

MIA 2017 conferma anche alcuni **programmi speciali**: YAS (Young adult spotlight) è uno spazio che si snoda in maniera trasversale tra cinema e tv segnalando nei diversi segmenti presenti al MIA il prodotto kids&teens e young adult nelle varie fasi di sviluppo e con diverse declinazioni: dai pitch ai panel, agli screenings di mercatoa vere e proprie anteprime. Protagonista di YAS quest'anno sarà la graphic novel. Un'altra sezione speciale è dedicata all'**animazione**, tra le forme più efficaci e innovative della narrazione cine-audiovisiva.

I PREMI

Riconoscendo a MIA un importante ruolo nel sostegno alle co-produzioni e alle relazioni di business intorno ai grandi progetti internazionali, il **Fondo Eurimages** conferma per il terzo anno di seguito il **Premio al Miglior Progetto di MIA Cinema**.
EDI Effetti Digitali Italiani (azienda leader nel settore dei VFX) inaugura il **MIA EDI Visionary Award**, un premio dedicato a quei progetti di cinema, serie tv e documentario che si contraddistinguono per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi.
Tra gli eventi ospitati dal MIA 2017 spicca anche la VI edizione del **Premio Carlo Bixio**: i giovani autori di età compresa tra i 18 ed i 30 anni sono chiamati a cimentarsi in un progetto di serialità senza limiti di genere, con qualità di internazionalizzazione.

MIA – Mercato Internazionale Audiovisivo 2017 *è stato presentato oggi a Roma alla presenza di* ***Carlo Calenda*** *(Ministro Sviluppo Economico),* ***Nicola Zingaretti*** *(Presidente Regione Lazio),* ***Giampaolo D'Andrea*** *(Ministero Beni e Attività Culturali e Turismo),* ***Francesco Rutelli*** *(Presidente ANICA),* ***Giancarlo Leone*** *(Presidente APT) e* ***Lucia Milazzotto*** *(Direttore Editoriale MIA).*

realscreen

Extra: Dave gets "Don't Say It"; MIA Market to return



Dave orders Stellify's *Don't Say It*

British multi-channel broadcaster UKTV has ordered a street-based gameshow for its entertainment channel Dave.

Produced by Stellify Media and based on an original Spanish format from Phileas Productions, *Don't Say It, Bring It* (20×30'; pictured) will set up in cities across the UK to challenge individuals to answer questions correctly by bringing back objects found within each varying location, in return for cash prizes. The series will be hosted by Irish comedian Jason Byrne.

Ordered by UKTV's director of commissioning **Richard Watsham** and Dave GM **Steve North**, the series will head into production this summer and is slated to broadcast across Dave later this year.

The series was commissioned by **Helen Nightingale** who will also exec for UKTV.

Stellify Media's **Kieran Doherty**, Matthew Worthy and Chris Jones will executive produce alongside series producer and director Stuart Locke.

Armoza's "People's Choice" licensed in India

Israeli producer-distributor Armoza Formats has sent its social media-inspired primetime format ***The People's Choice*** to the South Asian country of India.

The series asks viewers to choose between situations such as "a week without showering or a week without your smartphone." Once viewers have voted, an in-studio audience is tasked with guessing the most popular response for a chance to win cash prizes.

The People's Choice — which originated from a development partnership between Armoza and French broadcaster TF1 — will be produced by leading Indian prodco Big Synergy.

Thirty-six episodes of the interactive format are slated to air beginning later this month for general entertainment channel Asianet. The series will air three times per week and is hosted by Indian actor Gavathri Arun.

Mercato Internazionale Audiovisivo returns in October

The third annual Mercato Internazionale Audiovisivo (MIA) is slated to return to the center of Rome this October.

With 1,500 participants from 58 countries attending the event in the past two editions, MIA is slated to superserve key producers and distributors of the film, TV and documentary industry by providing a location to establish and reinforce business relationships between global market leaders "where the Italian excellence is the major player."

The annual event also serves as a platform to buy and sell content based on four main market assets: matchmaking; co-production and pitching forum; panel and talks; and screenings.

The Italian marketplace was created, developed and produced by the Italian Association of Film Industries (ANICA) and the Italian Association of Television Producers (APT).

The third edition of MIA will take place in Rome's Piazza Barberini and runs Oct. 19-23. For more information on the market, **visit MIA's website**.

AUDIOVISIVO: LA REGIONE AL MIA, MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO



Dalla produzione alla fruizione, dalla scelta delle location alla promozione nei mercati internazionali: il Lazio protagonista al Mia, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo. Un'azione a tutto campo per sviluppare una delle principali vocazioni del nostro territorio e dell'intero Paese

10/07/2017 - La Regione Lazio presente da protagonista alla terza edizione del Mia, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo: si tratta di un settore in cui la Regione Lazio sta investendo molto. 22mln di euro le risorse investite nei diversi segmenti dell'audiovisivo: dalla produzione alla fruizione, dalla scelta delle location alla promozione nei mercati internazionali, anzitutto tramite il sostegno alle coproduzioni. Un'azione a tutto campo per sviluppare una delle principali vocazioni del nostro territorio e dell'intero Paese. Il Lazio, tra l'altro, è la prima regione italiana per investimenti in questo settore, tra le prime tre al livello europeo.

L'impegno della Regione per dare un nuovo impulso allo sviluppo del settore:

La creazione di un sistema coeso per fare del Lazio un punto di riferimento nazionale per lo sviluppo dell'audiovisivo. I numeri dicono che questo sistema ora esiste e sta crescendo. Per questo è stato importante il dialogo con il Governo e in particolare con il Ministero dello Sviluppo e con il Mibact, che hanno accompagnato e sostenuto lo sforzo della Regione Lazio. Il Mia è uno dei frutti più importanti di questa collaborazione.

Le altre azioni:

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

Sostenere la vocazione internazionale: il terzo importante obiettivo è quello di sviluppare la vocazione internazionale del settore moltiplicando le occasioni per collocare l'audiovisivo del Lazio in una dimensione internazionale. Il tutto con iniziative inedite, come il bando sulle coproduzioni; con una presenza stabile nelle più importanti fiere internazionali.

I primi risultati concreti: nel primo trimestre del 2017 l'export del Lazio di "prodotti delle attività di produzione cinematografica, video e programmi televisivi, registrazioni musicali e sonore" è aumentato del 43% rispetto al primo trimestre 2016 (dato Istat).

La Regione Lazio al Mia:

Il nuovo bando "Lazio Cinema International": avrà sempre una dotazione di 10 milioni, come nelle precedenti edizioni, e sarà diviso in due finestre da 5 milioni. Tutte le informazioni sul bando e sulle attività ad esso connesse saranno presentate nel nostro stand. Intanto, è ancora attiva la possibilità di presentare progetti per la seconda finestra del bando 2016, aperta fino al 31 luglio.

Favoriamo gli incontri con coproduttori esteri: grazie all'intervento della Regione Lazio sarà ulteriormente potenziata la parte del mercato finalizzata alla sigla di contratti per la realizzazione di film in coproduzione. L'obiettivo è sostenere le produzioni laziali per lavorare nelle grandi coproduzioni internazionali e per valorizzare il "girato" nel Lazio coinvolgendo l'intera filiera (dalle industrie tecniche alla post produzione).

Mappatura completa e App per valorizzare le location: saranno realizzati strumenti di comunicazione per la promozione delle location laziali come potenziali set di film italiani ed esteri. Insieme alla Roma Lazio film Commission è stata avviata una mappatura costante del territorio, con particolare attenzione alle 2.000 location del Lazio che sono già consultabili online su romaLaziofilmcommission.it.

Novità assoluta è la app "location360", che consente di visitare le affascinanti location di Roma e del Lazio in un'esperienza di realtà virtuale a 360°. Un'altra buona notizia: il 20 luglio sarà presentato il bando "Creatività 2020". 9,2 milioni di euro per sostenere lo sviluppo delle industrie creative digitali e dell'audiovisivo, nell'ambito del riposizionamento competitivo del tessuto produttivo laziale.

"Abbiamo costruito una politica dell'audiovisivo, finanziata con 22 milioni l'anno di contributi. Il Lazio, in questo, è la seconda regione dell'Ue per sostegno all'audiovisivo, dopo Berlino e prima di Parigi, con cui siamo in contatto –così il presidente, **Nicola Zingaretti**, che ha aggiunto: abbiamo superato un sistema a canne d'organo, abbiamo una 'task force' dell'audiovisivo e la grande forza della programmazione dei fondi europei 2014-20 a sostegno delle politiche di network. Nel primo trimestre del 2017 l'export di questo settore è aumentato del 43 % rispetto allo scorso anno, un risultato anche figlio di un sistema che ha trovato forza e dovrà aumentarla".

Regioni.it

CULTURA. ZINGARETTI: VOGLIAMO DARE UNA MANO AL MIA, INSIEME PIÙ FORTI

"LAZIO SECONDA REGIONE UE PER SOSTEGNO AD AUDIOVISIVO"

(DIRE) Roma, 10 lug. - Durante la conferenza stampa di presentazione della terza edizione del Mia-Mercato internazionale audiovisivo, presso l'Hotel Bristol in piazza Barberini a Roma, il presidente della Regione Lazio, Nicola Zingaretti, ha fatto il punto su quanto fatto nel campo dell'audiovisivo: "Noi vogliamo dare una mano al Mia, ed essere presenti con l'obiettivo di far trovare a questa manifestazione un habitat amichevole, costruendo un network di collaborazione che superi l'idea, vecchia, di mettere in concorrenza le 'perle' che abbiamo. Abbiamo sempre collaborato per costruire un sistema, e avere tante ricchezze puo' non essere una forza, se queste sono isolate. Abbiamo costruito una politica dell'audiovisivo- ha spiegato Zingaretti- finanziata con 22 milioni l'anno di contributi. Il Lazio, in questo, e' la seconda regione dell'Ue per sostegno all'audiovisivo, dopo Berlino e prima di Parigi, con cui siamo in contatto. Tutto cio' che accade nel Lazio deve trovare un sistema di attori pubblici e privati con una Regione che tenta di essere sistema e di rafforzarlo. Abbiamo superato un sistema a canne d'organo, abbiamo una 'task force' dell'audiovisivo e la grande forza della programmazione dei fondi europei 2014-20 a sostegno delle politiche di network. Nel primo trimestre del 2017- ha concluso Zingaretti- l'export di questo settore e' aumentato del 43 per cento rispetto allo scorso anno, un risultato anche figlio di un sistema che ha trovato forza e dovra' aumentarla".
(Ago/Dire)
13:26 10-07-17

CHI SIAMO | REDA

ROMA DAILY NEWS

AL VIA A ROMA LA TERZA EDIZIONE DEL MIA

MIA Mercato Internazionale Audiovisivo torna con la sua terza edizione a Roma dal 19 al 23 ottobre 2017.

Con 1500 accreditati da 58 Paesi nelle precedenti edizioni, MIA è l'appuntamento esclusivo per i produttori e distributori di contenuti, film e serie televisive transnazionali e di alto valore industriale, affermatosi allo stesso tempo come un volano importante per promuovere la capacità produttiva, il sistema audiovisivo italiano, il know-how e le expertise del nostro paese a livello internazionale.

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

Per l'edizione 2017 cambia anche l'identità visiva con un nuovo claim, Matching Excellence e un nuovo logo. Entrambi sottolineano il posizionamento che il mercato ha assunto nel panorama degli appuntamenti internazionali dedicati all'industria audiovisiva: quello di un hub frequentato dai leader del mercato dove l'eccellenza italiana è protagonista.

Tra le altre novità di questa edizione, la location: il MIA vivrà le proprie attività nel "distretto" di Piazza Barberini, da Palazzo Barberini, all'Hotel Bernini Bristol, al Cinema Barberini.

MIA è finanziato da Ministero dello Sviluppo Economico, ICE, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, Regione Lazio, e dal programma MEDIA. Tra i partner la Fondazione Cinema per Roma e il Fondo Eurimages del Consiglio d'Europa. MIA si avvale di un comitato editoriale che comprende, oltre ad ANICA e APT: Cartoon IT, 100 Autori, Italian Film Commissions, UNEFA.



IL PROGRAMMA

Tre le sezioni previste per l'edizione 2017: MIACINEMA, un mercato di co-produzione che ha accompagnato, fino alla realizzazione, più del 50% dei progetti selezionati nel corso delle passate

edizioni e una piattaforma di riferimento per l'industria europea nella stagione autunnale, dove vedere e acquistare le produzioni più recenti del cinema indipendente e di qualità con 120 proiezioni in 4 giorni, oltre che la vetrina What's Next Italy.MIATV, un appuntamento selezionato di alto profilo per l'industria televisiva mondiale, con l'obiettivo principale di favorire il confronto e il networking, partnership, accordi e nuove opportunità di business in un momento di profonda trasformazione dell'industria italiana. Tra gli appuntamenti più attesi, la seconda edizione del Drama Series Pitching Forum e, per la prima volta, gli Italian TV Upfront. MIA DOC,un boutique market al servizio delle aziende italiane, una piattaforma selettiva ed efficiente a sostegno delle co-produzioni e della distribuzione di documentari e factual. Focus del MIA DOC Co-production Market & Pitching Forumnel 2017è l'investigative, current affairs e human interest.

MIA 2017 conferma anche alcuni programmi speciali: YAS (Young adult spotlight) è uno spazio che si snoda in maniera trasversale tra cinema e TV segnalando nei diversi segmenti presenti al MIA il prodotto kids&teens e young adult nelle varie fasi di sviluppo e con diverse declinazioni: dai pitch ai panel, agli screenings di mercatoa vere e proprie anteprime. Protagonista di YAS quest'anno sarà la graphic novel. Un'altra sezione speciale è dedicata all'animazione, tra le forme più efficaci e innovative della narrazione cine-audiovisiva.

I PREMI

Riconoscendo a MIA un importante ruolo nel sostegno alle co-produzioni e alle relazioni di business intorno ai grandi progetti internazionali, il Fondo Eurimages conferma per il terzo anno di seguito il Premio al Miglior progetto di MIA Cinema. EDI Effetti Digitali Italiani(azienda leader nel settore dei VFX) inaugura il MIA EDI Visionary Award, un premio dedicato a quei progetti di cinema, serie tv e documentario che si contraddistinguono per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi. Tra gli eventi ospitati dal MIA 2017 spicca anche la VI^ edizione del Premio Carlo Bixio: i giovani autori di età compresa tra i 18 ed i 30 anni sono chiamati a cimentarsi in un progetto di serialità senza limiti di genere, con qualità di internazionalizzazione.

RS Roma Sociale.com
Free press online sul welfare nella capitale

'MATCHING EXCELLENCE' DAL 19 AL 23 OTTOBRE TORNA A ROMA IL "MIA"



Si svolgerà dal **19 al 23 ottobre** la terza edizione del **Mercato Internazionale Audiovisivo (Mia)**, la convention dedicata ai produttori e i distributori di film e serie tv organizzata da Anica e Apt. Associazioni di categoria e imprenditori del settore audiovisivo si incontreranno nel **'distretto' di piazza Barberini**, tra il cinema e il Palazzo omonimi e l'Hotel Bristol, per discutere della promozione dei prodotti italiani sul mercato internazionale.

Alla conferenza stampa di presentazione, che si è tenuta presso l'Hotel Bristol, hanno partecipato, tra gli altri, il presidente della regione Lazio Nicola Zingaretti, il Ministro dello Sviluppo economico, Carlo Calenda e Francesco Rutelli Presidente dell'Anica.

"Abbiamo deciso di puntare tutti insieme sul Mia. – ha detto il Ministro **Calenda** – Abbiamo mantenuto la parola portando l'evento al triennio, ora mi impegnerò a mettere il progetto nella prossima legge di bilancio".

"Noi vogliamo dare una mano al Mia, ed essere presenti – afferma il presidente della Regione Lazio Nicola **Zingaretti** – con l'obiettivo di far trovare a questa manifestazione un habitat amichevole, costruendo un network di collaborazione che superi l'idea, vecchia, di mettere in concorrenza le 'perle' che abbiamo. Abbiamo sempre collaborato per costruire un sistema, e avere tante ricchezze può non essere una forza, se queste sono isolate".

'Matching Excellence' è lo slogan scelto per questa terza edizione del Mia, che vedrà 1.500 partecipanti accreditati, provenienti da 58 Paesi. L'iniziativa è finanziata dal Ministero dello Sviluppo Economico, il Mibact, l'Istituto del Commercio Estero, la Regione Lazio e dal programma Media. Tre le sezioni in programma per la terza edizione del Mia: **Cinema, Tv e Doc**. Gli organizzatori sottolineano che più del 50% dei progetti cinematografici selezionati nelle scorse edizioni è stato accompagnato fino alla produzione.

spettacolinews



MIA Mercato Internazionale Audiovisivo torna con la sua terza edizione a Roma dal 19 al 23 ottobre 2017

Con 1500 accreditati da 58 Paesi nelle precedenti edizioni, MIA è **l'appuntamento esclusivo per i produttori e distributori di contenuti, film e serie televisive transnazionali e di alto valore industriale**, affermatosi allo stesso tempo come un **volano importante per promuovere la capacità produttiva, il sistema audiovisivo italiano, il know-how e le expertise del nostro paese a livello internazionale.**

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

Per l'edizione 2017 cambia anche l'identità visiva con un nuovo claim, **Matching Excellence** e un nuovo logo. Entrambi sottolineano il posizionamento che il mercato ha assunto nel panorama degli appuntamenti internazionali dedicati all'industria audiovisiva: quello di un hub frequentato dai leader del mercato dove l'eccellenza italiana è protagonista.

Tra le altre novità di questa edizione, la location: il MIA vivrà le proprie attività nel **"distretto" di Piazza Barberini**, da Palazzo Barberini, all'Hotel Bernini Bristol, al Cinema Barberini.

MIA è finanziato da **Ministero dello Sviluppo Economico**, **ICE**, **Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo**, **Regione Lazio**, e dal programma **MEDIA**. Tra i partner la **Fondazione Cinema per Roma** e il Fondo **Eurimages** del Consiglio d'Europa. MIA si avvale di un comitato editoriale che comprende, oltre ad ANICA e APT: **Cartoon IT, 100 Autori, Italian Film Commissions, UNEFA.**

IL PROGRAMMA

Tre le sezioni previste per l'edizione 2017: **MIACINEMA**, un mercato di co-produzione che ha accompagnato, fino alla realizzazione, **più del 50% dei progetti selezionati nel corso delle passate edizioni** e una piattaforma di riferimento per l'industria europea nella stagione autunnale, dove vedere e acquistare le produzioni più recenti del cinema indipendente e di qualità con 120 proiezioni in 4 giorni, oltre che la vetrina *What's Next Italy*. **MIATV, un appuntamento selezionato di alto profilo** per l'industria televisiva mondiale, con l'obiettivo principale di favorire il confronto e il networking, partnership, accordi e nuove opportunità di business in un momento di profonda trasformazione dell'industria italiana. Tra gli appuntamenti più attesi, la seconda edizione del **Drama Series Pitching Forum** e, per la prima volta, gli **Italian TV Upfront**. **MIA DOC,**un boutique market al servizio delle aziende italiane, una piattaforma selettiva ed efficiente a sostegno delle co-produzioni e della distribuzione di documentari e factual. Focus del MIA DOC Co-production Market & Pitching Forumnel 2017è **l'investigative, current affairs e human interest**.

MIA 2017 conferma anche alcuni **programmi speciali**: YAS (Young adult spotlight) è uno spazio che si snoda in maniera trasversale tra cinema e TV segnalando nei diversi segmenti presenti al MIA il prodotto *kids&teens e young adult* nelle varie fasi di sviluppo e con diverse declinazioni: dai pitch ai panel, agli screenings di mercatoa vere e proprie anteprime. Protagonista di YAS quest'anno sarà la *graphic novel*. Un'altra sezione speciale è dedicata all'**animazione**, tra le forme più efficaci e innovative della narrazione cine-audiovisiva.

I PREMI

Riconoscendo a MIA un importante ruolo nel sostegno alle co-produzioni e alle relazioni di business intorno ai grandi progetti internazionali, il **Fondo Eurimages** conferma per il terzo anno di seguito il **Premio al Miglior progetto di MIA Cinema. EDI Effetti Digitali Italiani**(azienda leader nel settore dei VFX) inaugura il **MIA EDI Visionary Award**, un premio dedicato a quei progetti di cinema, serie tv e documentario che si contraddistinguono per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi. Tra gli eventi ospitati dal MIA 2017 spicca anche la VI^ edizione del **Premio Carlo Bixio**: i giovani autori di età compresa tra i 18 ed i 30 anni sono chiamati a cimentarsi in un progetto di serialità senza limiti di genere, con qualità di internazionalizzazione.



SPOT and WEB

Gerundio vince la gara per la comunicazione globale del MIA

Gerundio si è aggiudicata la gara indetta dal MIA (Mercato Internazionale Audiovisivo) e si occuperà dello sviluppo di concept e immagine della campagna di comunicazione, dell'ideazione e progettazione di tutti i materiali video e degli allestimenti, dell'ideazione e design dei materiali per le campagne di comunicazione esterna ATL e BTL.



Il nuovo marchio disegnato da Gerundio accompagna il nuovo payoff ***Matching Excellence***, studiato per valorizzare e sottolineare la valenza del MIA come primo *hub* italiano per tutti i segmenti del prodotto audiovisivo (Cinema, TV, Doc). Inoltre Gerundio ha realizzato il nuovo sito web volto a lanciare la terza

edizione del MIA che si terrà a Roma dal 19 al 23 Ottobre 2017, appuntamento che segnerà un importante punto di svolta per il mercato nazionale ed internazionale dell'audiovisivo dove produttori e distributori di contenuti avranno a disposizione uno strumento unico per affermare la centralità dell'industria dell'audiovisivo e apprezzare il ruolo fondamentale della produzione italiana.

"Siamo orgogliosi – dichiara Andrea Sebastiani – *di poter lavorare su questo progetto che da un lato amplia il parterre di clienti internazionali della nostra agenzia e dall'altro ci permetterà di accompagnare un marchio importante come il MIA verso il raggiungimento del suo ambizioso obiettivo di posizionarsi tra i primi e principali mercati del mondo, come luogo di incontro privilegiato in cui incontrare i più prestigiosi e importanti partner per lo sviluppo industriale di film, serie drama, documentari, factual e animazione. Questo* – conclude Sebastiani – *in un'ottica di valorizzazione dell'eccellenza italiana".*

MIA, Mercato internazionale audiovisivo: dal 19 al 23 ottobre a Roma

L'appuntamento esclusivo per i produttori e distributori di contenuti, film e serie televisive transnazionali e di alto valore industriale.



Con 1500 accreditati da 58 Paesi nelle precedenti edizioni, MIA è **l'appuntamento esclusivo per i produttori e distributori di contenuti, film e serie televisive transnazionali e di alto valore industriale**, affermatosi allo stesso tempo come un **volano importante per promuovere la capacità produttiva, il sistema audiovisivo italiano, il know-how e le expertise del nostro paese a livello internazionale.**

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

Per l'edizione 2017 cambia anche l'identità visiva con un nuovo claim, **Matching Excellence** e un nuovo logo. Entrambi sottolineano il posizionamento che il mercato ha assunto nel panorama degli appuntamenti internazionali dedicati all'industria audiovisiva: quello di un hub frequentato dai leader del mercato dove l'eccellenza italiana è protagonista.

Tra le altre novità di questa edizione, la location: il MIA vivrà le proprie attività nel **"distretto" di Piazza Barberini**, da Palazzo Barberini, all'Hotel Bernini Bristol, al Cinema Barberini.

MIA è finanziato da **Ministero dello Sviluppo Economico**, **ICE**, **Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo**, **Regione Lazio**, e dal programma **MEDIA**. Tra i partner la **Fondazione Cinema per Roma** e il Fondo **Eurimages** del Consiglio d'Europa. MIA si avvale di un comitato editoriale che comprende, oltre ad ANICA e APT: **Cartoon IT, 100 Autori, Italian Film Commissions, UNEFA.**

IL PROGRAMMA

Tre le sezioni previste per l'edizione 2017: **MIACINEMA**, un mercato di co-produzione che ha accompagnato, fino alla realizzazione, **più del 50% dei progetti selezionati nel corso delle passate edizioni** e una piattaforma di riferimento per l'industria europea nella stagione autunnale, dove vedere e acquistare le produzioni più recenti del cinema indipendente e di qualità con 120 proiezioni in 4 giorni, oltre che la vetrina *What's Next Italy*. **MIATV, un appuntamento selezionato di alto profilo** per l'industria televisiva mondiale, con l'obiettivo principale di favorire il confronto e il networking, partnership, accordi e nuove opportunità di business in un momento di profonda trasformazione dell'industria italiana.

Tra gli appuntamenti più attesi, la seconda edizione del **Drama Series Pitching Forum** e, per la prima volta, gli **Italian TV Upfront**. **MIA DOC,**un boutique market al servizio delle aziende italiane, una piattaforma selettiva ed efficiente a sostegno delle co-produzioni e della distribuzione di documentari e factual. Focus del MIA DOC Co-production Market & Pitching Forumnel 2017è**l'investigative, current affairs e human interest**.

MIA 2017 conferma anche alcuni **programmi speciali**: YAS (Young adult spotlight) è uno spazio che si snoda in maniera trasversale tra cinema e TV segnalando nei diversi segmenti presenti al MIA il prodotto *kids&teens e young adult* nelle varie fasi di sviluppo e con diverse declinazioni: dai pitch ai panel, agli screenings di mercatoa vere e proprie anteprime. Protagonista di YAS quest'anno sarà la *graphic novel*. Un'altra sezione speciale è dedicata all'**animazione**, tra le forme più efficaci e innovative della narrazione cine-audiovisiva.

I PREMI

Riconoscendo a MIA un importante ruolo nel sostegno alle co-produzioni e alle relazioni di business intorno ai grandi progetti internazionali, il **Fondo Eurimages** conferma per il terzo anno di seguito il **Premio al Miglior progetto di MIA Cinema. EDI Effetti Digitali Italiani**(azienda leader nel settore dei VFX) inaugura il **MIA EDI Visionary Award**, un premio dedicato a quei progetti di cinema, serie tv e documentario che si contraddistinguono per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi. Tra gli eventi ospitati dal MIA 2017 spicca anche la VI^ edizione del **Premio Carlo Bixio**: i giovani autori di età compresa tra i 18 ed i 30 anni sono chiamati a cimentarsi in un progetto di serialità senza limiti di genere, con qualità di internazionalizzazione.

Al via il MIA - Mercato Internazionale Audiovisivo 2017: dal 19 al 23 ottobre a Roma al Distretto Barberini. Ecco programma, premi e attività

MIA - MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO

LA TERZA EDIZIONE A ROMA DAL 19 AL 23 OTTOBRE 2017

IL DISTRETTO BARBERINI SARA'IL PUNTO D'INCONTRO PER I KEY-PLAYER DELL'INDUSTRIA DEL CINEMA, TV E DOCUMENTARIO



MIA Mercato Internazionale Audiovisivo torna con la sua terza edizione a Roma dal 19 al 23 ottobre 2017.

Con 1500 accreditati da 58 Paesi nelle precedenti edizioni, **MIA** è l'appuntamento esclusivo per i produttori e distributori di contenuti, film e **serie televisive** transnazionali e di alto valore industriale, affermatosi allo stesso tempo come un volano importante per promuovere la capacità produttiva, il sistema audiovisivo italiano, il know-how e le expertise del nostro paese a livello internazionale.

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

Per l'edizione 2017 cambia anche l'identità visiva con un nuovo claim, Matching Excellence e un nuovo logo. Entrambi sottolineano il posizionamento che il mercato ha assunto nel panorama degli appuntamenti internazionali dedicati all'industria audiovisiva: quello di un hub frequentato dai leader del mercato dove l'eccellenza italiana è protagonista.

Tra le altre novità di questa edizione, la location: il MIA vivrà le proprie attività nel "distretto" di Piazza Barberini, da Palazzo Barberini, all'Hotel Bernini Bristol, al Cinema Barberini.

MIA è finanziato da Ministero dello Sviluppo Economico, ICE, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, Regione Lazio, e dal programma MEDIA. Tra i partner la Fondazione Cinema per Roma e il Fondo Eurimages del Consiglio d'Europa. MIA si avvale di un comitato editoriale che comprende, oltre ad ANICA e APT: Cartoon IT, 100 Autori, Italian Film Commissions, UNEFA.

IL PROGRAMMA

Tre le sezioni previste per l'edizione 2017: **MIACINEMA**, un mercato di co-produzione che ha accompagnato, fino alla realizzazione, più del 50% dei progetti selezionati nel corso delle passate edizioni e una piattaforma di riferimento per l'industria europea nella stagione autunnale, dove vedere e acquistare le produzioni più recenti del cinema indipendente e di qualità con 120 proiezioni in 4 giorni, oltre che la vetrina What's Next Italy. **MIATV**, un appuntamento selezionato di alto profilo per l'industria televisiva mondiale, con l'obiettivo principale di favorire il confronto e il networking, partnership, accordi e nuove opportunità di business in un momento di profonda trasformazione dell'industria italiana. Tra gli appuntamenti più attesi, la seconda edizione del Drama Series Pitching Forum e, per la prima volta, gli **Italian TV Upfront**. **MIA DOC**,un boutique market al servizio delle aziende italiane, una piattaforma selettiva ed efficiente a sostegno delle co-produzioni e della distribuzione di documentari e factual. Focus del MIA DOC Co-production Market & Pitching Forumnel 2017è l'investigative, current affairs e human interest.

MIA 2017 conferma anche alcuni programmi speciali: YAS (Young adult spotlight) è uno spazio che si snoda in maniera trasversale tra cinema e TV segnalando nei diversi segmenti presenti al MIA il prodotto kids&teens e young adult nelle varie fasi di sviluppo e con diverse declinazioni: dai pitch ai panel, agli screenings di mercatoa vere e proprie anteprime. Protagonista di YAS quest'anno sarà la graphic novel. Un'altra sezione speciale è dedicata all'animazione, tra le forme più efficaci e innovative della narrazione cine-audiovisiva.

I PREMI

Riconoscendo a MIA un importante ruolo nel sostegno alle co-produzioni e alle relazioni di business intorno ai grandi progetti internazionali, il Fondo Eurimages conferma per il terzo anno di seguito il Premio al Miglior progetto di MIA Cinema. EDI Effetti Digitali Italiani(azienda leader nel settore dei VFX) inaugura il MIA EDI Visionary Award, un premio dedicato a quei progetti di cinema, serie tv e documentario che si contraddistinguono per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi. Tra gli eventi ospitati dal MIA 2017 spicca anche la VI^ edizione del Premio Carlo Bixio: i giovani autori di età compresa tra i 18 ed i 30 anni sono chiamati a cimentarsi in un progetto di serialità senza limiti di genere, con qualità di internazionalizzazione.

Calenda: ho sempre escluso mia discesa in politica



Roma, 10 lug. (askanews) - Una discesa in politica "l'ho esclusa da sempre e sempre negli stessi termini e sempre per le stesse ragioni, con un piccolo dettaglio che io oggi faccio il ministro e quindi dico delle cose che sono anche politiche, ma questo finisce con questa legislatura". Così il ministro dello Sviluppo economico, Carlo Calenda, a margine della presentazione della terza edizione del Mia, il Mercato internazionale audiovisivo."La mia area di riferimento politico è Paolo Gentiloni", ha poi aggiunto.

YAHOO! NOTIZIE

Audiovisivo, Zingaretti: Regione Lazio vicina al settore

Roma, 10 lug. (askanews) - "Noi vogliamo dare una mano al Mia, ed essere presenti con l'obiettivo di far trovare a questa manifestazione un habitat amichevole, costruendo un network di collaborazione che superi l'idea, vecchia, di mettere in concorrenza le 'perle' che abbiamo". Così il presidente della Regione Lazio, Nicola Zingaretti, in occasione della presentazione della terza edizione del Mia, il Mercato internazionale audiovisivo. "Abbiamo sempre collaborato per costruire un sistema, e avere tante ricchezze può non essere una forza, se queste sono isolate. Abbiamo costruito una politica dell'audiovisivo, finanziata con 22 milioni l'anno di contributi. Il Lazio, in questo, è la seconda regione dell'Ue per sostegno all'audiovisivo, dopo Berlino - ha aggiunto - e prima di Parigi, con cui siamo in contatto. Tutto ciò che accade nel Lazio deve trovare un sistema di attori pubblici e privati con una Regione che tenta di essere sistema e di rafforzarlo. Abbiamo superato un sistema a canne d'organo, abbiamo una 'task force' dell'audiovisivo e la grande forza della programmazione dei fondi europei 2014-20 a sostegno delle politiche di network".

mediakey.tv

Al via il MIA - Mercato Internazionale Audiovisivo 2017: dal 19 al 23 ottobre a Roma al Distretto Barberini. Ecco programma, premi e attività

MIA Mercato Internazionale Audiovisivo torna con la sua terza edizione a Roma dal 19 al 23 ottobre 2017.

Con 1500 accreditati da 58 Paesi nelle precedenti edizioni, MIA è l'appuntamento esclusivo per i produttori e distributori di contenuti, film e serie televisive transnazionali e di alto valore industriale, affermatosi allo stesso tempo come un volano importante per promuovere la capacità produttiva, il sistema audiovisivo italiano, il know-how e le expertise del nostro paese a livello internazionale.

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

Per l'edizione 2017 cambia anche l'identità visiva con un nuovo claim, Matching Excellence e un nuovo logo. Entrambi sottolineano il posizionamento che il mercato ha assunto nel panorama degli appuntamenti internazionali dedicati all'industria audiovisiva: quello di un hub frequentato dai leader del mercato dove l'eccellenza italiana è protagonista.

Tra le altre novità di questa edizione, la location: il MIA vivrà le proprie attività nel "distretto" di Piazza Barberini, da Palazzo Barberini, all'Hotel Bernini Bristol, al Cinema Barberini.

MIA è finanziato da Ministero dello Sviluppo Economico, ICE, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, Regione Lazio, e dal programma MEDIA. Tra i partner la Fondazione Cinema per Roma e il Fondo Eurimages del Consiglio d'Europa. MIA si avvale di un comitato editoriale che comprende, oltre ad ANICA e APT: Cartoon IT, 100 Autori, Italian Film Commissions, UNEFA.

IL PROGRAMMA

Tre le sezioni previste per l'edizione 2017: MIACINEMA, un mercato di co-produzione che ha accompagnato, fino alla realizzazione, più del 50% dei progetti selezionati nel corso delle passate edizioni e una piattaforma di riferimento per l'industria europea nella stagione autunnale, dove vedere e acquistare le produzioni più recenti del cinema indipendente e di qualità con 120 proiezioni in 4 giorni, oltre che la vetrina What's Next Italy. MIATV, un appuntamento selezionato di alto profilo per l'industria televisiva mondiale, con l'obiettivo principale di favorire il confronto e il networking, partnership, accordi e nuove opportunità di business in un momento di profonda trasformazione dell'industria italiana. Tra gli appuntamenti più attesi, la seconda edizione del Drama Series Pitching Forum e, per la prima volta, gli Italian TV Upfront. MIA DOC,un boutique market al servizio delle aziende italiane, una piattaforma selettiva ed efficiente a sostegno delle co-produzioni e della distribuzione di documentari e factual. Focus del MIA DOC Co-production Market & Pitching Forumnel 2017è l'investigative, current affairs e human interest.

MIA 2017 conferma anche alcuni programmi speciali: YAS (Young adult spotlight) è uno spazio che si snoda in maniera trasversale tra cinema e TV segnalando nei diversi segmenti presenti al MIA il prodotto kids&teens e young adult nelle varie fasi di sviluppo e con diverse declinazioni: dai pitch ai panel, agli screenings di mercatoa vere e proprie anteprime. Protagonista di YAS quest'anno sarà la graphic novel. Un'altra sezione speciale è dedicata all'animazione, tra le forme più efficaci e innovative della narrazione cine-audiovisiva.

I PREMI

Riconoscendo a MIA un importante ruolo nel sostegno alle co-produzioni e alle relazioni di business intorno ai grandi progetti internazionali, il Fondo Eurimages conferma per il terzo anno di seguito il Premio al Miglior progetto di MIA Cinema. EDI Effetti Digitali Italiani(azienda leader nel settore dei VFX) inaugura il MIA EDI Visionary Award, un premio dedicato a quei progetti di cinema, serie tv e documentario che si contraddistinguono per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi. Tra gli eventi ospitati dal MIA 2017 spicca anche la VI^ edizione del Premio Carlo Bixio: i giovani autori di età compresa tra i 18 ed i 30 anni sono chiamati a cimentarsi in un progetto di serialità senza limiti di genere, con qualità di internazionalizzazione.

Expectativa por tercera edición del Mercato Internazionale Audiovisivo

Del 19 al 23 de octubre, la ciudad Roma será el punto de encuentro de 1500 participantes procedentes de 58 países, lo que convierte a MIA en una cita exclusiva para productores y distribuidores de contenido.



La tercera edición del Mercato Internazionale Audiovisivo (MIA) tendrá lugar en Roma del 19 al 23 de octubre de 2017. Con 1500 participantes procedentes de 58 países en las ediciones anteriores, el evento se ha convertido en una cita exclusiva para productores y distribuidores de contenidos de alto valor, películas y series de TV.

MIA es una plataforma para comprar y vender contenido basado en principales activos del mercado: matchmaking, co -producción y pitching

foro, panel y charlas, proyecciones. MIA también es reconocida como una fuerza motriz importante para la capacidad de producción del sistema audiovisual italiano a nivel internacional.

MIA es creada, desarrollada y producida por ANICA (Asociación Italiana de Cine) y APT (Asociación Italiana de Productores de Televisión). Por primera vez, las asociaciones profesionales participan directamente en el diseño del mercado. Sus participaciones hacen de **MIA una iniciativa que responde perfectamente a las necesidades de la industria y se convierte en una verdadera oportunidad de presentar el "Sistema Italiano" en el escenario internacional.**



Este año, el mercado tendrá un nuevo logotipo y un nuevo reclamo, Matching Excellence. Ambos destacan la posición que el mercado asume en el paisaje de las reuniones internacionales para la industria audiovisual: **un lugar donde establecer y reforzar las relaciones de negocios entre los líderes del mercado global donde la excelencia italiana es el actor principal.**

Una de las principales innovaciones de este año es el lugar: MIA llevará a cabo sus actividades en el "distrito" de Piazza Barberini, desde el Palazzo Barberini hasta el Hotel Bernini Bristol y el cine Barberini.

MIA cuenta con el apoyo del Ministerio de Desarrollo Económico, ICE, el Ministerio de Patrimonio Cultural y Actividades y Turismo, Regione Lazio y el Programa MEDIA. La Fondazione Cinema per Roma y el Fondo Eurimages del Consejo de Europa son socios de MIA. Su comité editorial está compuesto por: Anica, Apt, CartoonIT, 100 Autori, Comisiones Cinematográficas Italianas, UNEFA.



EL PROGRAMA

Este año habrá tres secciones: MIA CINEMA, un mercado de coproducción que lideró más de un 50% de los proyectos seleccionados durante las ediciones anteriores y una plataforma de referencia para la industria europea en otoño, donde ver y comprar las producciones más recientes de películas independientes de alta calidad con 120 proyecciones en 4 días, así como el escaparate What's Next Italy.

MIA TV, un lugar de encuentro de alto perfil para la industria global de la televisión con el objetivo principal de promover el debate, la creación de redes, las asociaciones, los acuerdos y las nuevas oportunidades de negocio en un momento de profundos cambios para la industria italiana. La segunda edición del Drama Series Pitching Forum y por primera vez, la TV italiana Upfront son dos de los eventos más esperados.

MIA DOC, una plataforma selectiva y eficaz de apoyo a las coproducciones y distribución de documentales y de televisión factual. Este año, MIA DOC se centrará en el tema de la investigación, la actualidad y el interés humano.

MIA 2017 también contará con dos programas especiales: YAS (spotlight de jóvenes adultos) pondrá un foco en los niños / adolescentes y adultos jóvenes contenidos con un enfoque especial en las novelas gráficas. Otro enfoque se dedicará a la animación, entre las formas más eficientes e innovadoras de narración audiovisual.

PREMIOS

El Fondo Eurimages asignará el Premio al Mejor Proyecto Cinematográfico MIA, reconociendo el importante papel de MIA en el apoyo a coproducciones y relaciones comerciales de grandes proyectos internacionales.

EDI Effetti Digitali Italiani (empresa líder en el sector VFX) presenta el MIA EDI Visionary Award, dedicado a películas, series de televisión y proyectos documentales caracterizados por la innovación en la narración a través de un excelente uso de efectos visuales.

La cuarta edición del Premio Carlo Bixio es uno de los eventos organizados por MIA 2017: los jóvenes escritores entre 18 y 30 años están llamados a participar en un proyecto de series de televisión con perspectivas internacionales y sin limitación de género.

Il Sole 24 ORE

Dal governo sostegno all'audiovisivo per far crescere il Paese



L'impegno sull'audiovisivo è «coerente con la missione che abbiamo: vale a dire portare l'Italia all'estero e l'estero in Italia. E questo vale per la cultura, per i servizi, per l'industria. Del resto siamo un Paese maturo, con tassi di crescita limitati o stabili a meno che non si incrocino i tassi di crescita esistenti nel mondo». Il ministro dello Sviluppo economico Carlo Calenda ha spiegato così, durante la conferenza stampa di presentazione, l'impegno da parte del Mise sul Mercato Internazionale Audiovisivo (Mia): la convention dedicata ai produttori e i distributori di film e serie tv organizzata da Anica e Apt (Associazione produttori televisivi) insieme alle associazioni di categoria e imprenditori del settore audiovisivo.

Il Mia si svolgerà a Roma dal 19 al 23 ottobre in nuove location: quelle del "distretto" di Piazza Barberini, da Palazzo Barberini all'Hotel Bernini Bristol, al Cinema Barberini. «Grazie alla nostra presenza strategica tra il Mipcom di Cannes e l'American Film Market, abbiamo riunito nelle precedenti edizioni 1.500 accreditati, fra produttori e distributori, da 58 Paesi», ha spiegato il direttore editoriale, Lucia Milazzotto.

Tra le sezioni: Mia Cinema, vetrina e mercato di coproduzione che ha accompagnato fino alle realizzazione, più del 50% dei progetti selezionati; Mia Tv, che vuole favorire partnership e nuove possibilità di business; Mia Doc, piattaforma a sostegno delle coproduzioni e della distribuzione dei documentari.

«Avevamo pensato a un impegno almeno triennale e continueremo a finanziarlo lo metterò nel budget della legge di bilancio per l'anno successivo», ha aggiunto il ministro Calenda chiarendo subito, come per il settore fieristico, che «è importante puntare su una cosa senza farsi competizione gli uni con gli altri». L'eventuale rivalità con il mercato della Mostra del Cinema di Venezia pende sul discorso come una spada di Damocle, ma «mi sembra abbiano vocazioni differenti», taglia corto il ministro. Comunque «se in quattro o cinque anni ci accorgessimo che il Mia non funzionasse, saremmo pronti a chiuderlo, ma non mi pare sia ciò che sta accadendo».

A ogni modo, serve «gioco di squadra di cui in Italia si parla spesso ma che si pratica poco», dice dal canto suo Francesco Rutelli. Per l'attuale presidente dell'Anica c'è piuttosto da considerare il valore dell'iniziativa in cui prende corpo una necessaria «sinergia fra cinema e audiovisivo». Quella sinergia e quei "collegamenti" che forse ancora mancano visto quanto successo, come segnalato da Giancarlo Leone, presidente Apt (produttori televisivi indipendenti), con la manovrina e il nuovo regime di split payment, penalizzante per i produttori tv. Estende infatti anche alla Rai, così come a società quotate (Mediaset) gli obblighi dello split payment, meccanismo istituito nel 2015 con la legge di Stabilità per le operazioni nei confronti degli enti pubblici.

Per frenare l'evasione dell'Iva, si pensò di far sì che la Pa pagata con fattura debba trattenere l'Iva per versarla direttamente all'Erario. Con il Dl 50/2017 ciò è stato previsto anche quando i soggetti passivi sono società controllate direttamente dalla Presidenza del consiglio dei ministri e dai Ministeri, oppure quando si tratta di società quotate inserite nel Ftse Mib. «L'abbiamo posto come problema a Palazzo Chigi dove ritengo di aver trovato sensibilità sul tema».

L'impegno sul Mia c'è anche da parte della Regione Lazio: «Quest'anno – ha spiegato il governatore Nicola Zingaretti –saremo presenti al Mia con un contributo diretto, e presenteremo la seconda tranche, che vale 5 milioni, del bando Lazio Cinema International a sostegno delle produzioni internazionali».

BLOGO

Mia 2017, conferenza stampa della terza edizione del mercato internazionale dell'audiovisivo

Si terrà a Roma dal 19 al 23 ottobre. Ecco le anticipazioni



È stato presentato ieri a Roma l'edizione 2017 del **MIA**, **Matching Excellence – Mercato Internazionale Audiovisivo – Cinema Tv Doc** che si terrà nella Capitale dal 19 al 23 ottobre.

Sono intervenuti Carlo Calenda – Ministro Sviluppo Economico, Nicola Zingaretti – Presidente Regione Lazio, Giampaolo D'Andrea – Ministro beni e attività culturali e turismo, Francesco Rutelli – Presidente Anica, **Giancarlo Leone** – Presidente APT, Lucia Milazzotto – Direttore Editoriale MIA. A moderare **Andrea Vianello**, fresco del nuovo incarico di vicedirettore di Rai1 con delega al daytime (Leone, ex direttore della rete ammiraglia della tv pubblica gli ha rivolto gli auguri per il nuovo incarico "*meritatissimo*").

Il Mia è un mercato di co-produzione dedicato alla scoperta e al supporto di autori emergenti e affermati; un luogo dove vedere, acquistare e vendere le produzioni più recenti del cinema indipendente e di qualità; un'arena di riflessione collettiva sui temi caldi dell'industria attraverso una serie di talks di approfondimento per incentivare il dialogo tra professionisti e la circolazione di best-practice.

I partecipanti troveranno a Roma proiezioni di mercato riservate ai compratori, lounge per gli incontri e nuove opportunità di promozione e networking. Il format What's Next Italy, la sezione dove vengono lanciati i titoli in lavorazione o in post, verrà riproposto.

Mia 2017: novità e conferme

Con 1500 accreditati da 58 Paesi nelle precedenti edizioni, MIA è l'appuntamento esclusivo per i produttori e distributori di contenuti, film e serie televisive transnazionali e di alto valore industriale, affermatosi allo stesso tempo come un volano importante per promuovere la capacità produttiva, il sistema audiovisivo italiano, il know-how e le expertise del nostro paese a livello internazionale.

MIA è ideato, realizzato e prodotto da ANICA (Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche e Audiovisive) e APT (Associazione Produttori Televisivi).

Per l'edizione 2017 cambia l'identità visiva con un nuovo claim, Matching Excellence e un nuovo logo. Entrambi sottolineano il posizionamento che il mercato ha assunto nel panorama degli appuntamenti internazionali dedicati all'industria audiovisiva: quello di un hub frequentato dai leader del mercato dove l'eccellenza italiana è protagonista.

Tra le altre novità di questa edizione, la location: il MIA vivrà le proprie attività nel "distretto" di Piazza Barberini, da Palazzo Barberini, all'Hotel Bernini Bristol, al Cinema Barberini.

MIA è finanziato da Ministero dello Sviluppo Economico, ICE, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, Regione Lazio, e dal programma MEDIA. Budget previsto: **1,9 milioni di euro**. Tra i partner la Fondazione Cinema per Roma e il Fondo Eurimages del Consiglio d'Europa. MIA si avvale di un comitato editoriale che comprende, oltre ad ANICA e APT: Cartoon IT, 100 Autori, Italian Film Commissions, UNEFA.

Mia 2017: il programma

Tre le sezioni previste per l'edizione 2017: MIACINEMA, un mercato di co-produzione che ha accompagnato, fino alla realizzazione, più del 50% dei progetti selezionati nel corso delle passate edizioni e una piattaforma di riferimento per l'industria europea nella stagione autunnale, dove vedere e acquistare le produzioni più recenti del cinema indipendente e di qualità con 120 proiezioni in 4 giorni, oltre che la vetrina What's Next Italy. MIATV, un appuntamento selezionato di alto profilo per l'industria televisiva mondiale, con l'obiettivo principale di favorire il confronto e il networking, partnership, accordi e nuove opportunità di business in un momento di profonda trasformazione dell'industria italiana. Tra gli appuntamenti più attesi, la seconda edizione del Drama Series Pitching Forum e, per la prima volta, gli Italian TV Upfront. MIA DOC,un boutique market al servizio delle aziende italiane, una piattaforma selettiva ed efficiente a sostegno delle co-produzioni e della distribuzione di documentari e factual. Focus del MIA DOC Co-production Market & Pitching Forumnel 2017è l'investigative, current affairs e human interest.

MIA 2017 conferma anche alcuni programmi speciali: YAS (Young adult spotlight) è uno spazio che si snoda in maniera trasversale tra cinema e TV segnalando nei diversi segmenti presenti al MIA il prodotto kids&teens e young adult nelle varie fasi di sviluppo e con diverse declinazioni: dai pitch ai panel, agli screenings di mercatoa vere e proprie anteprime. Protagonista di YAS quest'anno sarà la graphic novel. Un'altra sezione speciale è dedicata all'animazione, tra le forme più efficaci e innovative della narrazione cine-audiovisiva.

Mia 2017: i premi

Riconoscendo a MIA un importante ruolo nel sostegno alle co-produzioni e alle relazioni di business intorno ai grandi progetti internazionali, il Fondo Eurimages conferma per il terzo anno di seguito il Premio al Miglior progetto di MIA Cinema. EDI Effetti Digitali Italiani(azienda leader nel settore dei VFX) inaugura il MIA EDI Visionary Award, un premio dedicato a quei progetti di cinema, serie tv e documentario che si contraddistinguono per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi. Tra gli eventi ospitati dal MIA 2017 spicca anche la VI^ edizione del Premio Carlo Bixio: i giovani autori di età compresa tra i 18 ed i 30 anni sono chiamati a cimentarsi in un progetto di serialità senza limiti di genere, con qualità di internazionalizzazione.

Video – Ministro Calenda: Il Mia è nato su richiesta del mercato



Presentata la terza edizione del Mercato internazionale Audiovisivo, in programma dal 19 al 23 ottobre a Roma.

Francesco Rutelli: “Il cinema e l’audiovisivo sono un veicolo unico per l’Italia. Grazie anche al Mia ”

Seduti al tavolo ci sono il Ministro dello Sviluppo economico **Carlo Calenda**, il Presidente della Regione Lazio **Nicola Zingaretti**, **Giampaolo D’Andrea** del Ministero dei beni e attività culturali e turismo, **Francesco Rutelli** il Presidente Anica, **Giancarlo Leone** il Presidente APT e **Lucia Milazzotto**, Direttore Editoriale **MIA**. Seduti ad ascoltarli ci sono moltissimi produttori dell’audiovisivo da **Andrea Occhipinti** a **Fulvio Lucisano,** ad **Alberto Sessa**, c’è anche il direttore di RaiFiction **Tinni Andreatta**.

Tutti insieme riuniti per la presentazione della terza edizione del Mia, il **Mercato internazionale Audiovisivo** che si celebrerà a Roma dal 19 al 23 ottobre. La concorrenza con gli altri mercati, da Cannes alla Mostra del Cinema di Venezia, è inevitabile, ma qui nessuno vuol puntare il dito su chi è meglio dell’altro, qui tutti vogliono solo rimarcare che l’industria italiana dell’audiovisivo deve viaggiare compatta per conquistare i mercati internazionali, lasciando le beghe tra mercati a qualche breve sulla stampa.

«Il cinema e l’audiovisivo sono un veicolo unico per l’Italia», rimarca Rutelli. Tra i partner che sostengono il Mercato c’è anche il Ministero dello Sviluppo Economico e in questo video di **TvZoom** il Ministro Calenda spiega le motivazioni di questa scelta.



Dailyonline



MIA – Mercato Internazionale Audiovisivo: Gerundio vince il pitch per la comunicazione globale

La manifestazione si terrà a Roma, dal 19 al 23 ottobre 2017. Un appuntamento destinato a segnare un importante punto di svolta, dove produttori e distributori di contenuti avranno a disposizione uno strumento unico per affermare la centralità della industry e apprezzare il ruolo fondamentale della produzione italiana

Gerundio, creative company di Roma fondata da **Ramon Sembianza** e **Andrea Sebastiani** – specializzata nel riposizionamento strategico dei brand -, si è aggiudicata la gara indetta da **MIA** (**Mercato Internazionale Audiovisivo**) e si occuperà dello sviluppo di concept e immagine della campagna di comunicazione, dell'ideazione e progettazione di tutti i materiali video e degli allestimenti, dell'ideazione e design dei materiali per le campagne di comunicazione esterna atl e btl.

Il nuovo marchio disegnato da Gerundio accompagna il nuovo payoff "Matching Excellence", studiato per valorizzare e sottolineare la valenza del MIA come primo hub italiano per tutti i segmenti del prodotto audiovisivo (cinema, tv, doc). Inoltre, **Gerundio** ha realizzato il nuovo sito web, volto a lanciare la terza edizione del **MIA** che si terrà a Roma dal 19 al 23 ottobre 2017, appuntamento che segnerà un importante punto di svolta per il mercato nazionale e internazionale dell'audiovisivo dove produttori e distributori di contenuti avranno a disposizione uno strumento unico per affermare la centralità dell'industria dell'audiovisivo e apprezzare il ruolo fondamentale della produzione italiana.



Obiettivi ambiziosi

"Siamo orgogliosi – dichiara **Andrea Sebastiani** – di poter lavorare su questo progetto che, da un lato, amplia il parterre di clienti internazionali della nostra agenzia e, dall'altro, ci permetterà di accompagnare un marchio importante come il MIA verso il raggiungimento del suo ambizioso obiettivo di posizionarsi tra i primi e principali mercati del mondo, come luogo di incontro privilegiato in cui incontrare i più prestigiosi e importanti partner per lo sviluppo industriale di film, serie drama, documentari, factual e animazione. Tutto questo – conclude Sebastiani – in un'ottica di valorizzazione dell'eccellenza italiana".

Punto d'incontro per i key-player

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

Ideatori e produttori

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

Per l'edizione 2017 cambia, quindi, anche l'identità visiva con un nuovo claim, "Matching Excellence", e il nuovo logo descritto in precedenza. Entrambi sottolineano il posizionamento che il mercato ha assunto nel panorama degli appuntamenti internazionali dedicati all'industria audiovisiva: quello di un hub frequentato dai leader del mercato dove l'eccellenza italiana è protagonista.



Location e finanziamenti

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

Il programma

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

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

Conferme e premi

MIA 2017 conferma anche alcuni programmi speciali: **YAS** (Young adult spotlight) è uno spazio che si snoda in maniera trasversale tra cinema e tv, segnalando nei diversi segmenti presenti al MIA il prodotto kids&teens e young adult nelle varie fasi di sviluppo e con diverse declinazioni: dai pitch ai panel, dagli screenings di mercato a vere e proprie anteprime. Protagonista di YAS, quest'anno, sarà la graphic novel.

Un'altra sezione speciale è dedicata all'animazione, tra le forme più efficaci e innovative della narrazione cine-audiovisiva. Riconoscendo a MIA un importante ruolo nel sostegno alle co-produzioni e alle relazioni di business intorno ai grandi progetti internazionali, il **Fondo Eurimages** ha confermato per il terzo anno di seguito il Premio al Miglior progetto di MIA Cinema. **EDI Effetti Digitali Italiani** (azienda leader nel settore dei VFX) inaugura, invece, il **MIA EDI Visionary Award**, dedicato a quei progetti di cinema, serie tv e documentario che si contraddistinguono per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi. Tra gli eventi ospitati dal MIA 2017 spicca, poi, anche la sesta edizione del Premio Carlo Bixio: i giovani autori di età compresa tra i 18 ed i 30 anni sono chiamati a cimentarsi in un progetto di serialità senza limiti di genere, con qualità di internazionalizzazione.

Pubblicità Italia

GERUNDIO VINCE LA GARA PER LA COMUNICAZIONE GLOBALE DEL MIA



Gerundio, creative company di Roma fondata da **Ramon Sembianza** e **Andrea Sebastiani** specializzata nel riposizionamento strategico dei brand, si è aggiudicata la gara indetta dal **MIA-Mercato Internazionale Audiovisivo** e si occuperà dello sviluppo di concept e immagine della campagna di comunicazione, dell'ideazione e progettazione di tutti i materiali video e degli allestimenti, dell'ideazione e design dei materiali per le campagne di comunicazione esterna atl e btl.

Il nuovo marchio disegnato da Gerundio accompagna il nuovo payoff 'Matching Excellence', studiato per valorizzare e sottolineare la valenza del MIA come primo hub italiano per tutti i segmenti del prodotto audiovisivo (cinema, tv, doc). Inoltre Gerundio ha realizzato il nuovo sito web (miamarket.it/it), volto a lanciare la terza edizione del MIA che si terrà a Roma dal 19 al 23 ottobre 2017, appuntamento che segnerà un importante punto di svolta per il mercato nazionale e internazionale dell'audiovisivo dove produttori e distributori di contenuti avranno a disposizione uno strumento unico per affermare la centralità dell'industria dell'audiovisivo e apprezzare il ruolo fondamentale della produzione italiana.



"Siamo orgogliosi – dichiara Sebastiani – di poter lavorare su questo progetto che da un lato amplia il parterre di clienti internazionali della nostra agenzia e dall'altro ci permetterà di accompagnare un marchio importante come il MIA verso il raggiungimento del suo ambizioso obiettivo di posizionarsi tra i primi e principali mercati del mondo, come luogo di incontro privilegiato in cui incontrare i più prestigiosi e importanti partner per lo sviluppo industriale di film, serie drama, documentari, factual e animazione. Questo in un'ottica di valorizzazione dell'eccellenza italiana".

La terza edizione di MIA, presentata ieri a Roma, è ideata, realizzata e prodotta da **Anica** (Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche e Audiovisive) e **Apt** (Associazione Produttori Televisivi).

La partecipazione delle associazioni di categoria, per la prima volta coinvolte direttamente nel ridisegnare il progetto di mercato, rende il MIA un'iniziativa che risponde in maniera sartoriale alle esigenze dell'industria di cui è espressione e diventa una reale occasione di presentazione unitaria del 'sistema Italia' sulla scena internazionale.

Tra le altre novità di questa edizione, la location: il MIA vivrà le proprie attività nel 'distretto' di piazza Barberini: da Palazzo Barberini all'Hotel Bernini Bristol e al Cinema Barberini.

cinemaitaliano

PREMIO MIA EDI VISIONARY AWARD - Gli effetti migliori

Presentata a Roma la prima edizione del **Premio MIA EDI Visionary Award**: un riconoscimento promosso da **EDI Effetti Digitali Italiani** in collaborazione con il MIA. Il Visionary Award sarà assegnato al progetto che si contraddistinguerà per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi nel corso della manifestazione, in programma **dal 19 al 23 ottobre 2017**.

EDI, la principale società italiana di post produzione ed effetti visivi per il cinema e la pubblicità, finanzia il MIA EDI Visionary Award con un contributo di 15 mila euro in servizi di post produzione ed effetti visivi per il progetto internazionale vincente. I progetti che possono essere candidati sono lungometraggi, serie tv o documentari in stadio di sviluppo avanzato, tra quelli selezionati da MIA CINEMA, MIA TV e MIA DOC.

Dice **Francesco Grisi**, socio fondatore di EDI Effetti Digitali Italiani : "Siamo onorati di inaugurare questo premio in collaborazione con il MIA, uno dei più importanti mercatl internazionale nel settore dell'audiovisivo. Questo riconoscimento è per noi soprattutto un'opportunità per poter valorizzare e stimolare autori e produttori che, anche al di fuori della produzione mainstream, concepiscono l'uso degli effetti visivi quale strumento fondamentale di espressione e narrazione".

Matching Excellence: the third edition of the MIA is back in October



After rumours that it may have been cancelled, which were soon retracted (see news), the MIA – International Audiovisual Market will be back in its third edition in Rome from 19 to 23 October 2017, organised by ANICA (the Italian National Association of Film and Audiovisual Industries) and APT (the Italian Association of Television Producers).

An event exclusively for producers and distributors of cross-border content, film and television series, with a special focus on top-quality Italian products, the MIA, which in previous editions pulled in some 1500 accredited professionals from 58 countries, will this year take place in the "district" of Piazza Barberini, between Palazzo Barberini, the Hotel Bernini Bristol and the Barberini Cinema, with an all-new slogan: Matching Excellence.

The 2017 edition will be broken down into three sections: MIACINEMA, a co-production market which has supported over 50% of the projects selected in previous editions right up to the production stages and a platform where professionals can see and purchase the latest independent film productions, with 120 screenings over four days, as well as the *What's Next Italy* section, which showcases titles still being made. Then there's MIATV, a global television industry event which encourages networking along with the fostering of agreements and new business opportunities; one of the most eagerly anticipated features is the second edition of the Drama Series Pitching Forum and, for the first time, the Italian TV Upfront event. Last but not least, there's MIA DOC,a platform which supports the co-production and distribution of documentaries and factual films. The theme of the MIA DOC Co-production Market & Pitching Forum for 2017 is investigative journalism, *current affairs and human interest*.

MIA 2017 will also be bringing back a few special events: YAS (Young Adult Spotlight), which straddles both film and TV with kids/teens and young adult products in various stages of development, with pitches, panel discussions, market screenings and premieres. This year YAS will focus on graphic novels. Another special section will be dedicated to animation.

Turning to the awards, the Eurimages Fund will, for the third year running, award the Award for Best MIA Cinema Project. But MIA 2017 will also introduce a new award: the MIA EDI Visionary Award for film and audiovisual producers. Backed by EDI Effetti Digitali Italiani (a leader in the VFX sector), the Visionary Award will be given to the project that stands out for its innovative storytelling through the effective use of visual effects. The prize comes with €15,000 in post-production and visual effects services.

Other events that will be held at the MIA include the 6th edition of the Carlo Bixio Award, aimed at young writers (between 18 and 30) of series with no limits on genre.

The MIA is funded by the Italian Ministry for Economic Development, the Italian Trade Agency, the Italian Ministry for Cultural Heritage and Activities and Tourism, the Lazio Region, and by the MEDIA programme. Other partners include the Fondazione Cinema per Roma and the Eurimages Fund of the Council of Europe.

ENGAGE
CONTEMPORARY MARKETING & MEDIA

Gerundio si aggiudica la gara MIA

Il progetto prevede concept e immagine della campagna di comunicazione, ideazione e progettazione dei materiali video e degli allestimenti, design dei materiali per le campagne ATL e BTL



Gerundio, specializzata nel riposizionamento strategico dei brand, si è aggiudicata la **gara indetta da MIA (Mercato Internazionale Audiovisivo)** che comprende lo sviluppo di concept e immagine della campagna di comunicazione, l'ideazione e la progettazione di tutti i materiali video e degli allestimenti, l'ideazione e il design dei materiali per le campagne di comunicazione esterna ATL e BTL.

Il **nuovo marchio** disegnato da Gerundio accompagna l'altrettanto nuovo **payoff Matching Excellence**, studiato per valorizzare e sottolineare la valenza di MIA come **primo hub italiano per i segmenti del prodotto audiovisivo (Cinema, TV, Doc).** Inoltre, Gerundio ha realizzato www.miamarket.it/it, sito che lancia la terza edizione di MIA, **in programma a Roma dal 19 al 23 ottobre 2017.**

"Siamo orgogliosi – dichiara **Andrea Sebastiani,** co-fondatore di Gerundio – di poter lavorare su questo progetto che da un lato **amplia il parterre di clienti internazionali della nostra agenzia** e, dall'altro, ci permetterà di accompagnare un marchio importante come MIA verso il raggiungimento del suo ambizioso obiettivo di **posizionarsi tra i primi e principali mercati del mondo**, come luogo di incontro privilegiato in cui incontrare i più prestigiosi e importanti partner per lo sviluppo industriale di film, serie drama, documentari, factual e animazione. Questo in un'ottica di valorizzazione dell'eccellenza italiana".

MIA, Mercato Internazionale dell'Audiovisivo è un brand dell'**Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche (ANICA) e dell'Associazione Produttori Televisivi (APT).**

youMARK!

APPPUNTAMENTO CON IL MIA – MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO 2017, DAL 19 AL 23 OTTOBRE A ROMA AL DISTRETTO BARBERINI

Con 1500 accreditati da 58 Paesi nelle precedenti edizioni, MIA è l'appuntamento per i produttori e distributori di contenuti, film e serie televisive transnazionali e di alto valore industriale, affermatosi allo stesso tempo come volano per promuovere la capacità produttiva, il sistema audiovisivo italiano, il know-how e le expertise del nostro paese a livello internazionale.

MIA è ideato, realizzato e prodotto da ANICA (Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche e Audiovisive) e APT (Associazione Produttori Televisivi). La partecipazione delle associazioni di categoria, per la prima volta coinvolte direttamente nel ridisegnare il progetto di mercato, rende il MIA un'iniziativa che vuole rispondere alle esigenze dell'industria di cui è espressione, diventando occasione di presentazione unitaria del sistema Italia sulla scena internazionale.

Per l'edizione 2017 cambia anche l'identità visiva con un nuovo claim, Matching Excellence e un nuovo logo. Tra le altre novità di questa edizione, la location: il MIA vivrà infatti le proprie attività nel distretto di Piazza Barberini, da Palazzo Barberini, all'Hotel Bernini Bristol, al Cinema Barberini.

MIA è finanziato da Ministero dello Sviluppo Economico, ICE, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, Regione Lazio, e dal programma MEDIA. Tra i partner la Fondazione Cinema per Roma e il Fondo Eurimages del Consiglio d'Europa. MIA si avvale di un comitato editoriale che comprende, oltre ad ANICA e APT: Cartoon IT, 100 Autori, Italian Film Commissions, UNEFA.



Ministro Carlo Calenda: "Il Mia è nato su richiesta del mercato". TvZoom.it

SUBSCRIBE 2.6K

TV Zoom Channel

55 views

Add to Share More 0 0

Italia a Tavola

Mercato internazionale audiovisivo La terza edizione in ottobre a Roma

Si è svolta la presentazione ufficiale della manifestazione dedicata a produttori, distributori film e serie tv organizzata da Anica e Apt che, giunta alla terza edizione, è pronta per fare il definitivo salto di qualità

Il Mercato internazionale audiovisivo quest'anno si terrà a Roma dal 19 al 23 ottobre per la terza edizione. Un appuntamento importante per il settore dato che si tratta della convention dedicata ai produttori e i distributori di film e serie tv organizzata da Anica e Apt.



Associazioni di categoria e imprenditori del settore audiovisivo si incontreranno nel distretto di piazza Barberini, tra il cinema e il palazzo omonimi e l'Hotel Bristol, per discutere della promozione dei prodotti italiani sul mercato internazionale. Alla presentazione, avvenuta proprio all'Hotel Bristol, hanno partecipato il ministro allo Sviluppo economico **Carlo Calenda**, il presidente della Regione Lazio **Nicola Zingaretti** e il presidente dell'Anica, **Francesco Rutelli**. Matching Excellence è lo slogan scelto per questa terza edizione del Mia, che vedrà 1.500 partecipanti accreditati, provenienti da 58 Paesi.

L'iniziativa è finanziata dal ministero dello Sviluppo economico, il Mibact, l'Istituto del Commercio estero, la Regione Lazio e dal programma Media. Tre le sezioni del Mia: cinema, tv e doc. Gli organizzatori sottolineano che più del 50% dei progetti cinematografici selezionati nelle scorse edizioni è stato accompagnato fino alla produzione. «Abbiamo mantenuto la parola portando l'evento al triennio. Ora mi impegnerò a mettere il progetto nella prossima legge di Bilancio», ha commentato il Ministro Carlo Calenda.

Il presidente della Regione Lazio, Nicola Zingaretti, ha spiegato: «Quest'anno saremo presenti al Mia con un contributo diretto, e presenteremo la seconda tranche, che vale 5 milioni, del bando Lazio Cinema international a sostegno delle produzioni internazionali. Rilanceremo una piattaforma di promozione delle 2000 location del Lazio, per costruire una sinergia che si amplia anche al turismo e alla promozione territoriale».

«Il sistema delle coproduzioni sta funzionando - ha proseguito Zingaretti - sta trasformando questi territori, vediamo già dei risultati. Presenteremo poi un nuovo bando da 9 milioni della programmazione Ue a sostegno delle imprese digitali della creatività e dell'audiovisivo. Ci sarà poi un nuovo bando da 1,5 milioni a sostegno dei cinema e dei teatri. Il nostro obiettivo ora è non far spegnere questa luce. Rafforzare il Mia è una grande opportunità per costruire questa sintesi tra cultura e industria, è un nostro dovere».

Quindi Francesco Rutelli: «L'unico modo per fare successo è il gioco di squadra. È un'espressione che si usa spesso ma non si fa sempre. È grazie al gioco del caposquadra Millazzotto che si tratta di un'operazione di mercato che si rivolge al mercato dell'industria. Vedere questa determinazione nelle istituzioni è un valore aggiunto. Voglio ricordare che i valori del nostro cinema vanno oltre i numeri commerciali».

La mescoLanza

Mia, il Mercato audiovisivo a Roma tra cinema e tv



Mia, il Mercato internazionale audiovisivo, può essere una grande occasione per rilanciare la capitale. Ne è convinto il ministro per lo Sviluppo economico **Carlo Calenda,** che ieri ha detto che a Roma «stiamo lavorando per fare una mappatura per le cose che si possono fare e per aiutarla a emergere». E così, via libera all'appuntamento con la convention dedicata ai produttori e i distributori di film e serie tv organizzata dall'Anica guidata da **Francesco Rutelli e dall'Apt** – Associazione produttori televisivi presieduta da **Giancarlo Leone**, assieme alle associazioni di categoria e imprenditori del settore audiovisivo, dal 19 al 23 ottobre. «**Matching Excellence**» è lo slogan scelto per questa terza edizione, che vedrà 1.500 partecipanti accreditati, provenienti da 58 nazioni. L'iniziativa è finanziata da **Mise, Mibact, Ice, regione Lazio** e programma Media. Tre le sezioni in programma del Mia: **cinema, tv e doc,** presentando unitariamente il sistema Italia sulla scena internazionale. Tra i programmi speciali, Yas (**Young adult spot light**), spazio trasversale tra cinema e tv, segnalando il prodotto **kids&teens e young adult** nelle varie fasi di sviluppo e con diverse declinazioni. Protagonista di Yas quest'anno sarà la graphic novel.

Altra sezione speciale sarà dedicata all'animazione. L'edizione di ottobre verrà allestita nel «distretto Barberini», coinvolgendo il museo statale, l'albergo del **gruppo Sina** e la **sala cinematografica**. Budget previsto 1,9 milioni. Gli organizzatori sottolineano che più del 50% dei progetti selezionati nelle scorse edizioni è stato accompagnato fino alla produzione.

Per il presidente della regione **Lazio Nicola Zingaretti** «l'obiettivo è far trovare a questa manifestazione un habitat amichevole, costruendo un network di collaborazione. Abbiamo costruito una politica dell'audiovisivo, finanziata con 22 milioni l'anno di contributi: il Lazio, in questo, è la seconda regione della Ue per sostegno all'audiovisivo, dopo Berlino e prima di Parigi». E annunciando la presentazione di «un nuovo bando da 9 milioni della programmazione Ue a sostegno delle imprese digitali della creatività e dell'audiovisivo. Ci sarà poi un nuovo bando da 1,5 milioni a sostegno dei cinema e dei teatri».

TBI Vision

Third Edition of MIA To Take Place in Rome in October

The third edition of MIA - Mercato Internazionale Audiovisivo will take place in Rome from October 19 to 23, 2017. Previously 1,500 participants came from 58 countries to the event, which has four main market components: matchmaking, a co-production and pitching forum, panels and talks, and screenings. MIA is created, developed and produced by ANICA (Italian Association of Film industries) and APT (Italian Association of Television Producers).



Video – Giancarlo Leone: La fiction italiana sempre più internazionale



Il presidente dell'Associazione Produttori Televisivi è intervenuto alla presentazione Mia, che si svolgerà a Roma dal 19 al 23 ottobre, complimentandosi per la situazione attuale del mercato italiano, ma rimproverando allo Stato una situazione confusionaria riguardante lo split payment dell'Iva che, a parer suo, vanificherebbe il tax credit e metterebbe in difficoltà le aziende del mercato audiovisivo.

Giancarlo Leone è Presidente Apt da aprile di quest'anno

Alla presentazione della terza edizione del **Mia**, il Mercato internazionale Audiovisivo che si celebrerà a Roma dal 19 al 23 ottobre, c'era il gotha della produzione made in Italy. Si è disquisito di date e di concomitanze con altri mercati, si è parlato della competizione con Cannes e Venezia, si è difeso il lavoro dei nostri produttori sempre più proiettati verso un mercato estero.

Il Ministro dello Sviluppo economico **Carlo Calenda** e il Presidente della regione Lazio **Nicola Zingaretti** hanno raccontato la parte che faranno anche in questa terza edizione entrambi convinti che l'audiovisivo sia un settore in crescita su cui investire, e poi c'è stato chi ha raccontato una storiella "tutta italiana" fatta di tasse, Iva e leggi italiane in contrasto fra loro. In questo video di **TvZoom** ecco la storia tutta italiana di **Giancarlo Leone**, ex direttore di **Raiuno**, presidente della **Apt**, Associazione produttori televisivi e ora amministratore delegato della società **Q10 Media**.

GUARDA IL VIDEO



Millecanali

Verso la terza edizione del MIA

Realizzato e prodotto da ANICA - Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche e Audiovisive - insieme ad APT (Associazione Produttori Televisivi), il MIA - Mercato Internazionale Audiovisivo - rappresenta un appuntamento esclusivo per produttori e distributori di contenuti, film e serie televisive transnazionali ad alto valore industriale. In particolare, il MIA costituisce poi una reale occasione di presentazione unitaria del 'sistema audiovisivo Italia' sulla scena internazionale.

La terza edizione della manifestazione si svolgerà a Roma, dal 19 al 23 ottobre 2017, concentrando le proprie attività nel 'distretto' di Piazza Barberini (da Palazzo Barberini, all'Hotel Barberini-Bristol, fino al Cinema Barberini), e risulta finalizzata da: MiSE, ICE, MiBACT, Regione Lazio, e programma MEDIA. Inoltre, tra i vari partner figureranno la Fondazione Cinema per Roma e il Fondo Eurimages del Consiglio d'Europa, mentre un comitato editoriale comprenderà, oltre ad ANICA e APT, anche CartoonIT, 100 Autori, Italian Film Commissions e UNEFA.

Questo e molto altro lo abbiamo appreso in una conferenza stampa di presentazione del MIA 2017, svoltasi il 10 luglio all'Hotel Barberini-Bristol, con la conduzione di un 'barbuto' Andrea Vianello (da poco vicedirettore di RaiUno) e i rispettivi interventi di: Lucia Millazzotto, Direttore Editoriale MIA; Carlo Calenda, del MiSE; Nicola Zingaretti, Presidente Regione Lazio; Giampaolo D'Andrea, del MiBACT; Francesco Rutelli, Presidente ANICA; Giancarlo Leone, alla Presidenza di APT, dopo aver lasciato a dicembre scorso la Rai, in cui ha lavorato per ben 33 anni.

"Vogliamo portare l'Italia all'estero e l'estero in Italia", è stato il motivo conduttore espresso da molti protagonisti dell'anteprima romana.

«Il programma definitivo del MIA 2017 - ha sottolineato la Millazzotto - verrà reso noto nel prossimo mese di settembre. Per ora posso dirvi che dal 10 luglio 2015 (allorquando la nostra manifestazione iniziava) abbiamo all'attivo due edizioni di successo, che ci hanno fatto capire come sviluppare il mercato. Puntiamo sull'aiuto di 50 professionisti, sul supporto di tre sezioni (Cinema, Tv e Documentari), su un unico logo nuovo, con un claim di due sole parole, per sottolineare le eccellenze estere e nazionali. Mettiamo in piazza una gran voglia di fare e di incontrare sia diversi partner, sia aziende private che hanno deciso di conferire premi durante il prossimo MIA.

Saranno molte le novità strutturali della manifestazione (grazie anche ai cambiamenti voluti dai presidenti Rutelli e Leone), la quale nelle precedenti edizioni ha avuto qualcosa come 1500 accreditati provenienti da circa 58 Paesi del mondo».

«Il MIA - siamo passati ora a Carlo Calenda - esiste perché l'industria ha dato l'opportunità per uno spazio che sembrava sparito. Quello che tentiamo di fare noi come Ministero è cercare di 'inventare' cose, coerentemente con la strategia di politica industriale che stiamo portando avanti. Ciò non vuol dire tuttavia che questo evento debba funzionare per forza così com'è. Ci vogliono anche scelte nette e precise, tra cui, per esempio, la cancellazione di ogni sovrapposizione di calendario. C'è infatti il rischio di non fare scelte, allo scopo di accontentare un po' tutti».

Calenda, nel passaggio finale del suo discorso, ha accennato altresì alla manifestazione "AltaRoma" (su cui il MiSE sta lavorando con grande difficoltà), dicendo di non sapere se la moda sia o meno nel futuro della Capitale. Nell'attesa, la parola è andata a Nicola Zingaretti, il quale ha discusso anche di bandi.

«Nel primo trimestre 2017 - ecco le parole del Presidente della Regione Lazio - l'export di programmi audiovisivi è aumentato del 47% rispetto all'anno precedente, ed è un dato 'figlio' di un sistema come il MIA, che ha trovato la sua strada. Quest'anno, nel corso del Festival presenteremo anche un nuovo bando di circa 9 milioni di euro, legato ai programmi di reindustrializzazione per la creatività dell'audiovisivo. Un ulteriore bando sarà a sostegno delle sale cinematografiche e teatrali, per la digitalizzazione e l'ammodernamento. Il MIA 2017, insomma, rappresenterà una grande opportunità globale per promuovere Cinema e sintesi fra cultura e industria».

Giampaolo D'Andrea ha detto invece che la formula mondiale tra Grande Schermo, Tv e Documentari è molto interessante, soprattutto per i giovani, rendendo possibile l'avvento di una fase nuova. Mentre Francesco Rutelli, tra i 'padri fondatori' del MIA, ha sottolineato che in questo campo l'unico modo per fare successo è il gioco di squadra, un'espressione che si usa spesso ma che quasi mai viene seguita dai fatti. Rutelli, nel corso di un dibattito con i giornalisti, svoltosi al termine della conferenza stampa, ha poi opinato che la scelta di ANICA e APT è caduta su Roma, senza togliere nulla al Festival del Cinema di Venezia, che ha una sua fisionomia ben precisa. Infine, sintetizziamo alcune affermazioni di Giancarlo Leone.

«Quello che possiamo dire - ecco il pensiero dell'ex 'uomo Rai' - è che il racconto italiano diventa sempre più internazionale, mantenendo la specificità di storie e di linguaggio. In tale situazione entra prepotentemente in gioco il Mercato Internazionale Audiovisivo, che è venuto incontro a questa tendenza. Va detto anche che dobbiamo molto ai produttori e a chi, come Rai Fiction, ha saputo intercettare prontamente la domanda, cosa che rappresenta un punto davvero focale».

TBI Vision
Television Business International

MIA 2017 sets focus on teen market



The third edition of Mercato Internazionale Audiovisivo (MIA) will take place in Rome and feature a focus on teen content.

MIA, an international content market, will be held from October 19-23. Previous editions have featured some 1500 participants from 58 countries.

The event will feature two programmes that spotlight kids and teen content. In particular, there will be a focus on graphic novels and animation.

In addition, the event will feature a drama series pitching forum and MIA DOC, which is a platform supporting the coproduction and the distribution of documentaries and factual television.

MIA is created, developed and produced by the Italian Association of Film industries (ANICA) and the Italian Association of Television Producers (APT).

ilprincipenudo. Scontro tra Calenda e Franceschini sugli aiuti al cinema: 'sostenere i big' o 'piccolo è bello'?

Nel dibattito fra il ministro del Mise e il collega del Mibact si ripropone l'infinita querelle delle industrie culturali italiche. Sostenere i grandi player oppure dare ossigeno ai piccoli?



Ieri giovedì 14 luglio, "Key4biz" ha pubblicato un lungo articolo di analisi critica di alcuni recenti accadimenti nel "piccolo mondo" del cinema e dell'audiovisivo italiano (vedi "***Tra cinema e televisione, tutte le crepe della governance***"), partendo da una netta (e finanche dura) presa di posizione assunta da un manipolo di riconosciute associazioni del settore nei confronti di una dichiarazione attribuita al Ministro dello Sviluppo Economico **Carlo Calenda**, in occasione della conferenza stampa della terza edizione del **Mia – Mercato Internazionale dell'Audiovisivo**, tenutasi a Roma lunedì 10 luglio.

L'articolo pubblicato da "*Key4biz*" ha provocato reazioni contrastanti, ed alcuni operatori ci hanno chiesto se avessimo effettuato, prima di rilanciare e commentare la notizia, un adeguato "*fact checking*": premesso che siamo teorici e cultori di questa buona pratica (come andiamo sostenendo anche su queste colonne), vogliamo proporre la vicenda, perché, nel suo piccolo, è un esempio di metodica accurata, e di contrasto alle "*fake news*" (che pure sono sempre in agguato).

In sintesi: il Ministro **Carlo Calenda**, secondo le sette associazioni del settore cinematografico (si ricordi che si tratta di soggetti "minori", rispetto alla grande "*lobby*" confindustriale **Anica** ed **Apt** ovvero ai produttori di cinema e fiction, va subito precisato), avrebbe sostenuto che i decreti attuativi della legge cinema e audiovisivo voluta dal collega **Dario Franceschini**, d'intesa con il Sottosegretario al **Mise Antonello Giacomelli** (che pure evidentemente risponde al Ministro Calenda) tenderebbero ad accontentare un po' tutti, grandi e piccoli, mentre lo Stato dovrebbe concentrare la propria attenzione sui "grandi", ovvero sulle imprese grosse e forti, che sono le uniche che possono svilupparsi in uno scenario globale internazionale.
In sostanza, le sette associazioni hanno evidenziato una critica di Calenda nei confronti di Franceschini.

> Se il "*mondo cinematografaro*" italico non fosse così piccolo, e se questo luglio non fosse così torrido, probabilmente si potrebbe classificare la questione come una tempesta in un bicchier d'acqua...
> In verità, la questione è – ancora una volta – sintomatica di alcune dinamiche anomale del sistema culturale e mediale italiano.
> *I fatti separati dalle opinioni*, come recitano i maestri di giornalismo. Procediamo, quindi.

I fatti

Lunedì scorso, il Ministro Antonio Calenda è intervenuto alla conferenza stampa di presentazione del "**Mia – Mercato Internazionale dell'Audiovisivo**".
Sul tavolo di presidenza era affiancato, tra gli altri, dal Capo di Gabinetto del Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, **Giampaolo D'Andrea**, oltre che dal Presidente della Regione Lazio **Nicola Zingaretti**. Non è stato diramato un comunicato stampa dai Ministeri, ovvero né dal Mise né dal Mibact.
L'agenzia Ansa ha scritto, riportando le parole di Calenda (virgolettate):
"*Con il Mia (Mercato Internazione dell'Audiovisivo) e la legge sul cinema "per la quale so che ci sono discussioni sui decreti attuativi, dobbiamo puntare al consolidamento del settore. Siamo rilevanti se abbiamo player importanti che trascinano il resto, sennò si rischia la frammentazione, la polverizzazione. Questo è un pericolo che l'Italia corre in tutto, nel tentativo di non voler scontentare nessuno*"" (dispaccio delle ore 16.31 di lunedì 10 luglio 2017).

Questa è l'unica agenzia stampa che propone traccia di una presa di posizione del Ministro. Si rimarca la critica al pericolo che l'Italia "*corre in tutto*", ovvero "*nel tentativo di non voler scontentare nessuno*". Vi si può leggere – ma tra le righe – un: *e che i piccoli produttori si mettano l'anima in pace*.
Chi ha assistito alla conferenza stampa ha memoria non univoca di quanto sostenuto dal Ministro: indubbio il riferimento alle grandi imprese ovvero ai "*player importanti*" da sostenere, e l'opinione che su esse vada concentrata l'attenzione dello Stato è evidente.
Si ha memoria certa che il Ministro ha sostenuto:
"*Aggiungo che questa iniziativa del Mia non è disgiunta dalla politica settoriale fatta sul settore dell'audiovisivo: ovvero potenziare e consolidare un settore. Dobbiamo puntare al consolidamento del settore... Siamo importanti se abbiamo players importanti. Se non hai masse critiche, diventa tutto una marginalizzazione. C'è il rischio di non fare scelte per accontentare un po' tutti*".

Ieri pomeriggio (si noti: a tre giorni di distanza dalla conferenza stampa), le sette associazioni (**Agici** – Associazione Generale Industrie Cine-Audiovisive Indipendenti, **Cna Cinema**, **Anac** – Associazione Nazionale Autori Cinematografici, **Wgi** – Writers Guild Italia, **Sncci** – Sindacato Nazionale Critici Cinematografici Italiani, **Afic** – Associazione Festival Italiani di Cinema, **Cnc** – Centro Nazionale del Cortometraggio) diramano, alle ore 13.17, un comunicato stampa sostenendo che:
"*il Ministro allo Sviluppo Economico, Carlo Calenda, ha dichiarato che i decreti attuativi della nuova Legge Cinema non andrebbero nella direzione da lui auspicata di sostegno alle poche società leader del settore (fra cui Cattleya, Wildside, Lux, Palomar, Iif), secondo quanto disposto dalla stessa legge. In linea con la missione del suo dicastero, Calenda ritiene che il sostegno mediante risorse pubbliche alle prime dieci società di produzione più capitalizzate (cui andrebbero aggiunte Rai e Mediaset) farebbe da traino a tutte le piccole e medie, trascurando però che tali risorse provengono dal Ministero della Cultura, sono disciplinate dalla normativa europea e si basano sull'"eccezione culturale*".
Alle ore 13.34, una riconosciuta agenzia stampa nazionale, **9colonne** (inserita tra l'altro nel menù di **Telpress**), riprende integralmente il comunicato.
Comunicato che, ad oggi, non è stato oggetto di smentita di sorta da parte del Ministro.

Le opinioni

Alcuni esponenti di associazioni altre rispetto alle sette firmatarie sostengono che si sia trattato di una spiacevole (e finanche scorretta) "distorsione" del pensiero del Ministro, che non avrebbe fatto alcun riferimento "*alle prime dieci società di produzione più capitalizzate*", cui andrebbero aggiunte anche **Rai** e **Mediaset** (e peraltro – ci si domanda – perché non anche **Sky Italia**, che da qualche mese è entrata direttamente anche nel business "theatrical", attraverso la joint-venture **Vision Distribution**, co-fondata con **Cattleya**, **Wildside**, **Lucisano Group**, **Palomar** e **Indiana Production**?!).

Quel che è sicuro è che il Ministro ha fatto riferimento ai "*big player*". Ed oggettivamente l'elenco tracciato dalle sette associazioni non è sostanzialmente errato, che siano cinque o dieci i maggiori operatori del settore...
Per scrupolo ulteriore, chi redige queste noterelle (autore giustappunto dell'articolo in questione), ha messo in atto una ulteriore procedura di "*fact checking*", chiedendo per iscritto chiarimenti alla Portavoce e Capo Ufficio Stampa del Ministro Calenda. Alle ore 16 dell'indomani (cioè alla "chiusura in tipografia" di quest'articolo), nessun feedback dal Mise.
Il modesto cronista ha anche cercato di verificare se su web vi fosse traccia dell'intervento del Ministro alla conferenza del **Mia**.
Incredibilmente (soprattutto per una kermesse che beneficia di una generosa sovvenzione pubblica di 2 milioni di euro, di cui 1,5 milioni dal Mise), sul **sito web del Mia** non è disponibile la videoregistrazione della conferenza stampa, e non è stato possibile rintracciare l'addetta stampa del Mia (peraltro sul sito non vi sono nemmeno i recapiti telefonici della stessa, dato che si viene rimandati all'**Anica**, che, con **Apt**, è co-produttore dell'evento "**Mia**"; le due associazioni sono peraltro co-titolari del marchio) ovvero dell'Anica, il sempre disponibilissimo **Paolo Di Reda**.
Su web, esiste un estratto dell'intervento del Ministro Calenda, pubblicato online su YouTube: fonte **TvZoomChannel** (clicca **qui**, per visionarlo). Ma si tratta, appunto, di un estratto.

A questo punto, il giornalista accurato non può che fermarsi, perché andare oltre significherebbe sconfinare con l'attività di... "*intelligence*".

Se il Ministro non ritiene necessario smentire... *potrebbe significare* che il senso delle dichiarazioni attribuitegli non lo infastidisce, oppure... *potrebbe considerare* le sette associazioni non degne di attenzione o comunque irrilevante la querelle. In verità, proprio irrilevante *non* è, se un Ministro manifesta una critica alle politiche di un proprio collega dell'Esecutivo.

Gli estensori del comunicato stampa delle sette associazioni ribadiscono che quei concetti il Ministro li ha espressi, anche se precisano che il dispaccio non riporta testualmente le parole di Calenda, dato che non c'è un "*virgolettato*".

Per ora, in effetti, il virgolettato è soltanto quello dell'Ansa, che sostanzialmente riporta lo stesso concetto, ma in modo più generico.

Al di là delle parole testuali, riteniamo che il concetto essenziale sia stato espresso ed è netto, chiaro, univoco. Velata o meno, si tratta di una critica all'operato del collega Franceschini.

Coloro che accusano le sette associazioni di un'operazione comunicazionale distorcente (e strumentalizzante), di provocazione politica auto-accreditante, non sono stati in grado, almeno finora, di produrre documentazione probante la propria interpretazione.

La vicenda è comunque sintomatica di una tensione estrema che sta vivendo in questi giorni il settore cinematografico ed audiovisivo italiano.

Come abbiamo già spiegato, la legge cinema e audiovisivo potrà essere apprezzata nella sua concretezza soltanto quando vedranno la luce tutti i decreti attuativi. E ribadiamo: quel che stanno vivendo in queste settimane e giorni il Direttore Generale del Cinema **Nicola Borrelli** ed il suo staff di collaboratori e consulenti è veramente complicato e faticoso, schiacciati tra incudine e martello, anzi... tra più incudini e più martelli.

Se la legge (che è una legge "contenitore", per molti aspetti) fosse stata più chiara nella sua architettura, non si sarebbe arrivati a questa situazione complessa e confusa. D'altronde è impossibile "correggere" con dei decreti alcune "storture" della legge, ma semmai si può cercare di fare chiarezza nelle aree grigie: ma andando in quale direzione, dati i tanti contrastanti interessi in gioco?!

In questa fase, la... "*coperta*" può essere tirata da un lato o dall'altro, ed è evidente che gli interessi in gioco sono contrapposti: "*produttori*" contro "*autori*", "*piccoli produttori*" contro "*grossi produttori*", "*società di produzione*" contro "*broadcaster televisivi*", "*associazioni culturali*" contro "*associazioni imprenditoriali*"... Eccetera.

Un bel *pasticciaccio*, parafrasando Gadda.
Lo scontro è quello di sempre: "*indipendenti*" contro "*major*" (in senso lato).
"*Sostenere i big*" o "*piccolo è bello*"?!
È anche naturale che il Ministro "*dell'economia*" la pensi in modo differente rispetto al Ministro "*della cultura*": è comprensibile che Calenda ritenga che, per stimolare l'internazionalizzazione, si debbano rafforzare le grandi imprese; è comprensibile che Franceschini abbia una visione più plurale, coniugando economia e cultura (anche se abbiamo più volte segnalato quanta attenzione il titolare del Mibact assegni alla componente economica del sistema culturale).
Ed il problema reale è, ancora una volta, in questo Paese, il **policentrismo delle "policy" pubbliche**, e l'assenza – anche rispetto alla promozione internazionale del "*made in Italy*" materiale ed immateriale – di una "*cabina di regia*", ovvero di *una strategia organica lungimirante* (tra l'"economico" ed il "culturale")...
Si resta in attesa di chiarimenti, da una parte o dall'altra.

Fattitaliani.it

MIA - MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO 2017: DAL 19 AL 23 OTTOBRE A ROMA AL DISTRETTO BARBERINI. PROGRAMMA, PREMI E ATTIVITÀ



Con 1500 accreditati da 58 Paesi nelle precedenti edizioni, MIA è l'appuntamento esclusivo per i produttori e distributori di contenuti, film e serie televisive transnazionali e di alto valore industriale, affermatosi allo stesso tempo come un volano importante per promuovere la capacità produttiva, il sistema audiovisivo italiano, il know-how e le expertise del nostro paese a livello internazionale.

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

Per l'edizione 2017 cambia anche l'identità visiva con un nuovo claim, Matching Excellence e un nuovo logo. Entrambi sottolineano il posizionamento che il mercato ha assunto nel panorama degli appuntamenti internazionali dedicati all'industria audiovisiva: quello di un hub frequentato dai leader del mercato dove l'eccellenza italiana è protagonista.

Tra le altre novità di questa edizione, la location: il MIA vivrà le proprie attività nel "distretto" di Piazza Barberini, da Palazzo Barberini, all'Hotel Bernini Bristol, al Cinema Barberini.

MIA è finanziato da Ministero dello Sviluppo Economico, ICE, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, Regione Lazio, e dal programma MEDIA. Tra i partner la Fondazione Cinema per Roma e il Fondo Eurimages del Consiglio d'Europa. MIA si avvale di un comitato editoriale che comprende, oltre ad ANICA e APT: Cartoon IT, 100 Autori, Italian Film Commissions, UNEFA.

IL PROGRAMMA

Tre le sezioni previste per l'edizione 2017: MIACINEMA, un mercato di co-produzione che ha accompagnato, fino alla realizzazione, più del 50% dei progetti selezionati nel corso delle passate edizioni e una piattaforma di riferimento per l'industria europea nella stagione autunnale, dove vedere e acquistare le produzioni più recenti del cinema indipendente e di qualità con 120 proiezioni in 4 giorni, oltre che la vetrina What's Next Italy. MIATV, un appuntamento selezionato di alto profilo per l'industria televisiva mondiale, con l'obiettivo principale di favorire il confronto e il networking, partnership, accordi e nuove opportunità di business in un momento di profonda trasformazione dell'industria italiana. Tra gli appuntamenti più attesi, la seconda edizione del Drama Series Pitching Forum e, per la prima volta, gli Italian TV Upfront. MIA DOC,un boutique market al servizio delle aziende italiane, una piattaforma selettiva ed efficiente a sostegno delle co-produzioni e della distribuzione di documentari e factual. Focus del MIA DOC Co-production Market & Pitching Forumnel 2017è l'investigative, current affairs e human interest.

MIA 2017 conferma anche alcuni programmi speciali: YAS (Young adult spotlight) è uno spazio che si snoda in maniera trasversale tra cinema e TV segnalando nei diversi segmenti presenti al MIA il prodotto kids&teens e young adult nelle varie fasi di sviluppo e con diverse declinazioni: dai pitch ai panel, agli screenings di mercatoa vere e proprie anteprime. Protagonista di YAS quest'anno sarà la graphic novel. Un'altra sezione speciale è dedicata all'animazione, tra le forme più efficaci e innovative della narrazione cine-audiovisiva.

I PREMI

Riconoscendo a MIA un importante ruolo nel sostegno alle co-produzioni e alle relazioni di business intorno ai grandi progetti internazionali, il Fondo Eurimages conferma per il terzo anno di seguito il Premio al Miglior progetto di MIA Cinema. EDI Effetti Digitali Italiani(azienda leader nel settore dei VFX) inaugura il MIA EDI Visionary Award, un premio dedicato a quei progetti di cinema, serie tv e documentario che si contraddistinguono per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi. Tra gli eventi ospitati dal MIA 2017 spicca anche la VI^ edizione del Premio Carlo Bixio: i giovani autori di età compresa tra i 18 ed i 30 anni sono chiamati a cimentarsi in un progetto di serialità senza limiti di genere, con qualità di internazionalizzazione.

Prensario Internacional

Italia: MIA confirma su tercera edición

2017.07.13 | La ANICA (Italian Association of Film industries) y la APT (Italian Association of Television Producers) confirmaron la realización del tercer Mercato Internazionale Audiovisivo (MIA), que se llevará cabo del 19 al 23 de octubre, en Roma.



Con 1500 participantes de 58 en sus ediciones previas, MIA se ha convertido en una cita cada vez más importante para productores y distribuidores de contenidos, una plataforma para comprar y vender contenidos basados en cuatro principales activos del mercado: foro de matchmaking, coproducción y pitching, panel y charlas, proyecciones. MIA también es reconocida como una fuerza motriz importante para la capacidad de producción del sistema audiovisual italiano a nivel internacional.

Este año, el mercado tundra un unuevo logo y un nuevo lema: "Matching Excellence", con el objetivo de destacar la posición que el mercado asume en el paisaje de las reuniones internacionales para la industria audiovisual: un lugar donde establecer y reforzar las relaciones de negocios entre los líderes del mercado global donde la excelencia italiana es el actor principal.

One of the main innovations of this year is the venue: MIA will carry out its activities in the "district" of Piazza Barberini, from the Palazzo Barberini to the Hotel Bernini Bristol and the Cinema Barberini.
MIA cuenta con el apoyo del Ministerio de Desarrollo Económico, ICE, el Ministerio de Patrimonio Cultural y Actividades y Turismo, Regione Lazio y el Programa MEDIA. La Fondazione Cinema per Roma y el Fondo Eurimages del Consejo de Europa son socios de MIA. Su comité editorial está compuesto por Anica, Apt, CartoonIT, 100 Autori, Italian Film Commissions, UNEFA.

Programa
En lo que respecta al programa, el mismo estará divido en tres secciones: MIA CINEMA, un mercado de coproducción donde se presentarán películas independientes y realizarán 120 proyecciones en 4 días, así como el escaparate What's Next Italy; MIA TV, un lugar de encuentro para la comunidad televisiva, con la segunda edición del Drama Series Pitching Forum y por primera vez la TV italiana Upfront como lo más destacado; y MIA DOC, una plataforma de apoyo a las coproducciones y distribución de documentales y de contenido factual.

MIA 2017 también contará con dos programas especiales: YAS (spotlight de jóvenes adultos) que pondrá foco en los niños / adolescentes y adultos jóvenes y otro con foco en animación. Además, el Fondo Eurimages asignará el Premio al Mejor Proyecto Cinematográfico MIA, reconociendo el importante papel de MIA en el apoyo a coproducciones y relaciones comerciales de grandes proyectos internacionales. EDI Effetti Digitali Italiani (empresa de VFX) presenta el MIA EDI Visionary Award, dedicado a películas, series de televisión y proyectos documentales caracterizados por la innovación en la narración a través de un excelente uso de efectos visuales. La cuarta edición del Premio Carlo Bixio es uno de los eventos organizados por MIA 2017: los jóvenes escritores entre 18 y 30 años están llamados a participar en un proyecto de series de televisión con perspectivas internacionales y sin limitación de género.

Millecanali

Un’altra settimana di notizie in breve

Passi avanti per il regolamento sui ‘nuovi contributi’ per le emittenti

Il Ministro per i rapporti con il Parlamento ha già trasmesso, per l'acquisizione del parere parlamentare previsto, lo schema di decreto che contiene il regolamento concernente i criteri per l’erogazione delle risorse del Fondo per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione in favore delle emittenti televisive e radiofoniche locali. Tale provvedimento, dopo il via libera del Consiglio di Stato, è attesissimo soprattutto dalle Tv locali ed è stato assegnato, per la Camera, alle Commissioni Cultura, scienza e istruzione e Trasporti, poste e telecomunicazioni, oltre che alla Commissione Bilancio. Al Senato il provvedimento è stato invece assegnato alla Commissione Lavori pubblici e comunicazioni e, per i profili di pertinenza, alle Commissioni Affari Costituzionali e Bilancio.

Una volta ottenuto il parere delle Commissioni parlamentari, il provvedimento tornerà al Consiglio dei Ministri per l'approvazione definitiva, che potrebbe avvenire prima di Ferragosto.

La Tgr Rai è tutta ‘digitale’

Con la Testata Giornalistica Regionale della Campania si è completato in questi giorni il processo di digitalizzazione delle redazioni regionali Rai. Secondo la Rai, la scelta di "migrare tutte le redazioni regionali in un'organizzazione del lavoro moderna e integrata si inserisce in maniera del tutto funzionale e armonica nell'ambito del progetto di trasformazione in media company di tutta l'azienda".

La complessa operazione ha comportato "l'installazione di ben 21 nuovi impianti di post-produzione, la formazione di circa 1500 risorse, tra giornalisti, impiegati, tecnici e montatori, e investimenti significativi su tutto il territorio nazionale".

Per Vincenzo Morgante, direttore della Testata Giornalistica Regionale della Rai, infine, si tratta del "coronamento di un'impresa che qualche anno fa sembrava assai critica, una grande sfida che ha confermato ancora una volta la straordinaria forza del servizio pubblico radiotelevisivo".

RaiWay era 'scalabile' da Ei Towers

Torna d'attualità una questione che due anni fa fece molto rumore, anche se oggi sembra nei fatti 'superata'.

Si conclude dunque con un'archiviazione per Ei Towers il procedimento giudiziario aperto nel 2015 nei confronti del management della società partecipata al 40% da Mediaset a proposito del tentativo di scalata a Rai Way, società tecnica autonoma (e quotata in Borsa) ma posseduta dalla Rai.

Nel febbraio 2015 Ei Towers lanciò una clamorosa offerta pubblica di acquisto e scambio che fissava il valore di Rai Way a 1,22 miliardi di euro. Una circostanza che provocò movimenti sul mercato azionario ma che soprattutto provocò fortissime polemiche in sede politica: il Governo Renzi chiarì che l'operazione era irrealizzabile a causa di un decreto che fissava le regole per la quotazione della controllata Rai e che prevedeva che il 51% di Rai Way rimanesse in mano pubblica.

Il Gip milanese competente ha però ora stabilito che questo divieto era formulato in un provvedimento in qualche modo 'secondario' e in forma troppo 'blanda': pertanto Ei Towers (che voleva, secondo il Gip, effettivamente scalare Rai Way) non commise reati.

La conseguenza logica è che Rai Way ancor oggi è scalabile e se il Governo intende negare questa possibilità farebbe bene a prevedere nuove norme più 'esplicite'.

'Cose nostre' in prima serata su Raiuno

Nota di merito per Raiuno, che venerdì 21 luglio ha scelto di mandare in onda in prima serata, alle 21.30, uno speciale del suo bel programma di inchieste "Cose Nostre" dedicato a Matteo Messina Denaro, il boss mafioso latitante da più di 25 anni. Il racconto della vita di Matteo Messina Denaro è diventata anche la storia di quarant'anni di mafia in una zona da sempre roccaforte dei più grandi affari di Cosa Nostra: Trapani e la sua provincia. Da segnalare in particolare le testimonianze di magistrati come Nino Di Matteo, Andrea Tarondo e Teresa Principato e degli uomini delle forze dell'ordine che hanno dato la caccia a Matteo Messina Denaro.

Una bella e lunga (due ore e più!) inchiesta che è stata curata con grande cura dal team di 'Cose nostre', con in prima fila Emilia Brandi e poi Michele Alberico, Alessandro Chiappetta, Giorgio Mottola, Riccardo Pintori, Danilo Procaccianti. Regia di Andrea Doretti. L'ascolto non è poi stato disprezzabile: 1.482.000 spettatori pari al 9.8% di share.

Presentato il Premio MIA EDI Visionary Award

È stata presentata a Roma, durante la conferenza stampa del MIA (Mercato Internazionale Audiovisivo) di cui abbiamo recentemente riferito, la prima edizione del Premio MIA EDI Visionary Award: un riconoscimento promosso da EDI Effetti Digitali Italiani in collaborazione con il MIA stesso. Il Visionary Award sarà assegnato al progetto che si contraddistinguerà per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi nel corso della manifestazione romana, in programma dal 19 al 23 ottobre.

EDI, la principale società italiana di post-produzione ed effetti visivi per il cinema e la pubblicità, finanzia il MIA EDI Visionary Award con un contributo di 15 mila euro in servizi di post- produzione ed effetti visivi per il progetto internazionale vincente. I progetti che possono essere candidati sono lungometraggi, serie Tv o documentari in stadio di sviluppo avanzato, tra quelli selezionati da MIA Cinema, MIA Tv e MIA Doc.

Reggio Tv: preavviso di licenziamento per 16 dipendenti

In una nota della FNSI si dà conto di una bruttissima notizia per il mondo giornalistico e televisivo della Calabria. Succede che “Reggio Tv, l’emittente televisiva fondata dall’editore Eduardo Lamberti Castronuovo, ha notificato a 16 dei 19 dipendenti (6 su 7 giornalisti) il ‘preavviso scritto di licenziamento’, con invito a presentarsi davanti alla Commissione provinciale di Conciliazione della Direzione territoriale del Lavoro di Reggio Calabria”.
Viene contestata in specifico “la discutibile procedura condotta silenziosamente dall’azienda che non avrebbe ancora corrisposto ben sei mensilità (da gennaio a giugno 2017) e la tredicesima 2016 e non ha espletato alcuna procedura di consultazione sindacale”.

L'Alfa Gi Produzioni Editoriali integrate srl di Campo Calabro (vicino Villa San Giovanni), cui fa capo Reggio Tv, sostiene di aver trasferito la propria sede legale a Roma e informa di aver ceduto già il 14 novembre 2016 alla società Canale 14 srl "l'attività aziendale della messa in onda di servizi di media audiovisivi destinati alla diffusione in tecnica digitale su frequenze terrestri relativi al marchio/palinsesto Reggio Tv".

Inoltre, con successivo atto del 14 giugno 2017 il Ministero dello Sviluppo Economico "comunicava l'avvenuta voltura in capo a Canale 14 srl delle autorizzazioni relative ai marchi/palinsesti Reggio Tv, Reggio Tv Sport, Reggio Tv Cultura, Reggio Tv Economia, Reggio Tv Formazione e Reggio Tv Medicina, rendendo definitivamente esecutivo l'atto di cessione" nel quale "venivano trasferiti nell'ambito del ramo aziendale ceduto anche tre dipendenti della cedente Alfa Gi srl". In ragione di ciò la Alfa Gi ritiene, in sostanza, di dover licenziare il resto del personale di Reggio Tv.

«In realtà - afferma il segretario generale aggiunto della Fnsi, Carlo Parisi - non sono state rispettate le procedure previste dall'art. 47 della legge n. 428/90 che, nel caso di cessione di ramo d'azienda, prevede l'esame congiunto con le organizzazioni sindacali".

CINEMATOGRAPHE
POWERED BY FILMISNOW

MIA – appuntamenti, ospiti e selezione del drama series pitching forum

Il MIA - Mercato Internazionale Audiovisivo si terrà a Roma dal 19 al 23 Ottobre: qui troverete appuntamenti, ospiti e selezione progetti.

Di **Valentina Appolloni** - 26 settembre 2017



Il MIA, per esteso Mercato Internazionale Audiovisivo, è giunto alla sua terza edizione che vede l'evento ripetersi a Roma dal 19 al 23 Ottobre presso il "distretto Barberini". Un mercato trasversale a cinema, televisione e al genere documentaristico ideato da E' ideato, realizzato e prodotto da **ANICA** (Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche e Audiovisive) e **APT** (Associazione Produttori Televisivi) e finanziato da Ministero dello Sviluppo Economico, ICE, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, Regione Lazio, e dal programma MEDIA. Di seguito ecco la selezione per il Drama Series pitching forum: si tratta di titoli in fase di sviluppo che verranno presentati in incontri riservati con *commissioning editor* e *head of coproduction* di società.

Di seguito i titoli dei 15 progetti interessati: *4 Words for Love (UK); Beatrice Cenci – The Trial (ITALY);Beautiful Minds – Bernini vs Borromini (ITALY); The Brothers Nobel (DENMARK);Cornucopia (ICELAND); Don't Leave Me (ITALY); Enemies (UK); Ko3a Nostra (Ukraine); Red Orchestra (POLAND); Replay (FRANCE) Survivors (ITALY); The Emperor (FINLAND,FRANCE,GERMANY); The Pleasure Principle (POLAND); Venice Rising (ITALY); Woodland (UK)* (allegata scheda dedicata con trama e dettagli).

Tra gli ospiti della terza edizione di MIA – Mercato Internazionale Audiovisivo spicca **Daniel Dae Kim,** di *Hawaii Five-O,* che affronterà il tema dell'internazionalizzazione dell'industria tv da un duplice punto di vista: attoriale e produttivo. Tra gli altri ospiti ci saranno anche gli showrunner Frank Spotniz, Evan Katz e Chris Brancato. Sarà possibile assistere agli eventi e incontrare gli ospiti grazie alle sezioni *Panel* e *Conversation With,* nelle quali i personaggi predominanti dell'industria sono chiamati a discutere su temi di attualità facendo emergere connessioni e punti di vista originali.

E-DUESSE.IT

TELEVISIONE

26 SETTEMBRE 2017 13:02

MIA TV: GLI OSPITI E LE SERIE IN CALENDARIO

share

Eliana Corti



Frank Spotniz

Saranno 15 i progetti protagonisti del Drama Series Pitching Forum, di cui cinque italiani. Tra gli ospiti, lo showrunner Frank Spotniz

Si scaldano i motori della terza edizione del Mia, Mercato Internazionale dell'Audiovisivo di Roma, in calendario dal 19 al 23 ottobre. Gli organizzatori hanno reso noti gli highlight del Mia Tv, la sezione dedicata al mercato televisivo. Sono 15 i progetti protagonisti del "Drama Series Pitching Forum", che saranno presentanti a commissioning editor e head of coproduction di società come Cbs, Entertainment One, Bbc Worldwide, Amc, Hbo, Pinewood Tv, Oltremedia, Abc, Itv e A+E. Questi i progetti: *4 Words for Love* (UK); *Beatrice Cenci – The Trial* (Italia); *Beautiful Minds – Bernini vs Borromini* (Italia); *The Brothers Nobel* (Danimarca); *Cornucopia* (Islanda); *Don't Leave Me* (Italia); *Enemies* (UK); *Ko3a Nostra* (Ukraine); *Red Orchestra* (Polonia); *Replay* (Francia), *Survivors* (Italia); *The Emperor* (Finlandia, Francia, Germania); *The Pleasure Principle* (Polonia); *Venice Rising* (Italia); *Woodland* (UK). Tanti gli ospiti internazionali presenti quest'anno ai panel e conversation in calendario. Nel panel "Meet the showrunners" interverranno Frank Spotniz (*X-Files, Medici*), Chris Brancato (*Narcos*) Evan Katz (*24: Legacy*). Sette executive della tv internazionali presenzieranno l'incontro "Powerful Women in Global Entertainment", mentre "Creative Partnerships: BBC Worldwide, BBC Studios and Lookout Point" vedrà intervenire Ben Donald (Executive Producer BBC Worldwide) e Damian Keogh (Managing Director Lookout Point). E ancora, previste due "conversation", una con Daniel Dae Kim, protagonista di *Hawaii Five-O* e *Lost* e produttore di *The Good Doctor* e una con David Levine, co-head of drama di Hbo.

key4biz
dal 2002

MERCATO AUDIOVISIVO

Ascolta

Mia, annunciati i primi appuntamenti per la kermesse dell'audiovisivo

MIA, Mercato Internazionale dell'Audiovisivo di Roma, annuncia gli highlight della sua sezione dedicata al drama televisivo, MIA TV e svela appuntamenti e ospiti.

di Redazione | @Key4biz | 26 settembre 2017, ore 13:30



Il MIA, l'appuntamento esclusivo per i produttori e distributori di contenuti, film e serie televisive transnazionali e di alto valore industriale torna con la sua terza edizione a Roma dal 19 al 23 ottobre 2017.

Il board di MIA TV ha selezionato i 15 progetti che saranno protagonisti del "Drama Series Pitching Forum". Si tratta di titoli in fase di sviluppo che verranno presentati in incontri riservati con *commissioning editor* e *head of coproduction* di società tra cui: CBS Paramount, Entertainment One, BBC worldwide, HBO, AMC Studios, Pinewood TV, Oltremedia, ABC Studios, ITV, A+E.

Questi i progetti: *4 Words for Love (UK); Beatrice Cenci – The Trial (ITALY); Beautiful Minds – Bernini vs Borromini (ITALY); The Brothers Nobel (DENMARK); Cornucopia (ICELAND); Don't Leave Me (ITALY); Enemies (UK); Ko3a Nostra (Ukraine); Red Orchestra (POLAND); Replay (FRANCE) Survivors (ITALY); The Emperor (FINLAND,FRANCE,GERMANY); The Pleasure Principle (POLAND); Venice Rising (ITALY); Woodland (UK)* (allegata scheda dedicata con trama e dettagli).

Per la prima volta, le migliori serie televisive italiane in lavorazione verranno presentate in anteprima assoluta a broadcasters, head of drama, commissioning editors, distributori internazionali con l'obiettivo di mostrare l'eccellenza e la competitività della produzione italiana e favorirne l'esportazione.

Nei panel e conversazioni di MIA TV 2017 i top player dell'industria sono chiamati a discutere su temi di attualità facendo emergere connessioni e punti di vista originali. Questi incontri, ciascuno sul proprio terreno, hanno anche l'obiettivo di delineare gli elementi necessari per uno sviluppo internazionale della televisione italiana.
"*Meet the showrunners*" è un panel che vedrà insieme alcune delle menti più brillanti della televisione globale: **Frank Spotniz**, già ideatore di *X-Files*, *The man in the high castle* e reduce dall'esperienza "italiana" di *Medici* (co-produzione internazionale tra Italia, Regno Unito e Francia, di cui è in lavorazione la seconda stagione), **Chris Brancato**, co-creatore di *Narcos* e noto per il suo lavoro in serie tv cult come *X-Files e Hannibal* e **Evan Katz**, executive producer di serie tv tra cui *24: Legacy, Body of proof* e *The event* racconteranno la loro esperienza a cavallo tra gli Studios storici e le realtà produttive più nuove come Amazon e Netflix, e analizzeranno le difficoltà e le opportunità di lavorare Europa.

"*Powerful Women in Global Entertainment*", è un incontro al femminile in cui 7 grandi executives della televisione internazionale e dell'entertainment saranno per la prima volta insieme per discutere della televisione che verrà e del ruolo delle donne nella industry televisiva.

"*Creative Partnerships: BBC Worldwide, BBC Studios and Lookout Point*", con Ben Donald (Executive Producer BBC Worldwide) e Damian Keogh (Managing Director Lookout Point) chiamati a confrontarsi sui nuovi modelli di business produttivi, partnership strategiche, integrazioni verticali, coproduzioni internazionali e novità di programmazione.

"In conversation with Daniel Dae Kim" Dae Kim affronterà il tema dell'internazionalizzazione dell'industria tv da un duplice punto di vista: attoriale, avendo preso parte a show globali come *Hawaii Five-O* e *Lost* e produttivo, avendo realizzato per il network ABC la serie *the Good Doctor*, remake di uno show sudcoreano di grande successo. Dae Kim racconterà inoltre il suo impegno nel portare avanti progetti televisivi che rappresentino la diversità culturale in maniera più coraggiosa e meno stereotipata.

"*In conversation with HBO", con David Levine* Un incontro per analizzare le sfide e le strategie del network che più di tutti sta valorizzando l'eccellenza creativa italiana, in un momento di grande competizione internazionale e di trasformazione dei consumi da parte degli spettatori.

radiowebitalia.it



Home | Manifestazioni | ...ato Internazionale dell'Audiovisivo di Roma annuncia ...

MIA – Mercato Internazionale dell'Audiovisivo di Roma annuncia annuncia primi titoli e ospiti

Redazione 26 settembre 2017 Manifestazioni Lascia un commento 284 Visite

MIA, Mercato Internazionale dell'Audiovisivo di Roma, annuncia gli highlight della sua sezione dedicata al drama televisivo, MIA TV, nata per promuovere networking d'eccellenza, accordi e circolazione di idee nell'industria televisiva internazionale.

DRAMA SERIES PITCHING FORUM – I TITOLI

Il board di MIA TV ha selezionato i 15 progetti che saranno protagonisti del "Drama Series Pitching Forum". Si tratta di titoli in fase di sviluppo che verranno presentati in incontri riservati con commissioning editor e head of coproduction di società tra cui: CBS Paramount, Entertainment One, BBC worldwide, HBO, AMC Studios, Pinewood TV, Oltremedia, ABC Studios, ITV, A+E.

Questi i progetti: 4 Words for Love (UK); Beatrice Cenci – The Trial (ITALY); Beautiful Minds – Bernini vs Borromini (ITALY); The Brothers Nobel (DENMARK); Cornucopia (ICELAND); Don't Leave Me (ITALY); Enemies (UK); Ko3a Nostra (Ukraine); Red Orchestra (POLAND); Replay (FRANCE) Survivors (ITALY); The Emperor (FINLAND,FRANCE,GERMANY); The Pleasure Principle (POLAND); Venice Rising (ITALY); Woodland (UK) (allegata scheda dedicata con trama e dettagli).

PANEL e CONVERSATION WITH

Nei panel e conversazioni di MIA TV 2017 i top player dell'industria sono chiamati a discutere su temi di attualità facendo emergere connessioni e punti di vista originali. Questi incontri, ciascuno sul proprio terreno, hanno anche l'obiettivo di delineare gli elementi necessari per uno sviluppo internazionale della televisione italiana.

"Meet the showrunners" è un panel che vedrà insieme alcune delle menti più brillanti della televisione globale: Frank Spotniz, già ideatore di X-Files, The man in the high castle e reduce dall'esperienza "italiana" di Medici (co-produzione internazionale tra Italia, Regno Unito e Francia, di cui è in lavorazione la seconda stagione), Chris Brancato, co-creatore di Narcos e noto per il suo lavoro in serie tv cult come X-Files e Hannibal e Evan Katz, executive producer di serie tv tra cui 24: Legacy, Body of proof e The event racconteranno la loro esperienza a cavallo tra gli Studios storici e le realtà produttive più nuove come Amazon e Netflix, e analizzeranno le difficoltà e le opportunità di lavorare Europa.

"Powerful Women in Global Entertainment", è un incontro al femminile in cui 7 grandi executives della televisione internazionale e dell'entertainment saranno per la prima volta insieme per discutere della televisione che verrà e del ruolo delle donne nella industry televisiva.

"Creative Partnerships: BBC Worldwide, BBC Studios and Lookout Point", con Ben Donald (Executive Producer BBC Worldwide) e Damian Keogh (Managing Director Lookout Point) chiamati a confrontarsi sui nuovi modelli di business produttivi, partnership strategiche, integrazioni verticali, coproduzioni internazionali e novità di programmazione.

"In conversation with Daniel Dae Kim" Dae Kim affronterà il tema dell'internazionalizzazione dell'industria tv da un duplice punto di vista: attoriale, avendo preso parte a show globali come Hawaii Five-O e Lost e produttivo, avendo realizzato per il network ABC la serie the Good Doctor, remake di uno show sudcoreano di grande successo. Dae Kim racconterà inoltre il suo impegno nel portare avanti progetti televisivi che rappresentino la diversità culturale in maniera più coraggiosa e meno stereotipata.

"In conversation with HBO", con David Levine Un incontro per analizzare le sfide e le strategie del network che più di tutti sta valorizzando l'eccellenza creativa italiana, in un momento di grande competizione internazionale e di trasformazione dei consumi da parte degli spettatori.

MIA|ABOUT

MIA è un mercato trasversale a cinema, televisione e documentario La sua terza edizione si terrà a Roma dal 19 al 23 ottobre presso il "distretto Barberini". E' ideato, realizzato e prodotto da ANICA (Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche e Audiovisive) e APT (Associazione Produttori Televisivi) e finanziato da Ministero dello Sviluppo Economico, ICE, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, Regione Lazio, e dal programma MEDIA. Sponsor tecnico è la Fondazione Cinema per Roma e partner il Fondo Eurimages del Consiglio d'Europa. MIA si avvale di un comitato editoriale che comprende, oltre ad ANICA e APT: CartoonIT, 100 Autori, Italian Film Commissions, UNEFA

EVENTI ROMA

MIA, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo di Roma annuncia primi titoli e ospiti

settembre 26, 2017 780 0



Frank Spotnitz

Roma, 26 settembre 2017 – **MIA – Mercato Internazionale dell'Audiovisivo** di Roma, annuncia gli highlight della sua sezione dedicata al drama televisivo, MIA TV, nata per promuovere networking d'eccellenza, accordi e circolazione di idee nell'industria televisiva internazionale.

DRAMA SERIES PITCHING FORUM – I TITOLI

Il board di MIA TV ha selezionato i 15 progetti che saranno protagonisti del **"Drama Series Pitching Forum"**. Si tratta di titoli in fase di sviluppo che verranno presentati in incontri riservati con commissioning editor e head of coproduction di società tra cui: CBS Paramount, Entertainment One, BBC worldwide, HBO, AMC Studios, Pinewood TV, Oltremedia, ABC Studios, ITV, A+E.

Questi i progetti: *4 Words for Love* (UK); *Beatrice Cenci – The Trial* (ITALY); *Beautiful Minds – Bernini vs Borromini* (ITALY); *The Brothers Nobel* (DENMARK); *Cornucopia* (ICELAND); *Don't Leave Me* (ITALY); *Enemies* (UK); *Ko3a Nostra* (Ukraine); *Red Orchestra* (POLAND); *Replay* (FRANCE); *Survivors* (ITALY); *The Emperor* (FINLAND, FRANCE, GERMANY); *The Pleasure Principle* (POLAND); *Venice Rising* (ITALY); *Woodland* (UK).

ITALIAN TV UPFRONT

Per la prima volta, le migliori serie televisive italiane in lavorazione verranno presentate in anteprima assoluta a broadcasters, head of drama, commissioning editors, distributori internazionali con l'obiettivo di mostrare l'eccellenza e la competitività della produzione italiana e favorirne l'esportazione.

PANEL e CONVERSATION WITH

Nei panel e conversazioni di **MIA TV 2017** i top player dell'industria sono chiamati a discutere su temi di attualità facendo emergere connessioni e punti di vista originali. Questi incontri, ciascuno sul proprio terreno, hanno anche l'obiettivo di delineare gli elementi necessari per uno sviluppo internazionale della televisione italiana.

"Meet the showrunners" è un panel che vedrà insieme alcune delle menti più brillanti della televisione globale: **Frank Spotnitz**, già ideatore di *X-Files*, *The man in the high castle* e reduce dall'esperienza "italiana" de *I Medici* (co-produzione internazionale tra Italia, Regno Unito e Francia, di cui è in lavorazione la seconda stagione), **Chris Brancato**, co-creatore di *Narcos* e noto per il suo lavoro in serie tv cult come *X-Files* e *Hannibal, e* **Evan Katz**, executive producer di serie tv tra cui *24: Legacy*, *Body of proof* e *The Event*, racconteranno la loro esperienza a cavallo tra gli Studios storici e le realtà produttive più nuove come Amazon e Netflix, e analizzeranno le difficoltà e le opportunità di lavorare Europa.

"Powerful Women in Global Entertainment" è un incontro al femminile in cui sette grandi executives della televisione internazionale e dell'entertainment saranno per la prima volta insieme per discutere della televisione che verrà e del ruolo delle donne nella industry televisiva.

"Creative Partnerships: BBC Worldwide, BBC Studios and Lookout Point", con **Ben Donald** (Executive Producer BBC Worldwide) e **Damian Keogh** (Managing Director Lookout Point) chiamati a confrontarsi sui nuovi modelli di business produttivi, partnership strategiche, integrazioni verticali, coproduzioni internazionali e novità di programmazione.

"In conversation with Daniel Dae Kim", con **Daniel Dae Kim** che affronterà il tema dell'internazionalizzazione dell'industria tv da un duplice punto di vista: attoriale, avendo preso parte a show globali come *Hawaii Five-O* e *Lost,* e produttivo, avendo realizzato per il network ABC la serie *The Good Doctor*, remake di uno show sudcoreano di grande successo. Dae Kim racconterà inoltre il suo impegno nel portare avanti progetti televisivi che rappresentino la diversità culturale in maniera più coraggiosa e meno stereotipata.

"In conversation with HBO", con **David Levine** un incontro per analizzare le sfide e le strategie del network che più di tutti sta valorizzando l'eccellenza creativa italiana, in un momento di grande competizione internazionale e di trasformazione dei consumi da parte degli spettatori.

MIA|ABOUT

MIA è un mercato trasversale a cinema, televisione e documentario. La sua terza edizione si terrà a Roma dal 19 al 23 ottobre presso il "distretto Barberini". È ideato, realizzato e prodotto da ANICA (Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche e Audiovisive) e APT (Associazione Produttori Televisivi) e finanziato da Ministero dello Sviluppo Economico, ICE, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, Regione Lazio, e dal programma MEDIA. Sponsor tecnico è la Fondazione Cinema per Roma e partner il Fondo Eurimages del Consiglio d'Europa. MIA si avvale di un comitato editoriale che comprende, oltre ad ANICA e APT: CartoonIT, 100autori, Italian Film Commissions, UNEFA.

Sta per ripartire il MIA – Mercato Internazionale dell'Audiovisivo di Roma: le prime candidature

By Giuseppe Ino on 26/09/2017 *@InoGiuseppe*

Nata per promuovere networking d'eccellenza, accordi e circolazione di idee nell'industria televisiva internazionale.

Il board di MIA TV ha selezionato i **15 progetti** che saranno protagonisti del "**Drama Series Pitching Forum**". Si tratta di titoli in fase di sviluppo che verranno presentati in incontri riservati con *commissioning editor* e *head of coproduction* di società tra cui: CBS Paramount, Entertainment One, BBC worldwide, HBO, AMC Studios, Pinewood TV, Oltremedia, ABC Studios, ITV, A+E.

Questi i progetti: *4 Words for Love (UK); Beatrice Cenci – The Trial (ITALY); Beautiful Minds – Bernini vs Borromini (ITALY); The Brothers Nobel (DENMARK); Cornucopia (ICELAND); Don't Leave Me (ITALY); Enemies (UK); Ko3a Nostra (Ukraine); Red Orchestra (POLAND); Replay (FRANCE) Survivors (ITALY); The Emperor (FINLAND,FRANCE,GERMANY); The Pleasure Principle (POLAND); Venice Rising (ITALY); Woodland (UK)* (allegata scheda dedicata con trama e dettagli).



ITALIAN TV UPFRONT

Per la prima volta, le migliori serie televisive italiane in lavorazione verranno presentate in anteprima assoluta a broadcasters, head of drama, commissioning editors, distributori internazionali con l'obiettivo di mostrare l'eccellenza e la competitività della produzione italiana e favorirne l'esportazione.

PANEL e CONVERSATION WITH

Nei panel e conversazioni di MIA TV 2017 i top player dell'industria sono chiamati a discutere su temi di attualità facendo emergere connessioni e punti di vista originali. Questi incontri, ciascuno sul proprio terreno, hanno anche l'obiettivo di delineare gli elementi necessari per uno sviluppo internazionale della televisione italiana.

"***Meet the showrunners***" è un panel che vedrà insieme alcune delle menti più brillanti della televisione globale: **Frank Spotniz**, già ideatore di *X-Files*, *The man in the high castle* e reduce dall'esperienza "italiana" di *Medici* (co-produzione internazionale tra Italia, Regno Unito e Francia, di cui è in lavorazione la seconda stagione), **Chris Brancato,** co-creatore di *Narcos* e noto per il suo lavoro in serie tv cult come *X-Files e Hannibal* e **Evan Katz**, executive producer di serie tv tra cui *24: Legacy, Body of proof* e *The event* racconteranno la loro esperienza a cavallo tra gli Studios storici e le realtà produttive più nuove come Amazon e Netflix, e analizzeranno le difficoltà e le opportunità di lavorare Europa.

"***Powerful Women in Global Entertainment***", è un incontro al femminile in cui 7 grandi executives della televisione internazionale e dell'entertainment saranno per la prima volta insieme per discutere della televisione che verrà e del ruolo delle donne nella industry televisiva.

"***Creative Partnerships: BBC Worldwide, BBC Studios and Lookout Point***", con **Ben Donald** (Executive Producer BBC Worldwide) e **Damian Keogh** (Managing Director Lookout Point) chiamati a confrontarsi sui nuovi modelli di business produttivi, partnership strategiche, integrazioni verticali, coproduzioni internazionali e novità di programmazione.

"In conversation with Daniel Dae Kim" Dae Kim affronterà il tema dell'internazionalizzazione dell'industria tv da un duplice punto di vista: attoriale, avendo preso parte a show globali come *Hawaii Five-O* e *Lost* e produttivo, avendo realizzato per il network ABC la serie *the Good Doctor*, remake di uno show sudcoreano di grande successo. Dae Kim racconterà inoltre il suo impegno nel portare avanti progetti televisivi che rappresentino la diversità culturale in maniera più coraggiosa e meno stereotipata.

"***In conversation with HBO", con David Levine*** Un incontro per analizzare le sfide e le strategie del network che più di tutti sta valorizzando l'eccellenza creativa italiana, in un momento di grande competizione internazionale e di trasformazione dei consumi da parte degli spettatori.

cineuropa

ROMA 2017 Industria

Al MIA di Roma 20 progetti da 14 paesi

di Camillo De Marco

27/09/2017 - La terza edizione del Mercato Internazionale dell'Audiovisivo di Roma (dal 19 al 23 ottobre) presenterà all'industria cinematografica progetti di lungometraggio, fiction e documentari



Il regista ceco Vaclav Kadrnka

La terza edizione del MIA, Mercato Internazionale dell'Audiovisivo di Roma (dal 19 al 23 ottobre) presenterà all'industria cinematografica internazionale 20 progetti di lungometraggio cinematografico (fiction e documentari) provenienti da 14 paesi diversi, valutati e scelti dal comitato di selezione composto da **Cristina Cavaliere** (international Sales, Rai Com, Italia), **Finola Dwyer** (produttrice, Wildgaze Films, UK) e **Jakub Duszynski** (head of acquisitions, Gutek Film, Polonia).

Mentre si conferma la presenza di Eurimages - il Fondo per il Cinema del Consiglio d'Europa – che assegnerà il Co-production Development Award di 20.000 euro, la novità di quest'anno è il MIA|EDI Visionary Award, un premio che mira ad aiutare quei progetti che riescono a innovare l'arte dello storytelling attraverso un utilizzo creativo ed eccellente degli effetti visivi.

Vediamo nel dettaglio i progetti selezionati: *Duo*è co-produzione spagnolo argentina per una regista spagnola emergente, **Meritxell Colell Aparicio**, già selezionata all'Atelier di Cinéfondation di Cannes. Il regista di *Cork,* **Mikel Gurrea**, esordisce nel lungometraggio sostenuto da Lastor Media, che aveva prodotto i film di due talenti catalani, *Júlia ist* [+] di **Elena Martín**, e *Long Distance* [+] di **Carlos Marques-Marcet**. *Durendal* è un progetto di animazione "per adulti" di **Egidio Eronico** e il produttore Partner Media Investment è lo stesso del documentario *Michel Petrucciani Body and Soul* di **Michael Radford**. *Emil* è firmato dallo slovacco **Peter Bebjak**, che con *The Line* [+] aveva vinto il premio della regia al Karlovy Vary IFF. Il regista di *I Hate Berlin*, il rumeno **Valentin Hotea**, aveva portato il suo *Roxanne* [+] ai festival di Locarno, Cottbus, Praga, Luxor e altri, mentre la Hi Film Productions può vantare l'Orso d'Argento alla Berlinale per la regia a **Radu Jude** con *Aferim!* [+]. Il progetto svedese *Madame Luna* di **Binyam Berhane** era già stato selezionato nell'ambito del programma TRL Espresso, una collaborazione tra il London Production Finance Market e il When East Meets West di Trieste. *Noah's Ark* è progetto di animazione brasiliano prodotto tra gli altri da **Walter Salles**. *Nowhere* del portoghese **Marco Leão** arriva dalla collaborazione del MIA con il Sundance, dove ha partecipato al Mediterranean Screenwriters Workshop. *Pablo* di **Enrico Maria Artale** è prodotto dalla Young Films di **Roberto De Paolis**, regista di *Cuori Puri* [+], presentato quest'anno a Cannes.

La polacca **Agnieszka Zwiefka**, premiata all'IDFA di Amsterdam per *The Queen of Silence* [+], è dietro al progetto *Patagonia,* presentato da Harine Films. *Saving One Who was Dead* (produttore Sirius Films) è del regista ceco **Vaclav Kadrnka**, premiato a Karlovy Vary per il precedente *Little Crusader* [+]. Il progetto del brasiliano **Fabio Baldo**, *Sweet Hell Throughout the Galaxy*, è prodotto da Glaz, mentre proviene dal laboratorio del Sundance il progetto americano di animazione "indie" *The Cryptozoo Debut* di **Dash Shaw**. *The Outpost* (Dugong Films) è un ambizioso documentario italiano di **Edoardo Morabito**, montatore di *Liberami* [+] di **Federica Di Giacomo**, vincitore di Orizzonti alla Mostra di Venezia 2016. *The Searchers* (Temper Films) è un progetto del regista **Andreas Prochaska**, noto per *The Dark Valley* [+], candidato austriaco per l'Oscar e vincitore di 8 German Film Awards. *The Tentmaster's Daughter* di **Isabel Anderton** con Patchwork Productions è un progetto che ha già ricevuto il BFI script development funding. Tra i produttori di *We Are the Winners* di **Giovanni Piperno** c'è **Matteo Garrone** che sviluppa con **Giovanni Pompili** questa sorta di musical coming-of-age sociale nato da un laboratorio "sul campo" nella periferia romana. *Yalda* di **Massoud Bakhshi** è un progetto sulla condizione femminile in Iran di JBA Productions, già passato nel laboratorio del Sundance e alla Résidence di Cannes, mentre *Caliber 9* è firmato da **Renato De Maria** (*Italian Gangsters* [+]) e prodotto da Bibi Film di **Angelo Barbagallo**.

media COMUNICAZIONE

MIA – Mercato Internazionale dell'Audiovisivo – A Roma dal 19 al 23 ottobre

settembre 28, 2017 - mediaNews

MIA, Mercato Internazionale dell'Audiovisivo di Roma, annuncia gli *highlight* della sua sezione dedicata al *drama televisivo*, **MIA TV**, nata per promuovere networking



d'eccellenza, accordi e circolazione di idee nell'industria televisiva internazionale.

DRAMA SERIES PITCHING FORUM – I TITOLI

Il board di MIA TV ha selezionato i **15 progetti** che saranno protagonisti del **"Drama Series Pitching Forum"**. Si tratta di titoli in fase di sviluppo che verranno presentati in incontri riservati con *commissioning editor* e *head of coproduction* di società tra cui: CBS Paramount, Entertainment One, BBC worldwide, HBO, AMC Studios, Pinewood TV, Oltremedia, ABC Studios, ITV, A+E.

Questi i progetti: *4 Words for Love (UK); Beatrice Cenci – The Trial (ITALY); Beautiful Minds – Bernini vs Borromini (ITALY); The Brothers Nobel (DENMARK); Cornucopia (ICELAND); Don't Leave Me (ITALY); Enemies (UK); Ko3a Nostra (Ukraine); Red Orchestra (POLAND); Replay (FRANCE) Survivors (ITALY); The Emperor (FINLAND,FRANCE,GERMANY); The Pleasure Principle (POLAND); Venice Rising (ITALY); Woodland (UK)* (allegata scheda dedicata con trama e dettagli).

ITALIAN TV UPFRONT

Per la prima volta, le migliori serie televisive italiane in lavorazione verranno presentate in anteprima assoluta a broadcasters, head of drama, commissioning editors, distributori internazionali con l'obiettivo di mostrare l'eccellenza e la competitività della produzione italiana e favorirne l'esportazione.

PANEL e CONVERSATION WITH

Nei panel e conversazioni di MIA TV 2017 i top player dell'industria sono chiamati a discutere su temi di attualità facendo emergere connessioni e punti di vista originali. Questi incontri, ciascuno sul proprio terreno, hanno anche l'obiettivo di delineare gli elementi necessari per uno sviluppo internazionale della televisione italiana.

"*Meet the showrunners*" è un panel che vedrà insieme alcune delle menti più brillanti della televisione globale: **Frank Spotniz**, già ideatore di *X-Files*, *The man in the high castle* e reduce dall'esperienza "italiana" di *Medici* (co-produzione internazionale tra Italia, Regno Unito e Francia, di cui è in lavorazione la seconda stagione), **Chris Brancato,**co-creatore di *Narcos* e noto per il suo lavoro in serie tv cult come *X-Files e Hannibal* e **Evan Katz**, executive producer di serie tv tra cui *24: Legacy, Body of proof* e *The event*racconteranno la loro esperienza a cavallo tra gli Studios storici e le realtà produttive più nuove come Amazon e Netflix, e analizzeranno le difficoltà e le opportunità di lavorare Europa.

"*Powerful Women in Global Entertainment*", è un incontro al femminile in cui 7 grandi executives della televisione internazionale e dell'entertainment saranno per la prima volta insieme per discutere della televisione che verrà e del ruolo delle donne nella industry televisiva.

"***Creative Partnerships: BBC Worldwide, BBC Studios and Lookout Point***", con **Ben Donald** (Executive Producer BBC Worldwide) e **Damian Keogh** (Managing Director Lookout Point) chiamati a confrontarsi sui nuovi modelli di business produttivi, partnership strategiche, integrazioni verticali, coproduzioni internazionali e novità di programmazione.

"In conversation with Daniel Dae Kim" Dae Kim affronterà il tema dell'internazionalizzazione dell'industria tv da un duplice punto di vista: attoriale, avendo preso parte a show globali come *Hawaii Five-O* e *Lost* e produttivo, avendo realizzato per il network ABC la serie *the Good Doctor*, remake di uno show sudcoreano di grande successo. Dae Kim racconterà inoltre il suo impegno nel portare avanti progetti televisivi che rappresentino la diversità culturale in maniera più coraggiosa e meno stereotipata.

"***In conversation with HBO", con David Levine*** Un incontro per analizzare le sfide e le strategie del network che più di tutti sta valorizzando l'eccellenza creativa italiana, in un momento di grande competizione internazionale e di trasformazione dei consumi da parte degli spettatori.

il VELINO.it

Spettacoli

Cinema, Anart presenta i trailer vincitori del Concorso ProFormat

In occasione dell'apertura del Mia - Mercato Internazionale dell'Audiovisivo - giovedì 19 ottobre

di Redazione | 12:31 - 28 settembre 2017 | fonte ilVelino/AGV NEWS | Roma



Roma, 12:31 - 28 settembre 2017 (AGV NEWS)

Giovedì 19 ottobre, giorno di apertura del MIA - Mercato Internazionale dell'Audiovisivo, saranno presentati i trailer dei 10 format vincitori del concorso ProFormat 2a edizione, dalle ore 10.00 alle ore 13.00 nella sala Giada dell'Hotel Bernini Bristol di Roma. Dopo il successo della prima edizione del Concorso del Format Creativo Italiano, ProFormat 2016, l'ANART, Associazione Nazionale Autori Radiotelevisivi, con la collaborazione e il sostegno di SIAE - Società Italiana degli Autori ed Editori e di UNISOB, Università Suor Orsola Benincasa di Napoli, ha lanciato quest'anno la seconda edizione del Concorso ProFormat, al fine di promuovere la creatività e l'innovazione nel settore dell'intrattenimento radiotelevisivo e web. La giuria del Concorso ProFormat 2017, composta da Linda Brunetta, Presidente ANART, Chiara Duranti, fondatrice ed editor di FormatBiz, Axel Fiacco, autore televisivo e docente Università Cattolica di Milano, e Marta Perrotta, professore associato Università degli Studi Roma Tre, ha annunciato lo scorso 11 luglio, nella sede dell'Università Suor Orsola Benincasa di Napoli, i 10 Format vincitori, di cui sono stati realizzati presso l'Università stessa i trailer, che saranno presentati ai produttori il 19 ottobre a Roma. L'APT, l'Associazione Produttori Italiani ed il MIA - Mercato Internazionale dell'Audiovisivo, hanno sostenuto questo progetto, organizzando una giornata di pitch fra gli autori vincitori e i produttori italiani ed internazionali interessati a nuovi Format televisivi. Il Concorso ProFormat, di cui verrà presentata l'edizione 2018 giovedì 19 ottobre al MIA, si inserisce nel percorso che ANART sta affrontando da tempo per incentivare la produzione italiana in questo settore, al fine di colmare il gap tra format stranieri, prevalenti nei palinsesti delle emittenti televisive e format originali italiani, prestando particolare attenzione alle regole di protezione e tutela degli autori. L'ANART è da sempre in prima linea nella difesa dei diritti e della tutela della creatività degli autori italiani. Introduce Paolo Marzano, Presidente del Comitato Consultivo Permanente per la Legge sul Diritto d'Autore per illustrare i lavori della Commissione Speciale Format Presenta gli autori ed i loro Format, Linda Brunetta, Presidente ANART, Presidente Commissione DOR-SIAE, componente Consiglio di Sorveglianza SIAE e Comitato Consultivo Permanente per la Legge sul Diritto d'Autore Format vincitori del concorso 2017: Baby shower party di Giovanna Dubbini; Banda contro Banda di Andrea Iannaccone; Big Coach di Maria Chiara Palermo; City restyling di Paola Di Leo, Maria Rita Maltese e Maria Luisa Zito; Cosplay your life di Gilda Modica e Matteo Leonetti; Home Alone - Vai a vivere da solo di Francesca Chiarenza; Incontri da brivido di Luca Musarra e Giosia Perretta; La maschera di ferro di Luca Lomi; Proposta da sogno di Anna Rita Santabarbara; Try(p)talking di Elena Maria Bonoldi e Chantal Schweri.

AL MIA MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO IL MONDO FEMMINILE ALLA CONQUISTA DELLA TV

Le donne sono sempre più presenti ai vertici nell'industria dell'intrattenimento, ma ancora oggi solo un film su quattro è diretto da una regista donna. Sarà dedicato al tema: Powerful women in Global Entertainment uno dei panel più attesi del MIA, il Mercato Internazionale Audiovisivo che si terrà a Roma dal 19 al 23 ottobre prossimi. Al panel sul mondo femminile protagonista nel mercato globale dell'audiovisivo, in programma venerdì 20 ottobre alle 11.00 presso il Cinema Barberini, interverranno alcune delle executive più influenti del settore: Katie O'Connell Marsh, produttrice esecutiva di "Narcos" e "Hannibal", Katherine Pope, produttrice esecutiva di "New Girl" e "Terra Nova", Kate Crowe, produttrice di "Misfits" e "Taboo", Sally Woodward Gentle (direttore creativo di "Downton Abbey"), la direttrice di Rai Fiction, Eleonora Andreatta, Rola Bauer (Studio Canal), inserita da The Hollywood Reporter tra le 20 donne più potenti dell'industria televisiva globale, Helen Gregory, produttore esecutivo di "The Catch" e "No Angels".

Sette decision maker della tv globale parleranno delle sfide che si trovano ad affrontare in un mondo ancora dominato da uomini e del loro impegno per portare sullo schermo storie gender equal e personaggi che riflettono la complessità della vita di oggi.

Secondo uno studio del "Center for the Study of Women in Television & Film" di San Diego, nel 2017 le donne hanno ottenuto rilevanti successi sia davanti che dietro la telecamera. Malgrado questo, il 68% dei programmi televisivi americani presi in considerazione nella ricerca sono composti da un cast più maschile che femminile mentre dietro la telecamera, nei ruoli di creatore, regista, autore, produttore ed editor le donne rappresentano solo il 28% (+2 rispetto all'anno scorso).

Per quanto riguarda invece il contesto europeo, l' "European Women's Audiovisual Network" nel rapporto "Where are the women directors?" evidenzia la significativa sotto-rappresentazione di registi femminili in tutti livelli dell'industria. Secondo lo studio, solo un film su quattro è diretto da una donna.

Non stupisce quindi che Reed Morano, vincitrice dell' Emmy come "Miglior regia in una serie drammatica" per The Handmaid's Tale, sia solo la terza donna della storia ad essersi aggiudicata il riconoscimento.

media COMUNICAZIONE

MIA – Mercato Internazionale dell'Audiovisivo – A Roma dal 19 al 23 ottobre

settembre 28, 2017 - mediaNews

MIA, Mercato Internazionale dell'Audiovisivo di Roma, annuncia gli *highlight* della sua sezione dedicata al *drama televisivo*, **MIA TV**, nata per promuovere networking



d'eccellenza, accordi e circolazione di idee nell'industria televisiva internazionale.

DRAMA SERIES PITCHING FORUM – I TITOLI

Il board di MIA TV ha selezionato i **15 progetti** che saranno protagonisti del **"Drama Series Pitching Forum"**. Si tratta di titoli in fase di sviluppo che verranno presentati in incontri riservati con *commissioning editor* e *head of coproduction* di società tra cui: CBS Paramount, Entertainment One, BBC worldwide, HBO, AMC Studios, Pinewood TV, Oltremedia, ABC Studios, ITV, A+E.

Questi i progetti: *4 Words for Love (UK); Beatrice Cenci – The Trial (ITALY); Beautiful Minds – Bernini vs Borromini (ITALY); The Brothers Nobel (DENMARK); Cornucopia (ICELAND); Don't Leave Me (ITALY); Enemies (UK); Ko3a Nostra (Ukraine); Red Orchestra (POLAND); Replay (FRANCE) Survivors (ITALY); The Emperor (FINLAND,FRANCE,GERMANY); The Pleasure Principle (POLAND); Venice Rising (ITALY); Woodland (UK)* (allegata scheda dedicata con trama e dettagli).

ITALIAN TV UPFRONT

Per la prima volta, le migliori serie televisive italiane in lavorazione verranno presentate in anteprima assoluta a broadcasters, head of drama, commissioning editors, distributori internazionali con l'obiettivo di mostrare l'eccellenza e la competitività della produzione italiana e favorirne l'esportazione.

PANEL e CONVERSATION WITH

Nei panel e conversazioni di MIA TV 2017 i top player dell'industria sono chiamati a discutere su temi di attualità facendo emergere connessioni e punti di vista originali. Questi incontri, ciascuno sul proprio terreno, hanno anche l'obiettivo di delineare gli elementi necessari per uno sviluppo internazionale della televisione italiana.

"*Meet the showrunners*" è un panel che vedrà insieme alcune delle menti più brillanti della televisione globale: **Frank Spotniz**, già ideatore di *X-Files*, *The man in the high castle* e reduce dall'esperienza "italiana" di *Medici* (co-produzione internazionale tra Italia, Regno Unito e Francia, di cui è in lavorazione la seconda stagione), **Chris Brancato,**co-creatore di *Narcos* e noto per il suo lavoro in serie tv cult come *X-Files e Hannibal* e **Evan Katz**, executive producer di serie tv tra cui *24: Legacy, Body of proof* e *The event*racconteranno la loro esperienza a cavallo tra gli Studios storici e le realtà produttive più nuove come Amazon e Netflix, e analizzeranno le difficoltà e le opportunità di lavorare Europa.

"*Powerful Women in Global Entertainment*", è un incontro al femminile in cui 7 grandi executives della televisione internazionale e dell'entertainment saranno per la prima volta insieme per discutere della televisione che verrà e del ruolo delle donne nella industry televisiva.

"***Creative Partnerships: BBC Worldwide, BBC Studios and Lookout Point***", con **Ben Donald** (Executive Producer BBC Worldwide) e **Damian Keogh** (Managing Director Lookout Point) chiamati a confrontarsi sui nuovi modelli di business produttivi, partnership strategiche, integrazioni verticali, coproduzioni internazionali e novità di programmazione.

"In conversation with Daniel Dae Kim" Dae Kim affronterà il tema dell'internazionalizzazione dell'industria tv da un duplice punto di vista: attoriale, avendo preso parte a show globali come *Hawaii Five-O* e *Lost* e produttivo, avendo realizzato per il network ABC la serie *the Good Doctor*, remake di uno show sudcoreano di grande successo. Dae Kim racconterà inoltre il suo impegno nel portare avanti progetti televisivi che rappresentino la diversità culturale in maniera più coraggiosa e meno stereotipata.

"***In conversation with HBO", con David Levine*** Un incontro per analizzare le sfide e le strategie del network che più di tutti sta valorizzando l'eccellenza creativa italiana, in un momento di grande competizione internazionale e di trasformazione dei consumi da parte degli spettatori.

CINEMA & FILM BLOG
NOTIZIE E APPROFONDIMENTI DAL MONDO DEL CINEMA

MIA 2017 – Presenti 20 progetti da 14 paesi

TOPICS: Edizione Mercato Ottobre Svolgerà Terza



POSTED BY: WEBMASTER SETTEMBRE 29, 2017

Si svolgerà dal 19 al 23 ottobre la terza edizione del MIA – Mercato Internazionale dell'Audiovisivo di Roma, in cui verranno presentati all'industria cinematografica internazionale 20 progetti di lungometraggi (fiction e documentari) provenienti da 14 paesi diversi.

Riconoscendo a MIA un importante ruolo nel sostegno alle co-produzioni e alle relazioni di business intorno ai grandi progetti internazionali, il Fondo Eurimages conferma per il terzo anno di seguito il Premio al Miglior progetto di MIA Cinema. EDI Effetti Digitali Italiani (azienda leader nel settore dei VFX) inaugura il MIA EDI Visionary Award, un premio dedicato a quei progetti di cinema, serie tv e documentario che si contraddistinguono per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi. Tra gli eventi ospitati dal MIA 2017 spicca anche la VI^ edizione del Premio Carlo Bixio: i giovani autori di età compresa tra i 18 ed i 30 anni sono chiamati a cimentarsi in un progetto di serialità senza limiti di genere, con qualità di internazionalizzazione

Per l'Italia sono presenti cinque progetti: "Durendal", film di animazione di Egidio Eronico, "Pablo" di Enrico Maria Artale (prodotto dalla Young Films di Roberto De Paolis), "The Outpost", documentario di Edoardo Morabito, "We Are the Winners" di Giovanni Piperno e "Caliber 9" di Renato De Maria, prodotto da Bibi Film di Angelo Barbagallo.

La Festa di Roma si fa "bella": dai Taviani a Bigelow, 14 prime mondiali

SPETTACOLO

Mi piace 14 Condividi Tweet Condividi



Pubblicato il:
10/10/2017 16:45

di **Antonella Nesi**

La Festa del Cinema di Roma si fa "bella". Così infatti il direttore artistico **Antonio Monda**, fresco di conferma per il triennio 2018-2020, definisce la dodicesima edizione della kermesse (in programma dal 26 ottobre al 5 novembre), che pur dovendosi confrontare con i numeri eccezionali dello scorso anno (+18% di pubblico e l'Oscar vinto dal film d'apertura 'Moonlight'), si preannuncia all'altezza, con **14 film in anteprima mondiale**, tra i 39 tra film e documentari della selezione ufficiale, **12 Incontri Ravvicinati** con personalità di spicco del cinema e non solo (ci saranno, tra gli altri, **David Lynch**, che riceverà il premio alla carriera dalle mani di **Paolo Sorrentino, Xavier Dolan, Fiorello, Nanni Moretti** con un inedito di 10 minuti, **Jake Gillenhaal** e lo scrittore di culto **Chuck Palahniuk**), **31 paesi partecipanti** ("compresi Libano, Romania, Indonesia e Cile").

Nella selezione ufficiale, che verrà aperta di **'Hostiles' di Scoot Cooper** (con Rosamunde Pike sul red carpet), ci saranno anche **'Detroit' di Kathryn Bigelow** e **'Logan Lucky' di Steven Soderbergh**, e per l'Italia **il nuovo film dei fratelli Taviani 'Una questione privata'.** Mentre tra gli eventi speciali ci saranno **'The Place', il nuovo film di Paolo Genovese in chiusura e 'Nysferatu' di Andrea Mastrovito**, remake d'animazione del capolavoro di Friedrich Wilhelm Murnau, ambientato nelle New York dei giorni nostri. **Solo tre titoli nazionali, spiega Monda, perché il cartellone della festa è costruito sulla "selezione, non sull'allargamento**. Sono contrario alla riserva indiana. Del resto, al box office i film italiani sono una catastrofe. E il fatto che altre manifestazioni abbiano preso 18, 21 titoli nazionali non ha aiutato", sottolinea il direttore artistico. E d'altronde **la Festa "è diventato un luogo ambito"** e la sua identità si fa sempre più definita, tra allegria ed eleganza, "come il poster scelto per quest'anno che ritrae la Audrey Hepburn di Fanny Face".

Dopo la serata dedicata l'anno scorso a Jovanotti, si conferma un **'filone' musicale** nella festa di Roma, che quest'anno vedrà arrivare per gli Incontri Ravvicinati il compositore inglese **Michael Nyman**, e nella selezione ufficiale **i documentari su Bob Dylan e Maria Callas. Altro fil rouge della festa riguarderà lo sport**: ci sarà un incontro con **Phil Jackson, un documentario su Enzo Ferr**ari (Race to Immortality) e **uno sul coach di Agassi Nick Bollettieri e ben tre film: 'Borg McEnroe', 'I, Tonya' sulla pattinatrice Tonya Harding e 'Una prière avant l'aube' sul pugilato".**

E se il **budget è invariato rispetto allo scorso anno ("3 milioni e 419mila euro**: ve lo dico subuto così mi evito la domanda di rito", scherza Monda, che ha iniziato la sua presentazione esprimendo **solidarietà al regista Sebastiano Riso**, vittima nei giorni scorsi di un'aggressione omofoba), **tra le novità di quest'anno anche il fatto che la sezione Tutti ne parlano**, dedicata ad alcuni titoli che arrivano a Roma dopo un sorprendente esordio internazionale, **apre alle serie tv con 'Babylon Berlin'**, la coproduzione internazionale Sky e Beta Film (n arrivo in TV su Sky Atlantic HD dal 28 novembre) tratta dai romanzi bestseller di VolkerKutscher sull'ispettore di polizia Gereon Rath che indaga nella Berlino degli anni Venti. "Nei prossimi giorni forse si aggiungerà un'altra anteprima televisiva", dice Monda.

E infatti **la presidente della Fondazione Cinema per Roma, Piera Detassis individua in "crossing border"** ("andare oltre confine, oltre la cittadella magnifica dell'Auditorium") **le parole d'ordine** della manifestazione: "La nostra ambizione è di non essere solo una Festa, ma di contribuire a portare un'aria di festa nel segno della qualità, della novità e della formazione tanto in città quanto nelle sale e perfino negli incassi. **Il ponte fra creatività e industria**, ben rappresentato dalla partnership con MIA, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo prodotto da ANICA e APT, **è forse il più arduo da costruire ma anche il più dinamico e duraturo**. La nostra vera scommessa. **Senza questo la Festa sarebbe solo un party** e noi non lo vogliamo e soprattutto non possiamo permettercelo", dice Detassis. **Ma questo non vuol dire che l'aspetto glamour sia stato trascurato.**

"Vi prometto almeno una star a sera", dice Monda, elencando alcune celebrità che calcheranno il tappeto rosso, da Rosamunde Pike a Carmen Maura, da Isabella Ferilli ad Alba Rohrwacher, da Vanessa Redgrave a Christoph Waltz e Gigi Proietti.

CINECITTÀ NEWS

MIA: panel sul mondo femminile nel mercato dell'audiovisivo



Le donne sono sempre più presenti ai vertici nell'industria dell'intrattenimento, ma ancora oggi solo un film su quattro è diretto da una regista donna. Sarà dedicato al tema: **Powerful women in Global Entertainment** uno dei panel del **MIA, il Mercato Internazionale Audiovisivo** che si terrà a **Roma dal 19 al 23 ottobre** prossimi.

Al panel, in programma **venerdì 20 ottobre alle 11.00 presso il Cinema Barberini**, interverranno alcune delle executive più influenti del settore: Katie O'Connell Marsh, produttrice esecutiva di *Narcos* e *Hannibal*, Katherine Pope, produttrice esecutiva di *New Girl* e *Terra Nova*, Kate Crowe, produttrice di *Misfits* e *Taboo*, Sally Woodward Gentle (direttore creativo di *Downton Abbey*), la direttrice di Rai Fiction, Eleonora Andreatta, Rola Bauer (Studio Canal), inserita da 'The Hollywood Reporter' tra le 20 donne più potenti dell'industria televisiva globale, Helen Gregory, produttore esecutivo di *The Catch* e *No Angels*.

Sette decision maker della tv globale parleranno delle sfide che si trovano ad affrontare in un mondo ancora dominato da uomini e del loro impegno per portare sullo schermo storie gender equal e personaggi che riflettono la complessità della vita di oggi.

Secondo uno studio del "Center for the Study of Women in Television & Film" di San Diego, nel 2017 il 68% dei programmi televisivi americani presi in considerazione nella ricerca sono composti da un cast più maschile che femminile mentre dietro la telecamera, nei ruoli di creatore, regista, autore, produttore ed editor le donne rappresentano solo il 28% (+2 rispetto all'anno scorso).

Per quanto riguarda invece il contesto europeo, l' "European Women's Audiovisual Network" nel rapporto "Where are the women directors?" evidenzia che solo un film su quattro è diretto da una donna.

cinemaitaliano.info

MIA 2017 - Presenti 20 progetti da 14 paesi

Mi piace 0



Si svolgerà dal 19 al 23 ottobre la terza edizione del **MIA - Mercato Internazionale dell'Audiovisivo di Roma**, in cui verranno presentati all'industria cinematografica internazionale **20 progetti di lungometraggi** (fiction e documentari) **provenienti da 14 paesi diversi**.

Riconoscendo a MIA un importante ruolo nel sostegno alle co-produzioni e alle relazioni di business intorno ai grandi progetti internazionali, il **Fondo Eurimages** conferma per il terzo anno di seguito il **Premio al Miglior progetto di MIA Cinema.** EDI Effetti Digitali Italiani (azienda leader nel settore dei VFX) inaugura il **MIA EDI Visionary Award**, un premio dedicato a quei progetti di cinema, serie tv e documentario che si contraddistinguono per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi. Tra gli eventi ospitati dal MIA 2017 spicca anche la VI^ edizione del **Premio Carlo Bixio**: i giovani autori di età compresa tra i 18 ed i 30 anni sono chiamati a cimentarsi in un progetto di serialità senza limiti di genere, con qualità di internazionalizzazione

Per l'Italia sono presenti cinque progetti: "**Durendal**", film di animazione di Egidio Eronico, "**Pablo**" di Enrico Maria Artale (prodotto dalla Young Films di Roberto De Paolis), "**The Outpost**", documentario di Edoardo Morabito, "**We Are the Winners**" di Giovanni Piperno e "**Caliber 9**" di Renato De Maria, prodotto da Bibi Film di Angelo Barbagallo.

CORRIERE DEL WEB.it

"TUTTO DONNA". L'INFORMAZIONE AL FEMMINILE.

MARTEDÌ 10 OTTOBRE 2017

AL MIA MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO IL MONDO FEMMINILE ALLA CONQUISTA DELLA TV MALGRADO I SUCCESSI, SOLO UN FILM SU 4 E' DIRETTO DALLE DONNE



UN PANEL INTERAMENTE DEDICATO AL MONDO FEMMINILE PROTAGONISTA NEL MERCATO GLOBALE AUDIOVISIVO

Le donne sono sempre più presenti ai vertici nell'industria dell'intrattenimento, ma ancora oggi solo un film su quattro è diretto da una regista donna.

Sarà dedicato al tema: **Powerful women in Global Entertainment** uno dei panel più attesi del **MIA, il Mercato Internazionale Audiovisivo** che si terrà a **Roma** dal **19 al 23 ottobre** prossimi.

Al panel sul mondo femminile protagonista nel mercato globale dell'audiovisivo, in programma **venerdì 20 ottobre alle 11.00** presso il Cinema Barberini, interverranno alcune delle executive più influenti del settore: **Katie O'Connell Marsh**, produttrice esecutiva di *"Narcos"* e *"Hannibal"*, **Katherine Pope**, produttrice esecutiva di *"New Girl"* e *"Terra Nova"*, **Kate Crowe**, produttrice di *"Misfits"* e *"Taboo"*, **Sally Woodward Gentle** (direttore creativo di *"Downton Abbey"*), la direttrice di Rai Fiction, **Eleonora Andreatta, Rola Bauer** (Studio Canal), inserita da The Hollywood Reporter tra le 20 donne più potenti dell'industria televisiva globale, **Helen Gregory**, produttore esecutivo di *"The Catch"* e *"No Angels"*.

Sette decision maker della tv globale parleranno delle sfide che si trovano ad affrontare in un mondo ancora dominato da uomini e del loro impegno per portare sullo schermo storie gender equal e personaggi che riflettono la complessità della vita di oggi.

Secondo uno studio del "***Center for the Study of Women in Television & Film***" di San Diego, nel 2017 le donne hanno ottenuto rilevanti successi sia davanti che dietro la telecamera.

Malgrado questo, il 68% dei programmi televisivi americani presi in considerazione nella ricerca sono composti da un cast più maschile che femminile mentre dietro la telecamera, nei ruoli di creatore, regista, autore, produttore ed editor le donne rappresentano solo il 28% (+2 rispetto all'anno scorso).

Per quanto riguarda invece il contesto europeo, l'"**European Women's Audiovisual Network**" nel rapporto "Where are the women directors?" evidenzia la significativa sotto-rappresentazione di registi femminili in tutti livelli dell'industria.

Secondo lo studio, solo un film su quattro è diretto da una donna.

Non stupisce quindi che Reed Morano, vincitrice dell'Emmy come "Miglior regia in una serie drammatica" per The Handmaid's Tale, sia solo la terza donna della storia ad essersi aggiudicata il riconoscimento.

cinemaitaliano.info

MIA - Terza edizione pr l'Italian Film Boutique



CINEMA DAYS FOR INTERNATIONAL BUYERS, giunto alla sua terza edizione, è una iniziativa esclusiva che si terrà a Roma dal 19 ottobre al 23 ottobre 2017, in occasione del MIA, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo. La manifestazione è realizzata da MOViE UP 2020 di Ass.For.SEO in collaborazione con Roma Lazio Film Commission.

ITALIAN FILM BOUTIQUE, nata nel 2014, si colloca nell'ambito della Sovvenzione Globale MOViE UP 2020, un intervento di più ampia portata, finanziato dalla Regione Lazio – Assessorato Formazione, Ricerca, Scuola, Università e Turismo (POR FSE 2014-2020), per sostenere e valorizzare l'internazionalizzazione degli operatori del settore audiovisivo del Lazio in tutti i diversi comparti. Esportare e sostenere nel mondo "the Italian touch", questo il principale obiettivo di un'ampia iniziativa finalizzata ad accrescere le competenze degli operatori della filiera e che si realizza attraverso molteplici interventi: formazione, seminari, missioni outgoing, work experience all'estero, market screening di cinema italiano, iniziative di networking. Con l'intento di promuovere e sostenere l'esportazione del cinema italiano e delle competenze espresse dai suoi operatori, IFB 2017 torna con una vetrina, ampia e variegata, per genere e contenuto, della più recente produzione audiovisiva italiana (cinema, documentario, animazione) destinata all'export.

IFB sostiene le screening di mercato 22 titoli della più recente produzione cinematografica di lungometraggi (cinema, documentario, animazione) prodotti, girati, venduti o realizzati da operatori della Regione Lazio. 22 storie italiane pronte a portare per il mondo creatività e professionalità del settore. Le proiezioni di mercato si svolgeranno presso la Multisala Barberini e il Cinema Quattro Fontane dove sarà presente anche un desk di informazione IFB. Nell'ambito della sua mission sull'internazionalizzazione degli operatori del settore, MOViE UP 2020 sostiene e cura, in cooperazione con il MIA, un seminario dal titolo: PAST-FORWARD: CLASSIC FILMS ON THE RISE che si terrà domenica 22 ottobre alle ore 10:30 presso la Sala Turchese – Hotel Bernini. Grazie allo sviluppo delle tecniche di restauro, alla nascita di festival specializzati, ai numerosi circuiti di diffusione, nati sulla spinta di una forte richiesta e di un successo sempre maggiore, i film classici sembrano ritrovare una nuova giovinezza. Nel panel proposto, importanti professionisti del settore esplorano gli aspetti commerciali e legali, le prospettive future di distribuzione nazionale e di internazionalizzazione del nostro patrimonio di cinema classico. Spazio al networking tra produttori, buyer, venditori e broadcaster, dal 19 al 23 ottobre, nella IFB LOUNGE, l'area riservata agli invitati di IFB e ai loro ospiti presso l'Hotel Sina Bernini Bristol (VI piano).

cinematografo.it
fondazione ente dello spettacolo

Racconti dal Sudtirol

Durante il MIA di Roma (19-23 ottobre) la fase finale dello Script Lab della Film Commission altoatesina rivolto allo sviluppo di sceneggiature per cinema e televisione

16 ottobre 2017
Business, Educational, Festival, In evidenza

CONDIVIDI



Nell'ambito del MIA (Mercato Internazionale Audiovisivo) a Roma, IDM organizza l'Evento finale di RACCONTI #6, l'annuale Script Lab della Film Commission altoatesina rivolto allo sviluppo di sceneggiature per cinema e televisione, che quest'anno ha puntato su concept innovativi di serie TV.

Gli autori di lingua italiana e tedesca, che hanno partecipato a questa 6a edizione del programma di scrittura, si sono incontrati nei mesi passati in Alto Adige nell'Hotel Kematen e nell'Hotel Wolfsgrubenersee, nella cornice dell'Altopiano del Renon, per lavorare sia in gruppo nella Writers' Room diretta dalla casa di produzione tedesca FFP New Media, sia attraverso il programma di Mentoring "High Concept, Low Budget", per realizzare serie TV di alto livello e originalità con budget ridotti.

Sabato 21 ottobre dalle 18.00 alle 19.00 nella Sala Giada dell'Hotel Bernini Bristol a Roma (Piazza Barberini, 23) sarà l'occasione per presentare a una platea di produttori italiani e internazionali i treatment sviluppati. I produttori interessati ad assistere ai Pitch potranno richiedere l'accredito mandando una mail a questo indirizzo film@idm-suedtirol.com.

Durante questa sessione di pitching saranno presentati i 4 progetti di serie TV sviluppati nel programma di Mentoring "High Concept – Low Budget" di RACCONTI #6:
BLOODY MARY di Dario Bonamin, Francesca De Lisi e Federico Gnesini
HAPPY HEARTS & SMILING FACES di Joachim Braner
WOLFTRAP di Laura Grimaldi e Pietro Seghetti
ZERO di Laura Tamoj
I treatment di questi progetti sono stati sviluppati dagli sceneggiatori con la supervisione di alcuni esperti internazionali: Maria Feldman, Harold Valentin e John Yorke.

A seguire ci sarà la Premiazione del progetto vincitore e la consegna dell'Award Panalight Südtirol Development (Premio di 3.000,00 Euro per la migliore delle 4 serie scritte durante il programma di Mentoring), finanziato dalla società rental altoatesina Panalight Südtirol.

nòva 24 ORE

BLOG

In cerca di idee

In questo blog, si trovano notizie, interviste e commenti su temi di attualità nei mondi della cultura, dell'economia e dell'innovazione, con riferimenti anche ai temi della tecnologia e della scienza.

– di Gabriele Caramellino



Il ritorno di Will & Grace in televisione, la cultura pop, e la macchina del tempo applicata agli audiovisivi

16 ottobre 2017 Gabriele Caramellino

***Nell'immagine*: gli attori protagonisti della serie televisiva *Will & Grace*. Da sinistra: Megan Mullally (interprete del personaggio di Karen Walker), Erick McCormack (interprete del personaggio di Will Truman), Debra Messing (interprete del personaggio di Grace Adler), Sean Hayes (interprete del personaggio di Jack McFarland).**

Chi sa apprezzare certi prodotti televisivi, probabilmente è lieto di **rivedere in televisione *Will & Grace*.**

Quelli della mia generazione – i nati attorno al 1980 – e gli appassionati di televisione sanno di cosa sto parlando (smile).

Per chi non conoscesse *Will & Grace*: è una **sit-com statunitense andata in onda negli Stati Uniti dal 1998 al 2006, appena ritornata sugli schermi televisivi. Tra fine anni Novanta e primi Duemila, fu un successo televisivo negli USA, e anche in altri Paesi, tra cui l'Italia.**

Da quest'anno, *Will & Grace* va nuovamente in onda in tv negli Stati Uniti (sulla NBC), e viene mandato in onda in contemporanea anche in Italia, da venerdì 13 ottobre 2017. Questa nuova serie (la nona, con sedici episodi) viene mandata in onda, in Italia, il venerdì alle ore 21.15 sul canale *JOI* di Mediaset Premium, in replica il sabato alle 21.15 sul canale *JOI* +24 di Mediaset Premium.

Nell'immagine che apre questo post, ci sono i personaggi della serie: Will (avvocato, gay, democratico), Grace (arredatrice d'interni, etero, democratica), Jack (in cerca di occupazione, gay, democratico), Karen (collega di Grace, etero, repubblicana).

Il pregio di questa serie tv (ambientata a New York) è quello di **essere sopra le righe in maniera intelligente, andando con brillantezza oltre il conformismo sociale e tenendo lontana la volgarità**. Negli anni di messa in onda, il pubblico (americano e internazionale) si era "affezionato" ai personaggi: i due uomini gay e le due donne etero che affrontano la vita con ironia e con punti di vista diversi. Chiaramente, nel caso di *Will & Grace* è stato fatto un ottimo lavoro di sceneggiatura, con personaggi ben scritti e di forte impatto.

Sarebbe interessante, fra l'altro, **approfondire la serialità televisiva di quel periodo storico (fine anni Novanta/primi anni Duemila)**: sarebbe come riparlare con amici che non vedi e non senti da molti anni, con i quali hai condiviso alcuni interessi in gioventù, e poi la vita ha portato su strade diverse. Una sensazione normale e strana allo stesso tempo: su alcune cose sono sempre gli stessi, su altre sono cambiati.

Questa serie è **un miracolo della cultura *pop***, come ha scritto Aldo Grasso (critico televisivo del *Corriere della Sera* e docente di Storia della Radio e della TV all'Università *Cattolica* di Milano) sul *Corriere della Sera* (giovedì 12 ottobre 2017, pag. 63).

Ovviamente, **rimettere in produzione una serie tv nata vent'anni fa, è stata una scelta supportata da considerazioni di business.** Per molti anni, l'intreccio fra televisione, modernità e capitalismo è stato un intreccio importante (brillante in alcuni casi, meno brillante in altri).

Al giorno d'oggi, le serie tv sono fra i contenuti audiovisivi più importanti e interessanti a livello globale.

Lo sa bene **Netflix**: azienda statunitense nata nel 1997 a Los Gatos (California), guidata ancora oggi dal fondatore, Reed Hastings. In questi ultimi anni, Netflix è stato un innovatore nella distribuzione di contenuti audiovisivi (soprattutto film e serie tv), e negli ultimi tempi è diventato anche un produttore di film e serie tv (tra gli ultimi sceneggiatori e produttori ingaggiati da Netflix: Shonda Rhimes). La strategia di Netflix, che nel frattempo è diventato un *player* globale nel settore dell'intrattenimento, è quella di offrire servizi di *video streaming* a pagamento, senza contenuti pubblicitari, e di produrre audiovisivi vendibili in tutto il mondo. Come è tipico del capitalismo anglosassone, Netflix è anche una azienda quotata alla Borsa di New York, e nella notte fra oggi e domani presenterà i risultati relativi al trimestre luglio – settembre 2017. Per quanto riguarda le società di tipo *growth* (ovvero molto focalizzate sulla crescita del proprio business) come Netflix, i risultati del trimestre precedenti sono importanti, ma le prospettive sul futuro sono ancora più importanti. Riuscirà l'azienda di Hastings ad aumentare il numero di abbonati (che attualmente è di 105 milioni di persone in tutto il mondo)? Quali sono le prossime mosse per la crescita del business aziendale?

Tornando allo scenario italiano, per chi si occupa di mercato dell'audiovisivo, **dal 19 al 23 ottobre 2017 a Roma si svolge *MIA – Mercato Internazionale Audiovisivo*: un momento di incontro e di confronto tra professionisti che realizzano prodotti televisivi, cinematografici e documentaristici.**

spettacoli & cultura

Racconti dal Sudtirol

redazione



Condividi 0 Tweet

di ***Cinematografo***

Nell'ambito del MIA (Mercato Internazionale Audiovisivo) a Roma, IDM organizza l'Evento finale di RACCONTI #6, l'annuale Script Lab della Film Commission altoatesina rivolto allo sviluppo di sceneggiature per cinema e televisione, che quest'anno ha puntato su concept innovativi di serie TV.

Gli autori di lingua italiana e tedesca, che hanno partecipato a questa 6a edizione del programma di scrittura, si sono incontrati nei mesi passati in Alto Adige nell'Hotel Kematen e nell'Hotel Wolfsgrubenersee, nella cornice dell'Altopiano del Renon, per lavorare sia in gruppo nella Writers' Room diretta dalla casa di produzione tedesca FFP New Media, sia attraverso il programma di Mentoring "High Concept, Low Budget", per realizzare serie TV di alto livello e originalità con budget ridotti.

Sabato 21 ottobre dalle 18.00 alle 19.00 nella Sala Giada dell'Hotel Bernini Bristol a Roma (Piazza Barberini, 23) sarà l'occasione per presentare a una platea di produttori italiani e internazionali i treatment sviluppati. I produttori interessati ad assistere ai Pitch potranno richiedere l'accredito mandando una mail a questo indirizzo Cinematografo.

16 ottobre 2017

E-DUESSE.IT

TELEVISIONE

GIOVEDI' 26 OTTOBRE 2017

17 OTTOBRE 2017 10:41

MIA 2017: ALL'ITALIA SERVE UN VERO STAR SYSTEM

Matteo T. Mombelli



L'attrice Jasmine Trinca, per Francesco Rutelli (Anica) e Giancarlo Leone (Apt) è un punto di forza per lo star system italiano (foto © Getty Images)

Prime anticipazioni dal Mia, in programma a Roma dal 19 al 23 ottobre. Anica e Apt: segnali positivi dall'audiovisivo italiano, ma "servono nomi di attori noti all'estero"

Serie Tv a gonfie vele, bene la commedia – sempre più forte oltreconfine – e il fantasy – dove le produzioni del nostro Paese acquistano rilevanza internazionale –, ma al mercato audiovisivo italiano manca ancora qualcosa per sfondare a livello internazionale.

È il quadro tracciato da Anica e Apt alla vigilia del **Mia**, il Mercato dell'audiovisivo in programma a Roma dal 19 al 23 ottobre e che vedrà la presenza delle più importanti realtà dell'industria mondiale, da Hbo a Bbc, da Vice a Fox, da Channel 4 a Cbs. Secondo **Francesco Rutelli**, a capo dell'Anica, e **Giancarlo Leone**, alla guida dell'Apt, il vero problema italiano è lo start system, che va rinforzato e ringiovanito: "Servono nomi di attori noti all'estero", affermano in un articolo pubblicato da La Stampa. "Un ottimo esempio è Jasmine Trinca, ma bisogna incrementare".

Fiera : Dal 19 ottobre 2017 al 23 ottobre 2017, Roma

Mia – Mercato Internazionale dell'Audiovisivo

Con 1500 accreditati da 58 paesi per ogni edizione, Mia è l'appuntamento esclusivo per i produttori e distributori di contenuti high-end: è l'hub dove nascono e da cui partono gli accordi per i film e serie transnazionali e dove instaurare e rafforzare le relazioni di business tra i leader del mercato globale. Mia si è confermato essere la piattaforma di mercato per i keyplayers dell'industria cine-audiovisiva, a cui prendono parte i top player dell'industria nazionale e internazionale: produttori, distributori, world sales, investitori. Un valido mercato di coproduzione e strumento di compravendita, basato su specifiche strategie di business, sviluppato in quattro principali asset di lavoro: matchmaking, co-production e pitching forum, panel e talks, screenings. Mia è un brand e un progetto, ideato, realizzato e prodotto dal Rti tra Anica (Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche e Audiovisive) e Apt (Associazione Produttori Televisivi). Il mercato si snoda nel centro storico di Roma, tra l'Hotel Bernini Bristol, il Cinema Barberini e le splendide e rinnovate sale di Palazzo Barberini.

Riferimenti: Anica, tel. 06.4425961 E-mail: info@miamarket.it SitoWeb: http://www.miamarket.it/

VOCE SPETTACOLO

MIA, **Mercato Internazionale dell'Audiovisivo di Roma,** annuncia gli *highlight* della sua sezione dedicata al *drama televisivo*, **MIA TV**, nata per promuovere networking d'eccellenza, accordi e circolazione di idee nell'industria televisiva internazionale.

DRAMA SERIES PITCHING FORUM – I TITOLI

Il board di MIA TV ha selezionato i **15 progetti** che saranno protagonisti del "**Drama Series Pitching Forum"**. Si tratta di titoli in fase di sviluppo che verranno presentati in incontri riservati con *commissioning editor* e *head of coproduction* di società tra cui: CBS Paramount, Entertainment One, BBC worldwide, HBO, AMC Studios, Pinewood TV, Oltremedia, ABC Studios, ITV, A+E.

Questi i progetti: *4 Words for Love (UK); Beatrice Cenci – The Trial (ITALY); Beautiful Minds – Bernini vs Borromini (ITALY); The Brothers Nobel (DENMARK); Cornucopia (ICELAND); Don't Leave Me (ITALY); Enemies (UK); Ko3a Nostra (Ukraine); Red Orchestra (POLAND); Replay (FRANCE) Survivors (ITALY); The Emperor (FINLAND,FRANCE,GERMANY); The Pleasure Principle (POLAND); Venice Rising (ITALY); Woodland (UK)* (allegata scheda dedicata con trama e dettagli).

ITALIAN TV UPFRONT

Per la prima volta, le migliori serie televisive italiane in lavorazione verranno presentate in anteprima assoluta a broadcasters, head of drama, commissioning editors, distributori internazionali con l'obiettivo di mostrare l'eccellenza e la competitività della produzione italiana e favorirne l'esportazione.

PANEL e CONVERSATION WITH

Nei panel e conversazioni di MIA TV 2017 i top player dell'industria sono chiamati a discutere su temi di attualità facendo emergere connessioni e punti di vista originali. Questi incontri, ciascuno sul proprio terreno, hanno anche l'obiettivo di delineare gli elementi necessari per uno sviluppo internazionale della televisione italiana.

"***Meet the showrunners***" è un panel che vedrà insieme alcune delle menti più brillanti della televisione globale: **Frank Spotniz**, già ideatore di *X-Files*, *The man in the high castle* e reduce dall'esperienza "italiana" di *Medici* (co-produzione internazionale tra Italia, Regno Unito e Francia, di cui è in lavorazione la seconda stagione), **Chris Brancato,** co-creatore di *Narcos* e noto per il suo lavoro in serie tv cult come *X-Files e Hannibal* e **Evan Katz**, executive producer di serie tv tra cui *24: Legacy, Body of proof* e *The event* racconteranno la loro esperienza a cavallo tra gli Studios storici e le realtà produttive più nuove come Amazon e Netflix, e analizzeranno le difficoltà e le opportunità di lavorare Europa.

"***Powerful Women in Global Entertainment***", è un incontro al femminile in cui 7 grandi executives della televisione internazionale e dell'entertainment saranno per la prima volta insieme per discutere della televisione che verrà e del ruolo delle donne nella industry televisiva.

"***Creative Partnerships: BBC Worldwide, BBC Studios and Lookout Point***", con **Ben Donald** (Executive Producer BBC Worldwide) e **Damian Keogh** (Managing Director Lookout Point) chiamati a confrontarsi sui nuovi modelli di business produttivi, partnership strategiche, integrazioni verticali, coproduzioni internazionali e novità di programmazione.

"In conversation with Daniel Dae Kim" Dae Kim affronterà il tema dell'internazionalizzazione dell'industria tv da un duplice punto di vista: attoriale, avendo preso parte a show globali come *Hawaii Five-O* e *Lost* e produttivo, avendo realizzato per il network ABC la serie *the Good Doctor*, remake di uno show sudcoreano di grande successo. Dae Kim racconterà inoltre il suo impegno nel portare avanti progetti televisivi che rappresentino la diversità culturale in maniera più coraggiosa e meno stereotipata.

"***In conversation with HBO", con David Levine*** Un incontro per analizzare le sfide e le strategie del network che più di tutti sta valorizzando l'eccellenza creativa italiana, in un momento di grande competizione internazionale e di trasformazione dei consumi da parte degli spettatori.

MIA|ABOUT

MIA è un mercato trasversale a cinema, televisione e documentario La sua terza edizione si terrà a Roma dal 19 al 23 ottobre presso il "distretto Barberini". E' ideato, realizzato e prodotto da **ANICA** (Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche e Audiovisive) e **APT** (Associazione Produttori Televisivi) e finanziato da **Ministero dello Sviluppo Economico, ICE, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo**, **Regione Lazio**, e dal programma**MEDIA**. Sponsor tecnico è la **Fondazione Cinema per Roma** e partner il Fondo **Eurimages** del Consiglio d'Europa. MIA si avvale di un comitato editoriale che comprende, oltre ad ANICA e APT: **CartoonIT, 100 Autori, Italian Film Commissions, UNEFA.**

ANSA.it Cultura

1400 accreditati e 114 film al Mia

Per operatori masterclass con Kim, Spotniz, Brancato, Katz

Redazione ANSA

ROMA

18 ottobre 2017
13:38
NEWS

Suggerisci
Facebook
Twitter
Google+
Altri
A+ A A-
Stampa



(ANSA) - ROMA, 18 OTT - Mille e quattrocento operatori accreditati, 114 film in programma negli screening di mercato dedicati ai buyer internazionali, quattro appuntamenti speciali con i titoli italiani della prossima stagione di cinema e televisione. Sono fra i numeri della terza edizione del Mia, Mercato Internazionale dell'Audiovisivo che torna a Roma dal 19 al 23 ottobre, nel 'distretto Barberini'. Il primo mercato italiano del settore (tutti gli appuntamenti sono riservati agli accreditati) per numero di presenze internazionali proporrà anche 45 progetti da 21 paesi per oltre 500 potenziali partner di co-produzione e 40 tra panel, masterclass e dibattiti. In anteprima per l'Italia ci sarà 'Rellik', la serie tv crime targata BBC. Tra i protagonisti delle masterclass l'attore e produttore Daniel Dae Kim (Lost, Hawaii Five-O) e tre degli showrunner più ambiti del momento: Frank Spotniz (X-Files, I Medici); Chris Brancato (Narcos) e Evan Katz (24: Legacy, Body of proof e The event).

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright ANSA

badtv.it

Domani al via la terza edizione del MIA – Mercato Internazionale Audiovisivo

Andrea Francesco Berni · 18 ottobre 2017 17:16 · *aggiornato il 18 ottobre 2017 alle 17:16*



È stata presentata oggi a Roma la terza edizione del **MIA – Mercato Internazionale Audiovisivo**, appuntamento rivolto all'industria del cinema della tv e del documentario di cui BAD quest'anno è partner. Ogni giorno seguiremo i principali panel e intervisteremo le personalità più importanti che interverranno, pubblicando i pezzi qui su BadTV.it.

Riportiamo il comunicato ufficiale di presentazione:

> Roma, 18 ottobre 2017. MIA Mercato Internazionale dell'Audiovisivo torna con la sua terza edizione a Roma dal 19 al 23 ottobre 2017, nel "distretto Barberini". Primo mercato italiano per numero di presenze internazionali, MIA è la piattaforma di business rivolta ai produttori e ai distributori di contenuti transnazionali di alto valore industriale e un'occasione unica per presentare il "Sistema Italia" sulla scena internazionale.
>
> Dedicato a tutti i settori dell'audiovisivo (Cinema, TV, Doc), MIA prevede quattro linee di attività. Networking: una serie di strumenti costruiti per facilitare l'incontro tra i più di 1.400 operatori accreditati. Content showcase: 114 film presentati durante gli screening di mercato dedicati ai buyer internazionali e 4 appuntamenti speciali con i titoli italiani della prossima stagione di cinema e televisione. Coproduction Market & Pitching Forum: 45 progetti da 21 paesi proposti a oltre 500 potenziali partner di co-produzione; Talks: un fitto programma con oltre 40 tra panel, masterclass e dibattiti.

La capacità di 'matchmaking', ovvero di costruire una rete efficiente di rapporti industriali internazionali è il tratto distintivo di questo evento di mercato, informale e d'eccellenza al tempo stesso. Matching Excellence è, quindi, il nuovo claim dell'edizione 2017, che sottolinea come l'Italia sia portatrice di innovazione e creatività in campo internazionale e MIA sia l'acceleratore di business per l'eccellenza italiana nei rapporti con l'estero.

Come ricordato da Carlo Calenda, Ministro dello Sviluppo Economico: "il MIA, ora alla sua terza edizione rappresenta un'occasione d'oro per il mercato audiovisivo nazionale ed internazionale, promuovendo incontri tra produttori e distributori sui contenuti e incoraggiando la condivisione del progresso tecnologico. Questa manifestazione promuove le nostre produzioni nazionali e i processi di internazionalizzazione, facilitando la crescita del settore e la diffusione delle risorse italiane in tutto il mondo".

Dario Franceschini, Ministro dei Beni e delle attività culturali e del Turismo, riconosce come "L'introduzione della nuova legge cinema, il rilancio dell'Istituto Luce-Cinecittà, il ritorno in Italia delle grandi produzioni internazionali, la crescente affermazione della nostra cinematografia nel mondo sono i cardini intorno ai quali ruota una nuova, importante stagione per l'audiovisivo italiano. E i numeri di questa edizione del Mia confermano che Roma, capitale della produzione audiovisiva nazionale, è ormai da tutti riconosciuta come un importante mercato internazionale dell'audiovisivo".

"Il mercato internazionale di Roma si allinea perfettamente alla nostra visione strategica – aggiunge Michele Scannavini, Presidente di ICE (Italian Trade Agency). È il primo del suo genere in Italia ed è un segnale più concreto della svolta intrapresa negli ultimi anni per valorizzare l'industria audiovisiva italiana; ha permesso di presentare all'estero il Sistema Italiano e la sua governance sempre più ben definita, anche grazie alla collaborazione tra le istituzioni pubbliche interessate e le associazioni di imprese del settore".

Nicola Zingaretti, Presidente Regione Lazio riconosce inoltre come "il MIA sia diventato l'evento principale dell'industria cinematografica italiana e la sua influenza stia continuando a crescere e ad emergere sulla scena internazionale. Di conseguenza, la Regione Lazio, con la collaborazione della Roma Lazio Film Commission, ha deciso di presentare la nuova edizione della call to action "Lazio Cinema International" a Roma."

Francesco Rutelli, Presidente di ANICA descrive il MIA come "un perfetto gioco di squadra, dove sia il settore privato che le istituzioni lavorano affiancate per la crescita del settore Cinema e Audiovisivo, con l'obiettivo di migliorare la nostra opportunità di successo sul mercato internazionale. MIA nasce in un momento di grande fermento per il cinema italiano: una rinnovata capacità di raccontare storie e produrle e una legge molto importante come quella stilata dal Ministro Franceschini, che supporta la produzione di film, serie e documentari ".

Osserva Giancarlo Leone, Presidente di APT "Negli ultimi anni, l'industria dell'audiovisivo sta vivendo un 'rinascimento', grazie alla capacità dei produttori indipendenti di fronteggiare le nuove sfide poste sia a livello nazionale che internazionale. Questa rinascita è anche il risultato delle nuove politiche che hanno ulteriormente favorito la crescita di case di produzione indipendenti, che investono in contenuti innovativi e internazionalizzazione. MIA è stato concepito seguendo queste linee guida e, oggi, giunto alla sua terza edizione, è più che mai impegnato a supportare le aziende italiane nelle loro sfide su scala globale".

Lucia Milazzotto, direttore del MIA conclude "MIA è uscito dalla fase di start-up e si presenta come un mercato originale e molto strutturato a disposizione dell'industria nazionale e internazionale. La nostra formula contemporanea e flessibile si è perfezionata nel corso di questi tre anni e oggi finalmente possiamo affermare che gli operatori di cinema, televisione e documentario lo considerano un appuntamento importante. La leva sinergica tra i segmenti dell'audiovisivo è un tratto distintivo di questo evento, che rende MIA un luogo unico per incontrare, scoprire, immaginare e investire sui film, serie televisive e documentari di domani. Un mercato di alto profilo per i leader che producono e distribuiscono contenuti di alta qualità.

> MIA è ideato, realizzato e prodotto dal raggruppamento temporaneo d'impresa tra ANICA (Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche e Audiovisive) e APT (Associazione Produttori Televisivi), finanziato da Ministero dello Sviluppo Economico, ICE, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali, Regione Lazio, e dal programma MEDIA. Sponsor tecnico è la Fondazione Cinema per Roma e partner il Fondo Eurimages del Consiglio d'Europa. MIA si avvale di un comitato editoriale che comprende, oltre ad ANICA e APT: CartoonIT, 100 Autori, Italian Film Commissions, UNEFA.

CONTENT SHOWCASE

MIA è una piattaforma ideale per la vendita e promozione del contenuto indipendente italiano e europeo.

I buyer cinematografici avranno accesso a 114 titoli tra nazionali e internazionali da visionare durante le proiezioni di mercato in programma presso i due multiplex del distretto, il Cinema Barberini e Quattro Fontane oppure attraverso la videolibrary digitale, realizzata in collaborazione con WCPMedia Services. Ma avranno anche un accesso anticipato e privilegiato al miglior prodotto italiano in arrivo nei prossimi mesi. What's Next Italy è infatti l'appuntamento in cui verranno presentati film italiani più interessanti della prossima stagione, con scene inedite ed esclusive di film in lavorazione, raccontate dai loro autori o produttori. I titoli presentati: Albe (Elisa Fuksas), Due Piccoli Italiani (Paolo Sassanelli), Favola (Sebastiano Mauri), Figlia Mia (Laura Bispuri), In viaggio con Adele (Alessandro Capitani), Il Libro delle Visioni (Carlo S.Hintermann), Like me back (Leonardo Guerra Seràgnoli), Made in Italy (Luciano Ligabue), Matrimonio Italiano (Alessandro Genovesi), Ovunque Proteggimi (Bonifacio Angius), The Place (Paolo Genovese), Il premio (Alessandro Gassman), Il Ragazzo Invisibile – Seconda Generazione (Gabriele Salvatores), Ride (Jacopo Rondinelli), Sembra mio figlio (Costanza Quatriglio), Sono Tornato (Luca Miniero), Il Vegetariano (Roberto San Pietro).

Gli operatori televisivi quali broadcasters, head of drama, commissioning editors, distributori internazionali parteciperanno all'Italian TV Upfront, un evento in cui saranno presentate serie televisive italiane in lavorazione con l'obiettivo di mostrare l'eccellenza e la competitività della nostra produzione.

Uno screening speciale, in anteprima per l'Italia sarà quello di "Rellik", la serie tv crime targata BBC e Cinemax, creata dai fratelli Harry e Jack Williams – già menti di The Missing, con protagonisti Richard Dormer (Beric Dondarrion in Game of Thrones, Dan Anderssen in Fortitude) e Jodi Balfour (Joni in Quarry).

TALKS & PANELS

Un ricco programma di tavole rotonde, masterclass, impact speech e workshop completano l'esperienza di MIA 2017, per aiutare i professionisti a condividere idee e per offrire strumenti di analisi volti a identificare modelli di business efficaci e nuove opportunità di mercato.

Oltre 40 gli approfondimenti in calendario, che vedranno come protagonisti 130 top player dell'industria. Tra i temi affrontati La globalizzazione del mercato televisivo internazionale: un argomento che verrà analizzato dalla duplice prospettiva, statunitense ed europea. Altri panel tratteranno questioni come il remake cinematografico, la pirateria e i suoi effetti sul cinema indipendente, le tecniche di valorizzazione dei cataloghi di film classici, le donne di potere nell'industria dell'entertainment, lo storytelling nel gaming e nell'audiovisivo, l'animazione europea (tra i relatori Jacques Bled, l'uomo dietro ai film come Despicable Me, Minions, Pets e Sing), la realtà virtuale nei film e nella tv.

L'industria internazionale potrà approfondire cosa cambia con l'introduzione del nuovo pacchetto di norme sull'audiovisivo nel panel Working with Italy, un appuntamento a cura del MIBACT dove verranno illustrati tutti i nuovi incentivi fiscali che il fondo unico per lo spettacolo mette a disposizione per le produzioni e coproduzioni internazionali.

Tra le masterclass spicca l'appuntamento con tre degli showrunner più ambiti del momento: Frank Spotniz, già ideatore di X-Files, The man in the high castle e reduce dall'esperienza "italiana" di Medici, Chris Brancato, co-creatore di Narcos e noto per il suo lavoro in serie tv cult come X-Files e Hannibal e Evan Katz, executive producer di serie tv tra cui 24: Legacy, Body of proof e The event. Al MIA anche l'attore e produttore Daniel Dae Kim (Lost, Hawaii Five-O) per parlare della sua esperienza nel realizzare per il network ABC il remake di uno show sudcoreano di grande successo. Attesa anche la masterclass con il vincitore del Sundance Eugene Jarecki (The House I Live In?, Why We Fight, The Trials of Henry Kissinger, Reagan, ?Freakonomics, e Promised Land)?, che parlerà di come i suoi documentari creativi e d'inchiesta abbiano contribuito a plasmare il dialogo politico negli Stati Uniti degli ultimi anni. Jarecki parlerà anche del suo impegno in The Eisenhower Project, che studia le forze che influenzano l'agenda della politica interna e estera statunitense.

IL "DISTRETTO" BARBERINI

La location è una delle grandi novità della terza edizione di MIA che vivrà le proprie attività nel "distretto" di piazza Barberini, un quartiere che unisce in maniera eccellente funzionalità e unicità. Immersi nel cuore del barocco italiano, i delegati del MIA si sposteranno tra Palazzo Barberini, che ospiterà in alcune sale il mercato di coproduzione, le attività di networking e la videolibrary, l'Hotel Bernini Bristol dove avrà luogo l'attività di networking e numerosi eventi del mercato, l'Auditorium NCTM e l'Auditorium EDISON dove prenderanno vita le sessioni di pitching, i panel e le masterclass. Presso le sale del Cinema Barberini e Quattro Fontane avranno luogo invece le proiezioni di mercato e gli eventi "What's Next Italy" "A Suivre ...France" e "Italian Tv Upfront".

I PREMI

Il progetti "incubati" dentro il mercato di coproduzione di MIA 2017 concorrono all'assegnazione di premi per un valore totale di 55.000 euro.

Riconoscendo a MIA un importante ruolo nel sostegno alle co-produzioni e alle relazioni di business intorno ai grandi progetti internazionali, il Fondo Eurimages del Consiglio D'Europa conferma l'Eurimages Co-Production Development Award:il premio al progetto più in linea con i principi di collaborazione e coproduzione che ispirano Eurimages, per un totale di 20.000 euro in denaro.

L'Apulia Film Commission, fondazione nata con l'obiettivo di attrarre le produzioni audiovisive grazie alla competitività dei servizi, maestranze e location del territorio pugliese, assegnerà il MIA TV Best Drama Series Award con un contributo in denaro di 20.000 euro al miglior progetto presentato al mercato di coproduzione televisivo.

EDI Effetti Digitali Italiani ha scelto MIA per inaugurare il MIA EDI Visionary Award, un premio dedicato a quei progetti di cinema, serie tv e documentario che si contraddistinguono per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi. Il premio è costituito da facilities di visual effects per un valore di 15.000 euro.

MIA 2017 inoltre è orgogliosa di ospitare due dei più prestigiosi premi italiani a supporto della scrittura cinematografica e televisiva: il Premio Bixio e Il Premio Solinas.

18.10.2017 - 13:38, ANSA

1400 accreditati e 114 film al Mia



(ANSA) - ROMA, 18 OTT - Mille e quattrocento operatori accreditati, 114 film in programma negli screening di mercato dedicati ai buyer internazionali, quattro appuntamenti speciali con i titoli italiani della prossima stagione di cinema e televisione. Sono fra i numeri della terza edizione del Mia, Mercato Internazionale dell'Audiovisivo che torna a Roma dal 19 al 23 ottobre, nel 'distretto Barberini'. Il primo mercato italiano del settore (tutti gli appuntamenti sono riservati agli accreditati) per numero di presenze internazionali proporrà anche 45 progetti da 21 paesi per oltre 500 potenziali partner di co-produzione e 40 tra panel, masterclass e dibattiti. In anteprima per l'Italia ci sarà 'Rellik', la serie tv crime targata BBC. Tra i protagonisti delle masterclass l'attore e produttore Daniel Dae Kim (Lost, Hawaii Five-O) e tre degli showrunner più ambiti del momento: Frank Spotniz (X-Files, I Medici); Chris Brancato (Narcos) e Evan Katz (24: Legacy, Body of proof e The event).

CINECITTÀ NEWS

MIA: 1400 operatori accreditati, 114 film in programma



1400 operatori accreditati, 114 film in programma negli screening di mercato dedicati ai buyer internazionali, 4 appuntamenti speciali con i titoli italiani della prossima stagione di cinema e televisione. Sono fra i numeri della 3a edizione del **MIA, Mercato Internazionale dell'Audiovisivo** che torna a **Roma dal 19 al 23 ottobre,** nel 'distretto Barberini'.

Il primo mercato italiano del settore (tutti gli appuntamenti sono riservati agli accreditati) per numero di presenze internazionali proporrà anche 45 progetti da 21 paesi per oltre 500 potenziali partner di co-produzione e 40 tra panel, masterclass e dibattiti.

In anteprima per l'Italia ci sarà *Rellik*, la serie tv crime targata BBC. Tra i protagonisti delle masterclass l'attore e produttore Daniel Dae Kim (*Lost*, *Hawaii Five-O*) e tre degli showrunner più ambiti del momento: Frank Spotniz (*X-Files*, *I Medici*); Chris Brancato (*Narcos*) e Evan Katz (*24: Legacy*, *Body of proof* e *The Event*).

cinemaitaliano.info

TUTTO IL MIA MINUTO PER MINUTO - Dal 19 al 23

Al via a Roma l'appuntamento rivolto all'industria del cinema, tv e documentario. la terza edizione nel "Distretto Barberini". Tutto il Programma



Francesco Rutelli e Giancarlo Leone (foto Pietro Coccia)

MIA Mercato Internazionale dell'Audiovisivo torna con la sua terza edizione a Roma dal 19 al 23 ottobre 2017, nel "distretto Barberini". Primo mercato italiano per numero di presenze internazionali, MIA è la piattaforma di business rivolta ai produttori e ai distributori di contenuti transnazionali di alto valore industriale e un'occasione unica per presentare il "Sistema Italia" sulla scena internazionale.

Dedicato a tutti i settori dell'audiovisivo (Cinema, TV, Doc), MIA prevede quattro linee di attività. Networking: una serie di strumenti costruiti per facilitare l'incontro tra i più di 1.400 operatori accreditati. Content showcase: 114 film presentati durante gli screening di mercato dedicati ai buyer internazionali e 4 appuntamenti speciali con i titoli italiani della prossima stagione di cinema e televisione. Coproduction Market & Pitching Forum: 45 progetti da 21 paesi proposti a oltre 500 potenziali partner di co-produzione; Talks: un fitto programma con oltre 40 tra panel, masterclass e dibattiti.

La capacità di 'matchmaking', ovvero di costruire una rete efficiente di rapporti industriali internazionali è il tratto distintivo di questo evento di mercato, informale e d'eccellenza al tempo stesso. Matching Excellence è, quindi, il nuovo claim dell'edizione 2017, che sottolinea come l'Italia sia portatrice di innovazione e creatività in campo internazionale e MIA sia l'acceleratore di business per l'eccellenza italiana nei rapporti con l'estero.

Come ricordato da Carlo Calenda, Ministro dello Sviluppo Economico: "il MIA, ora alla sua terza edizione rappresenta un'occasione d'oro per il mercato audiovisivo nazionale ed internazionale, promuovendo incontri tra produttori e distributori sui contenuti e incoraggiando la condivisione del progresso tecnologico. Questa manifestazione promuove le nostre produzioni nazionali e i processi di internazionalizzazione, facilitando la crescita del settore e la diffusione delle risorse italiane in tutto il mondo".

Dario Franceschini, Ministro dei Beni e delle attività culturali e del Turismo, riconosce come "L'introduzione della nuova legge cinema, il rilancio dell'Istituto Luce-Cinecittà, il ritorno in Italia delle grandi produzioni internazionali, la crescente affermazione della nostra cinematografia nel mondo sono i cardini intorno ai quali ruota una nuova, importante stagione per l'audiovisivo italiano. E i numeri di questa edizione del Mia confermano che Roma, capitale della produzione audiovisiva nazionale, è ormai da tutti riconosciuta come un importante mercato internazionale dell'audiovisivo".

"Il mercato internazionale di Roma si allinea perfettamente alla nostra visione strategica - aggiunge Michele Scannavini, Presidente di ICE (Italian Trade Agency). È il primo del suo genere in Italia ed è un segnale più concreto della svolta intrapresa negli ultimi anni per valorizzare l'industria audiovisiva italiana; ha permesso di presentare all'estero il Sistema Italiano e la sua governance sempre più ben definita, anche grazie alla collaborazione tra le istituzioni pubbliche interessate e le associazioni di imprese del settore".

Nicola Zingaretti, Presidente Regione Lazio riconosce inoltre come “il MIA sia diventato l'evento principale dell'industria cinematografica italiana e la sua influenza stia continuando a crescere e ad emergere sulla scena internazionale. Di conseguenza, la Regione Lazio, con la collaborazione della Roma Lazio Film Commission, ha deciso di presentare la nuova edizione della call to action "Lazio Cinema International" a Roma.”

Francesco Rutelli, Presidente di ANICA descrive il MIA come "un perfetto gioco di squadra, dove sia il settore privato che le istituzioni lavorano affiancate per la crescita del settore Cinema e Audiovisivo, con l'obiettivo di migliorare la nostra opportunità di successo sul mercato internazionale. MIA nasce in un momento di grande fermento per il cinema italiano: una rinnovata capacità di raccontare storie e produrle e una legge molto importante come quella stilata dal Ministro Franceschini, che supporta la produzione di film, serie e documentari ".

Osserva Giancarlo Leone, Presidente di APT “Negli ultimi anni, l’industria dell’audiovisivo sta vivendo un ‘rinascimento’, grazie alla capacità dei produttori indipendenti di fronteggiare le nuove sfide poste sia a livello nazionale che internazionale. Questa rinascita è anche il risultato delle nuove politiche che hanno ulteriormente favorito la crescita di case di produzione indipendenti, che investono in contenuti innovativi e internazionalizzazione. MIA è stato concepito seguendo queste linee guida e, oggi, giunto alla sua terza edizione, è più che mai impegnato a supportare le aziende italiane nelle loro sfide su scala globale”.

Lucia Milazzotto, direttore del MIA conclude “MIA è uscito dalla fase di start-up e si presenta come un mercato originale e molto strutturato a disposizione dell’industria nazionale e internazionale. La nostra formula contemporanea e flessibile si è perfezionata nel corso di questi tre anni e oggi finalmente possiamo affermare che gli operatori di cinema, televisione e documentario lo considerano un appuntamento importante. La leva sinergica tra i segmenti dell’audiovisivo è un tratto distintivo di questo evento, che rende MIA un luogo unico per incontrare, scoprire, immaginare e investire sui film, serie televisive e documentari di domani. Un mercato di alto profilo per i leader che producono e distribuiscono contenuti di alta qualità.

MIA è ideato, realizzato e prodotto dal raggruppamento temporaneo d’impresa tra ANICA (Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche e Audiovisive) e APT (Associazione Produttori Televisivi), finanziato da Ministero dello Sviluppo Economico, ICE, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali, Regione Lazio, e dal programma MEDIA. Sponsor tecnico è la Fondazione Cinema per Roma e partner il Fondo Eurimages del Consiglio d’Europa. MIA si avvale di un comitato editoriale che comprende, oltre ad ANICA e APT: CartoonIT, 100 Autori, Italian Film Commissions, UNEFA.

LE ATTIVITÀ’

NETWORKING

MIA è un boutique market a forte impronta selettiva, rivolto principalmente all’industria del contenuto di alta qualità. Questo posizionamento e dimensioni consentono al team di MIA di assistere ogni singolo progetto e operatore costruendo un piano “tailor made” di appuntamenti, presentazioni, occasioni promozionali per rendere la loro esperienza a Roma efficiente e in linea con le aspettative di business. Più di 1.000 incontri sono già stati pre-organizzati sulla base delle strategie industriali di ciascun accreditato, con formule che vanno dagli speed meetings, breakfast with, producers meet producers.

Nel 2017, il mercato romano si presenta come un foro ancora più strutturato, capace di agevolare e sostenere i professionisti del settore nel costruire e potenziare relazioni strategiche utili nel medio e lungo periodo.

CO-PRODUCTION MARKET E PITCHING FORUM

Il coproduction market di MIA 2017 prevede una selezione complessiva di 45 titoli di cinema, tv e documentario provenienti da 21 paesi che beneficeranno di un fitto programma di presentazioni pubbliche, incontri B2B pre-organizzati e speed meetings, finalizzato ad attivare possibili co-produzioni e trovare partner finanziari. I progetti sono stati scelti da un board di esperti tra oltre 300 candidature.

Più del 50% dei progetti selezionati nelle precedenti edizioni del mercato di Roma sono già diventati film che hanno ricevuto importanti riconoscimenti a livello internazionale. Tra i partecipanti delle passate edizioni del mercato di produzione troviamo Agnieszka Holland, Sally Potter, Paddy Considine, Ritesh Batra, Clio Barnard, Jia Zhang-ke, Sheng Zhimin, Diego Lerman, Kadri Kousaar, Stephen Burke, Katarzyna Roslaniec, Sharunas Bartas, Alvaro Brechner, Laura Bispuri, Fabio Mollo, Marco Bellocchio, Franco Maresco, Manetti Bros, Elisa Fuksas, Fulvio Risuleo, Valerio Mieli, Salvatore Mereu, Matteo Botrugno e Daniele Coluccini.

Quest'anno il mercato di co-produzione di MIA CINEMA presenta 21 progetti di cinema indipendente, confermando la forte impronta autoriale. Tra questi, Noah's Ark, un film di Sérgio Machado prodotto da Walter Salles, We Are the Winners di Giovanni Piperno prodotto da Matteo Garrone, Lo Spietato di Renato De Maria prodotto da Angelo Barbagallo, The Vice of Hope di Edoardo De Angelis, prodotto da Pierpaolo Verga.

15 i titoli presentati al MIA TV Drama Series Pitching Forum: una selezione ampia e variegata in termini di geografie, generi e dimensioni produttive, che spazia da progetti a forte impronta indipendente alle nuovissime produzioni di importanti società, come All3 Media, Company Pictures, Saga Films. Di grande rilevanza il parterre degli interlocutori internazionali, chiamati a incontrare i progetti: commissioning editor e head of production, finanziatori e talent agents da Europa e Stati Uniti.

Il MIA DOC Co-Production Market & Pitching Forum presenterà 9 progetti di produzione italiana, incentrati sul tema dell'Human Interest, Current Affairs e Investigative Journalism. Tra i titoli selezionati figura "My Missing Sister" (documentario sulla scomparsa di Emanuela Orlandi, regia di Alessandra Bruno, prodotto da Raffaele Brunetti e da Ilona Grundmann).

Trasversalmente, si colloca una interessante novità di MIA 2017: Graphic Novel Rights Center, un format che favorisce l'incontro tra l'industria audiovisiva e gli editori indipendenti di graphic novel, uno dei generi letterari più vitali in termini di qualità narrativa e capacità di essere in sintonia con il suo pubblico. L'iniziativa mira a favorire lo sfruttamento da parte di cinema e tv di properties indipendenti come quelle selezionate e che verranno presentate ai produttori in sessioni di pitch. Tra queste figurano: "Le ragazzine stanno perdendo il controllo La città le teme. La fine è azzurra" di Ratigher, "Cosmo" di Marino Neri, "La favorita" di Matthias Lehman e "Brian the brain" di Miguel Angel Martin, "Alien" di Aisha Franz.

CONTENT SHOWCASE

MIA è una piattaforma ideale per la vendita e promozione del contenuto indipendente italiano e europeo.
I buyer cinematografici avranno accesso a 114 titoli tra nazionali e internazionali da visionare durante le proiezioni di mercato in programma presso i due multiplex del distretto, il Cinema Barberini e Quattro Fontane oppure attraverso la videolibrary digitale, realizzata in collaborazione con WCPMedia Services. Ma avranno anche un accesso anticipato e privilegiato al miglior prodotto italiano in arrivo nei prossimi mesi. What's Next Italy è infatti l'appuntamento in cui verranno presentati film italiani più interessanti della prossima stagione, con scene inedite ed esclusive di film in lavorazione, raccontate dai loro autori o produttori. I titoli presentati: Albe (Elisa Fuksas), Due Piccoli Italiani (Paolo Sassanelli), Favola (Sebastiano Mauri), Figlia Mia (Laura Bispuri), In viaggio con Adele (Alessandro Capitani), Il Libro delle Visioni (Carlo S.Hintermann), Like me back (Leonardo Guerra Seràgnoli), Made in Italy (Luciano Ligabue), Matrimonio Italiano (Alessandro Genovesi), Ovunque Proteggimi (Bonifacio Angius), The Place (Paolo Genovese), Il premio (Alessandro Gassman), Il Ragazzo Invisibile – Seconda Generazione (Gabriele Salvatores), Ride (Jacopo Rondinelli), Sembra mio figlio (Costanza Quatriglio), Sono Tornato (Luca Miniero), Il Vegetariano (Roberto San Pietro).
Gli operatori televisivi quali broadcasters, head of drama, commissioning editors, distributori internazionali parteciperanno all'Italian TV Upfront, un evento in cui saranno presentate serie televisive italiane in lavorazione con l'obiettivo di mostrare l'eccellenza e la competitività della nostra produzione.

Uno screening speciale, in anteprima per l'Italia sarà quello di "Rellik", la serie tv crime targata BBC e Cinemax, creata dai fratelli Harry e Jack Williams - già menti di The Missing, con protagonisti Richard Dormer (Beric Dondarrion in Game of Thrones, Dan Anderssen in Fortitude) e Jodi Balfour (Joni in Quarry).

TALKS & PANELS

Un ricco programma di tavole rotonde, masterclass, impact speech e workshop completano l'esperienza di MIA 2017, per aiutare i professionisti a condividere idee e per offrire strumenti di analisi volti a identificare modelli di business efficaci e nuove opportunità di mercato.

Oltre 40 gli approfondimenti in calendario, che vedranno come protagonisti 130 top player dell'industria. Tra i temi affrontati La globalizzazione del mercato televisivo internazionale: un argomento che verrà analizzato dalla duplice prospettiva, statunitense ed europea. Altri panel tratteranno questioni come il remake cinematografico, la pirateria e i suoi effetti sul cinema indipendente, le tecniche di valorizzazione dei cataloghi di film classici, le donne di potere nell'industria dell'entertainment, lo storytelling nel gaming e nell'audiovisivo, l'animazione europea (tra i relatori Jacques Bled, l'uomo dietro ai film come Despicable Me, Minions, Pets e Sing), la realtà virtuale nei film e nella tv.

L'industria internazionale potrà approfondire cosa cambia con l'introduzione del nuovo pacchetto di norme sull'audiovisivo nel panel Working with Italy, un appuntamento a cura del MIBACT dove verranno illustrati tutti i nuovi incentivi fiscali che il fondo unico per lo spettacolo mette a disposizione per le produzioni e coproduzioni internazionali.

Tra le masterclass spicca l'appuntamento con tre degli showrunner più ambiti del momento: Frank Spotniz, già ideatore di X-Files, The man in the high castle e reduce dall'esperienza "italiana" di Medici, Chris Brancato, co-creatore di Narcos e noto per il suo lavoro in serie tv cult come X-Files e Hannibal e Evan Katz, executive producer di serie tv tra cui 24: Legacy, Body of proof e The event. Al MIA anche l'attore e produttore Daniel Dae Kim (Lost, Hawaii Five-O) per parlare della sua esperienza nel realizzare per il network ABC il remake di uno show sudcoreano di grande successo. Attesa anche la masterclass con il vincitore del Sundance Eugene Jarecki (The House I Live In, Why We Fight, The Trials of Henry Kissinger, Reagan, Freakonomics, e Promised Land), che parlerà di come i suoi documentari creativi e d'inchiesta abbiano contribuito a plasmare il dialogo politico negli Stati Uniti degli ultimi anni. Jarecki parlerà anche del suo impegno in The Eisenhower Project, che studia le forze che influenzano l'agenda della politica interna e estera statunitense.

IL "DISTRETTO" BARBERINI

La location è una delle grandi novità della terza edizione di MIA che vivrà le proprie attività nel "distretto" di piazza Barberini, un quartiere che unisce in maniera eccellente funzionalità e unicità. Immersi nel cuore del barocco italiano, i delegati del MIA si sposteranno tra Palazzo Barberini, che ospiterà in alcune sale il mercato di coproduzione, le attività di networking e la videolibrary, l'Hotel Bernini Bristol dove avrà luogo l'attività di networking e numerosi eventi del mercato, l'Auditorium NCTM e l'Auditorium EDISON dove prenderanno vita le sessioni di pitching, i panel e le masterclass. Presso le sale del Cinema Barberini e Quattro Fontane avranno luogo invece le proiezioni di mercato e gli eventi "What's Next Italy" "A Suivre ...France" e "Italian Tv Upfront".

I PREMI

Il progetti "incubati" dentro il mercato di coproduzione di MIA 2017 concorrono all'assegnazione di premi per un valore totale di 55.000 euro.

Riconoscendo a MIA un importante ruolo nel sostegno alle co-produzioni e alle relazioni di business intorno ai grandi progetti internazionali, il Fondo Eurimages del Consiglio D'Europa conferma l'Eurimages Co-Production Development Award:il premio al progetto più in linea con i principi di collaborazione e coproduzione che ispirano Eurimages, per un totale di 20.000 euro in denaro.

L'Apulia Film Commission, fondazione nata con l'obiettivo di attrarre le produzioni audiovisive grazie alla competitività dei servizi, maestranze e location del territorio pugliese, assegnerà il MIA TV Best Drama Series Award con un contributo in denaro di 20.000 euro al miglior progetto presentato al mercato di coproduzione televisivo.

EDI Effetti Digitali Italiani ha scelto MIA per inaugurare il MIA EDI Visionary Award, un premio dedicato a quei progetti di cinema, serie tv e documentario che si contraddistinguono per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi. Il premio è costituito da facilities di visual effects per un valore di 15.000 euro.

MIA 2017 inoltre è orgogliosa di ospitare due dei più prestigiosi premi italiani a supporto della scrittura cinematografica e televisiva: il Premio Bixio e Il Premio Solinas.

cinematografo.it
fondazione ente dello spettacolo

Roma è MIA

Dal 19 al 23 ottobre, torna il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo: "Dobbiamo portare il prodotto italiano nel mondo", dice il presidente Anica Rutelli

18 ottobre 2017
Business, In evidenza

CONDIVIDI



"Quello del MIA, Mercato Internazionale dell'Audiovisivo, è un appuntamento unico, che dobbiamo valorizzare. Il nostro obiettivo è quello di diventare sempre più internazionali, aumentando le coproduzioni. Dobbiamo portare il nostro prodotto nel mondo, per aprirci a nuove sfide e rendere Roma, e non solo, un punto di riferimento". Così Francesco Rutelli, presidente dell'ANICA (Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive Multimediali), apre la conferenza del MIA, giunto alla sua terza edizione. Si svolgerà dal 19 al 23 ottobre nel "distretto" di piazza Barberini, tra l'omonimo cinema e l'Hotel Bernini Bristol.

Il MIA opera su quattro fronti: il *networking*, che facilita l'incontro di più di 1400 operatori accreditati (+25% rispetto all'anno scorso), il *content showcase*, con 14 film inediti che saranno mostrati ai compratori esteri e 4 appuntamenti speciali, il *Coproduction Market & Pitching Forum*, con 45 progetti in arrivo da 21 Paesi e *Talks*, che comprende panel, masterclass e dibattiti.

"Vogliamo ampliare il nostro mercato, e il programma di questa terza edizione rappresenta una sfida per il futuro. In *What's Next Italy* verranno presentati gli eventi più interessanti della prossima stagione, con alcune scene inedite, avremo: *The Place*, di Paolo Genovese, *Il ragazzo invisibile – Seconda Generazione* di Gabriele Salvatores e *Ride* di Jacopo Rondinelli", aggiunge Lucia Milazzotto, il direttore del MIA. "Verranno a Roma società estere molto importanti a illustrare i loro progetti. Una grande novità sono gli Italian TV Upfront, dove parleremo delle serie televisive italiane in lavorazione, a beneficio dei compratori internazionali". Si spazierà da *Montalbano* a *000*.

Nei panel saranno protagoniste le nuove tecnologie, con il Vr e i videogiochi. Poi si parlerà di pirateria, film classici, storytelling e animazione (tra i relatori ci sarà Jacques Bled, che si è occupato di *Despicable Me*, *Minions*, *Pets* e *Sing*). Come ha ricordato il Ministro dello Sviluppo Economico Carlo Calenda: "Il MIA è un'occasione d'oro per il mercato audiovisivo nazionale e internazionale, promuovendo incontri tra produttori e distributori sui contenuti e incoraggiando il processo tecnologico".

Infine interviene Giancarlo Leone, presidente dell'APT (Associazione Produttori Televisivi). "Il MIA è fatto soprattutto da coloro che lo supportano. Questo è un momento molto particolare. Il livello delle coproduzioni è in crescita, e le serie televisive suscitano sempre più interesse. La nuova Legge Cinema, in cui dobbiamo credere, aiuterà la sinergia tra gli attori del mondo del cinema. Lo scenario è positivo".

Gian Luca Pisacane

ROME 2017 Market

Europa Distribution and MIA to put piracy on the spotlight

by CINEUROPA

18/10/2017 - Experts from anti-piracy organisations and representatives from across the value chain will get together in Rome on 21 October



Europa Distribution and Rome's MIA (Mercato Internazionale Audiovisivo) continue their joint venture to raise awareness of the role of film distributors, and present the 4th edition of the successful panels on "Everything you always wanted to know about Distribution but were afraid to ask". This new chapter is dedicated to a topical issue affecting all parts of the film industry value chain: piracy.

How has piracy evolved in recent years and in what ways is it affecting the different European markets? How much are independent films specifically affected by it? What are the strategies put in place by the Public Institutions and by the different players in the market to fight it? What can be learnt from analysing Piracy trends?

To answer these questions, on Saturday 21 October 10:00-12:00 at the Auditorium NCTM (Via delle Quattro Fontane, 161) Europa Distribution and MIA have invited experts from anti-piracy organisations and representatives from across the value chain to join the discussion and share their experience and expertise to analyse the situation and identify potential solutions.

The round-table, moderated by **Paolo Marzano**, President of the Permanent Advisory Committee for Copyright at the Ministry of Cultural Heritage of Italy, will look on one side at the "big picture", showing data and research and discussing the legal framework currently proposed by the European Commission; on the other, industry professionals will bring their experience to the table, discussing their specific roles and the situation of the markets they operate in.

The speakers will be distributor **Daniel Goroshko** (Head of Acquisitions - CEO, A-One Films, Russia), producer **Carotta Calori** (Indigo, Italy), **Nikolas Moschakis** (Secretary General, FIAD - Federation of Film Distributors' Associations, Belgium) and anti-piracy experts **Chris Anderson** (Head of TV & Film; UK and Europe, MUSO, UK) and **Federico Bagnoli Rossi** (General Secretary Fapav - Federazione per la tutela dei contenuti audiovisivi e multimediali, Italy).

cineuropa

ROMA 2017 Mercato

IDM Film Fund al MIA per cercare produttori di serie tv

di Camillo De Marco

18/10/2017 - La Film Fund & Commission dell'Alto Adige organizza al Mercato Internazionale Audiovisivo a Roma il pitch finale dell'annuale Script Lab rivolto allo sviluppo di sceneggiature

IDM SÜDTIROL ALTO ADIGE

La Film Fund & Commission dell'Alto Adige sarà al MIA - Mercato Internazionale Audiovisivo a Roma (19-23 ottobre) per l'evento finale di RACCONTI #6, l'annuale Script Lab rivolto allo sviluppo di sceneggiature per cinema e televisione, che quest'anno ha puntato su concept innovativi a low budget di serie TV.

Sabato 21 ottobre sarà l'occasione per presentare a una platea di produttori italiani e internazionali i treatment sviluppati. Gli autori di lingua italiana e tedesca, che hanno partecipato al programma di scrittura, si sono incontrati nei mesi passati in Alto Adige per lavorare sia in gruppo nella Writers' Room diretta dalla casa di produzione tedesca FFP New Media, sia attraverso il programma di mentoring "High Concept, Low Budget", con la supervisione di alcuni esperti internazionali: **Maria Feldman**, **Harold Valentin** e **John Yorke**.

A seguire ci sarà la Premiazione del progetto vincitore e la consegna dell'Award Panalight Südtirol Development di 3.000 euro per la migliore delle 4 serie scritte durante il programma di Mentoring.

I produttori interessati ad assistere ai pitch potranno richiedere l'accredito mandando una mail a questo indirizzo.

DAVIDEMAGGIO.it
La TV dietro le quinte

MIA: a Roma la terza edizione del Mercato Internazionale dell'Audiovisivo

mercoledì 18 ottobre 2017 20:31 Mattia Buonocore

Televisione

Mi piace 7 G+



MIA

MIA Mercato Internazionale dell'Audiovisivo torna con la sua **terza edizione a Roma da domani al 23 ottobre 2017**. MIA è la piattaforma di business rivolta ai produttori e ai distributori di contenuti transnazionali di valore industriale e un'occasione per presentare il "**Sistema Italia**" sulla scena internazionale.

Dedicato a tutti i settori dell'audiovisivo (Cinema, TV, Doc), MIA prevede quattro linee di attività. *Networking*: una serie di strumenti costruiti per facilitare l'incontro tra **i più di 1.400 operatori accreditati**. *Content showcase:* **114 film** presentati durante gli screening di mercato dedicati ai buyer internazionali e **4** appuntamenti speciali con i **titoli italiani** della prossima stagione di cinema e televisione. *Coproduction Market & Pitching Forum:* **45 progetti da 21 paesi** proposti a oltre 500 potenziali partner di co-produzione; *Talks:* un fitto programma con oltre **40 tra panel, masterclass e dibattiti**.

Come ricordato da **Carlo Calenda, Ministro dello Sviluppo Economico**:

> "*Il MIA, ora alla sua terza edizione rappresenta un'occasione d'oro per il mercato audiovisivo nazionale ed internazionale, promuovendo incontri tra produttori e distributori sui contenuti e incoraggiando la condivisione del progresso tecnologico.* ***Questa manifestazione promuove le nostre produzioni nazionali e i processi di internazionalizzazione,*** *facilitando la crescita del settore e la diffusione delle risorse italiane in tutto il mondo*".

Lucia Milazzotto, direttore del MIA spiega:

Il board di MIA TV, composto da personalità di spicco dell'industria televisiva mondiale, tra produttori, broadcaster e distributori, ha selezionato **15 progetti** che saranno protagonisti del "**Drama Series Pitching Forum**". Si tratta di titoli in fase di sviluppo che verranno presentati in incontri riservati con commissioning editor e head of coproduction di società tra cui: CBS Paramount, Entertainment One, BBC worldwide, HBO, AMC Studios, Pinewood TV, ABC Studios, ITV, A+E.

TALKS & PANELS TV

Un programma di tavole rotonde, masterclass, impact speech e workshop completa l'esperienza di MIA 2017, per aiutare i professionisti a condividere idee e per offrire strumenti di analisi volti a identificare modelli di business efficaci e nuove opportunità di mercato. Oltre 40 gli approfondimenti in calendario, che vedranno come protagonisti 130 top player dell'industria. Tra i temi affrontati **la globalizzazione del mercato televisivo internazionale**: un argomento che verrà analizzato dalla duplice prospettiva, statunitense ed europea. Altri panel tratteranno questioni come il **remake cinematografico**, la **pirateria** e i suoi effetti sul cinema indipendente, le tecniche di valorizzazione dei cataloghi di **film classici**, le **donne di potere** nell'industria dell'entertainment, lo **storytelling** nel **gaming** e **nell'audiovisivo**, **l'animazione europea** (tra i relatori Jacques Bled, l'uomo dietro ai film come *Despicable Me, Minions, Pets e Sing*), la **realtà virtuale** nei film e nella tv.

L'industria internazionale potrà approfondire cosa cambia con l'introduzione del nuovo pacchetto di norme sull'audiovisivo nel panel **Working with Italy**, un appuntamento a cura del MIBACT dove verranno illustrati tutti i nuovi incentivi fiscali che il fondo unico per lo spettacolo mette a disposizione per le produzioni e coproduzioni internazionali.

> *"MIA è uscito dalla fase di start-up e si presenta come un mercato originale e molto strutturato a disposizione dell'industria nazionale e internazionale (...) La leva sinergica tra i segmenti dell'audiovisivo è un tratto distintivo di questo evento, che rende MIA un luogo unico per incontrare, scoprire, immaginare e investire sui film, serie televisive e documentari di domani. Un mercato di alto profilo per i leader che producono e distribuiscono contenuti di alta qualità.*

Il coproduction market di MIA 2017 prevede una selezione complessiva di **45 titoli** di cinema, tv e documentario provenienti da 21 paesi che beneficeranno di un fitto programma di presentazioni pubbliche, incontri B2B pre-organizzati e speed meetings, finalizzato ad attivare possibili co-produzioni e trovare partner finanziari. I progetti sono stati scelti da un board di esperti tra oltre 300 candidature.

ITALIAN TV UPFRONT

Gli operatori televisivi quali broadcasters, head of drama, commissioning editors, distributori internazionali parteciperanno all'**Italian TV Upfront,** un evento in cui saranno presentate serie televisive italiane in lavorazione con l'obiettivo di mostrare l'eccellenza e la competitività della nostra produzione. Si vedranno immagini o i trailer di serie come ***Gomorra 3***, *Zero Zero Zero, Il Cacciatore, Sirene, La Strada Di Casa, Scomparsa,* ***Ultimo 5****, Solo 2,* ***Montalbano****, I Delitti Del Barlume 5, La Porta Rossa 2, E' Arrivata La Felicita' 2* (Teaser In Esclusiva), *Medici 2.*

Uno screening speciale, in anteprima per l'Italia sarà quello di **"Rellik"**, la serie tv crime targata BBC e Cinemax, creata dai fratelli Harry e Jack Williams – già menti di *The Missing*, con protagonisti **Richard Dormer** (Beric Dondarrion in *Game of Thrones*, Dan Anderssen in *Fortitude*) e **Jodi Balfour** (Joni in *Quarry*).

MIA TV DRAMA SERIES PITCHING FORUM – I TITOLI

Tra le masterclass spicca l'appuntamento con tre degli showrunner più ambiti del momento: **Frank Spotniz**, già ideatore di *X-Files, The man in the high castle* e reduce dall'esperienza "italiana" di *Medici*, **Chris Brancato**, co-creatore di *Narcos* e noto per il suo lavoro in serie tv cult come *X-Files* e *Hannibal* e **Evan Katz**, executive producer di serie tv tra cui *24: Legacy, Body of proof* e *The event*. Al MIA anche l'attore e produttore **Daniel Dae Kim** *(Lost, Hawaii Five-O)* per parlare della sua esperienza nel realizzare per il network ABC il remake di uno show sudcoreano di grande successo.

I PREMI

I progetti "incubati" dentro il mercato di coproduzione di MIA 2017 concorrono all'assegnazione di premi per un valore totale di **55.000 euro**. Riconoscendo a MIA un importante ruolo nel sostegno alle co-produzioni e alle relazioni di business intorno ai grandi progetti internazionali, il **Fondo Eurimages** del Consiglio D'Europa conferma l'**Eurimages Co-Production Development Award**:il premio al progetto più in linea con i principi di collaborazione e coproduzione che ispirano Eurimages, per un totale di 20.000 euro in denaro. **L'Apulia Film Commission**, fondazione nata con l'obiettivo di attrarre le produzioni audiovisive grazie alla competitività dei servizi, maestranze e location del territorio pugliese, assegnerà il **MIA TV Best Drama Series Award** con un contributo in denaro di 20.000 euro al miglior progetto presentato al mercato di coproduzione televisivo.

EDI Effetti Digitali Italiani ha scelto MIA per inaugurare il **MIA EDI Visionary Award**, un premio dedicato a quei progetti di cinema, serie tv e documentario che si contraddistinguono per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi. Il premio è costituito da facilities di visual effects per un valore di 15.000 euro.

MIA 2017 ospiterà due premi italiani a supporto della scrittura cinematografica e televisiva: il **Premio Bixio** e Il **Premio Solinas.**

Il Sole 24 ORE ITALIA

NEL DISTRETTO BARBERINI

Cinema, 1400 accreditati e 114 film al Mia

18 ottobre 2017



Il presidente di Anica Francesco Rutelli

Mille e quattrocento operatori accreditati, 114 film in programma negli screening di mercato dedicati ai buyer internazionali, quattro appuntamenti speciali con i titoli italiani della prossima stagione di cinema e televisione.

Sono fra i numeri della terza edizione del Mia, Mercato Internazionale dell'Audiovisivo che torna a Roma dal 19 al 23 ottobre, nel "distretto Barberini".



Ambra Angiolini (Fotogramma) 1/15

Primo mercati per presenze internazionali

Il primo mercato italiano del settore (tutti gli appuntamenti sono riservati agli accreditati) per numero di presenze internazionali proporrà anche 45 progetti da 21 paesi per oltre 500 potenziali partner di co-produzione e 40 tra panel, masterclass e dibattiti. In anteprima per l'Italia ci sarà "Rellik", la serie tv crime targata Bbc.

I protagonisti

Tra i protagonisti delle masterclass l'attore e produttore Daniel Dae Kim (Lost, Hawaii Five-O) e tre degli showrunner più ambiti del momento: Frank Spotniz (X-Files, I Medici); Chris Brancato (Narcos) e Evan Katz (24: Legacy, Body of proof e The event).

Rutelli: positivo il decreto su quote tv

«Ho sentito che ci sono critiche ma il decreto di Franceschini sulle nuove quote di investimento e trasmissione (delle produzioni made in Italy, ndr) per i broadcaster va interpretato in positivo. Al settore serve un salto di qualità», ha detto il presidente dell'Anica Francesco Rutelli durante la presentazione della terza edizione del Mia. Anche per Giancarlo Leone, presidente dell'Apt (associazione Produttori televisivi), «il decreto è meritorio, perché ha rimesso al centro dell'azione del governo il prodotto audiovisivo. E importante l'azione sugli investimenti, e quella sulle quote di trasmissione, ma il tempo consente di perfezionare diversi passaggi. Forse qualche riflessione può essere fatta sul mitigare quella che sembra una pervasività degli obblighi di trasmissione. Questi devono essere visti dai broadcaster come un'opportunità non come un vincolo. È importante che per il cinema italiano in tv non ci sia un eccesso di presenza, non andrebbe a suo vantaggio. Il luogo principale dove vederlo deve restare la sala».

© Riproduzione riservata



Roma, al via il "Mia – Mercato Internazionale dell'Audiovisivo"

L'evento dedicato all'industry Cinema, Tv e Doc. Italian Tv Upfront, anteprima "Rellik" e tanti ospiti attesi

di Redazione
Roma, 18 ottobre 2017 - 16:25
fonte: AGV - Agenzia Giornalistica il Velino

MIA Mercato Internazionale dell'Audiovisivo torna con la sua terza edizione a Roma dal 19 al 23 ottobre 2017, nel "distretto Barberini". Primo mercato italiano per numero di presenze internazionali, MIA è la piattaforma di business rivolta ai produttori e ai distributori di contenuti transnazionali di alto valore industriale e un'occasione unica per presentare il "Sistema Italia" sulla scena internazionale. Dedicato a tutti i settori dell'audiovisivo (Cinema, TV, Doc), MIA prevede quattro linee di attività. Networking: una serie di strumenti costruiti per facilitare l'incontro tra i più di 1.400 operatori accreditati. Content showcase: 114 film presentati durante gli screening di mercato dedicati ai buyer internazionali e 4 appuntamenti speciali con i titoli italiani della prossima stagione di cinema e televisione. Coproduction Market & Pitching Forum: 45 progetti da 21 paesi proposti a oltre 500 potenziali partner di co-produzione; Talks: un fitto programma con oltre 40 tra panel, masterclass e dibattiti.

La capacità di 'matchmaking', ovvero di costruire una rete efficiente di rapporti industriali internazionali è il tratto distintivo di questo evento di mercato, informale e d'eccellenza al tempo stesso. Matching Excellence è, quindi, il nuovo claim dell'edizione 2017, che sottolinea come l'Italia sia portatrice di innovazione e creatività in campo internazionale e MIA sia l'acceleratore di business per l'eccellenza italiana nei rapporti con l'estero. Come ricordato da Carlo Calenda, Ministro dello Sviluppo Economico: "il MIA, ora alla sua terza edizione rappresenta un'occasione d'oro per il mercato audiovisivo nazionale ed internazionale, promuovendo incontri tra produttori e distributori sui contenuti e incoraggiando la condivisione del progresso tecnologico. Questa manifestazione promuove le nostre produzioni nazionali e i processi di internazionalizzazione, facilitando la crescita del settore e la diffusione delle risorse italiane in tutto il mondo".

Dario Franceschini, Ministro dei Beni e delle attività culturali e del Turismo, riconosce come "L'introduzione della nuova legge cinema, il rilancio dell'Istituto Luce-Cinecittà, il ritorno in Italia delle grandi produzioni internazionali, la crescente affermazione della nostra cinematografia nel mondo sono i cardini intorno ai quali ruota una nuova, importante stagione per l'audiovisivo italiano. E i numeri di questa edizione del Mia confermano che Roma, capitale della produzione audiovisiva nazionale, è ormai da tutti riconosciuta come un importante mercato internazionale dell'audiovisivo". "Il mercato internazionale di Roma si allinea perfettamente alla nostra visione strategica – aggiunge Michele Scannavini, Presidente di ICE (Italian Trade Agency). È il primo del suo genere in Italia ed è un segnale più concreto della svolta intrapresa negli ultimi anni per valorizzare l'industria audiovisiva italiana; ha permesso di presentare all'estero il Sistema Italiano e la sua governance sempre più ben definita, anche grazie alla collaborazione tra le istituzioni pubbliche interessate e le associazioni di imprese del settore".

Nicola Zingaretti, Presidente Regione Lazio riconosce inoltre come "il MIA sia diventato l'evento principale dell'industria cinematografica italiana e la sua influenza stia continuando a crescere e ad emergere sulla scena internazionale. Di conseguenza, la Regione Lazio, con la collaborazione della Roma Lazio Film Commission, ha deciso di presentare la nuova edizione della call to action "Lazio Cinema International" a Roma." Francesco Rutelli, Presidente di ANICA descrive il MIA come "un perfetto gioco di squadra, dove sia il settore privato che le istituzioni lavorano affiancate per la crescita del settore Cinema e Audiovisivo, con l'obiettivo di migliorare la nostra opportunità di successo sul mercato internazionale. MIA nasce in un momento di grande fermento per il cinema italiano: una rinnovata capacità di raccontare storie e produrle e una legge molto importante come quella stilata dal Ministro Franceschini, che supporta la produzione di film, serie e documentari ".

Osserva Giancarlo Leone, Presidente di APT "Negli ultimi anni, l'industria dell'audiovisivo sta vivendo un 'rinascimento', grazie alla capacità dei produttori indipendenti di fronteggiare le nuove sfide poste sia a livello nazionale che internazionale. Questa rinascita è anche il risultato delle nuove politiche che hanno ulteriormente favorito la crescita di case di produzione indipendenti, che investono in contenuti innovativi e internazionalizzazione. MIA è stato concepito seguendo queste linee guida e, oggi, giunto alla sua terza edizione, è più che mai impegnato a supportare le aziende italiane nelle loro sfide su scala globale". Lucia Milazzotto, direttore del MIA conclude "MIA è uscito dalla fase di start-up e si presenta come un mercato originale e molto strutturato a disposizione dell'industria nazionale e internazionale. La nostra formula contemporanea e flessibile si è perfezionata nel corso di questi tre anni e oggi finalmente possiamo affermare che gli operatori di cinema, televisione e documentario lo considerano un appuntamento importante. La leva sinergica tra i segmenti dell'audiovisivo è un tratto distintivo di questo evento, che rende MIA un luogo unico per incontrare, scoprire, immaginare e investire sui film, serie televisive e documentari di domani. Un mercato di alto profilo per i leader che producono e distribuiscono contenuti di alta qualità.

MIA è ideato, realizzato e prodotto dal raggruppamento temporaneo d'impresa tra ANICA (Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche e Audiovisive) e APT (Associazione Produttori Televisivi), finanziato da Ministero dello Sviluppo Economico, ICE, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali, Regione Lazio, e dal programma MEDIA. Sponsor tecnico è la Fondazione Cinema per Roma e partner il Fondo Eurimages del Consiglio d'Europa. MIA si avvale di un comitato editoriale che comprende, oltre ad ANICA e APT: CartoonIT, 100 Autori, Italian Film Commissions, UNEFA.

LE ATTIVITÀ – NETWORKING MIA è un boutique market a forte impronta selettiva, rivolto principalmente all'industria del contenuto di alta qualità. Questo posizionamento e dimensioni consentono al team di MIA di assistere ogni singolo progetto e operatore costruendo un piano "tailor made" di appuntamenti, presentazioni, occasioni promozionali per rendere la loro esperienza a Roma efficiente e in linea con le aspettative di business. Più di 1.000 incontri sono già stati pre-organizzati sulla base delle strategie industriali di ciascun accreditato, con formule che vanno dagli speed meetings, breakfast with, producers meet producers. Nel 2017, il mercato romano si presenta come un foro ancora più strutturato, capace di agevolare e sostenere i professionisti del settore nel costruire e potenziare relazioni strategiche utili nel medio e lungo periodo. CO-PRODUCTION MARKET E PITCHING FORUM Il coproduction market di MIA 2017 prevede una selezione complessiva di 45 titoli di cinema, tv e documentario provenienti da 21 paesi che beneficeranno di un fitto programma di presentazioni pubbliche, incontri B2B pre-organizzati e speed meetings, finalizzato ad attivare possibili co-produzioni e trovare partner finanziari. I progetti sono stati scelti da un board di esperti tra oltre 300 candidature. Più del 50% dei progetti selezionati nelle precedenti edizioni del mercato di Roma sono già diventati film che hanno ricevuto importanti riconoscimenti a livello internazionale. Tra i partecipanti delle passate edizioni del mercato di produzione troviamo Agnieszka Holland, Sally Potter, Paddy Considine, Ritesh Batra, Clio Barnard, Jia Zhang-ke, Sheng Zhimin, Diego Lerman, Kadri Kousaar, Stephen Burke, Katarzyna Roslaniec, Sharunas Bartas, Alvaro Brechner, Laura Bispuri, Fabio Mollo, Marco Bellocchio, Franco Maresco, Manetti Bros, Elisa Fuksas, Fulvio Risuleo, Valerio Mieli, Salvatore Mereu, Matteo Botrugno e Daniele Coluccini. Quest'anno il mercato di co-produzione di MIA CINEMA presenta 21 progetti di cinema indipendente, confermando la forte impronta autoriale. Tra questi, Noah's Ark, un film di Sérgio Machado prodotto da Walter Salles, We Are the Winners di Giovanni Piperno prodotto da Matteo Garrone, Lo Spietato di Renato De Maria prodotto da Angelo Barbagallo, The Vice of Hope di Edoardo De Angelis, prodotto da Pierpaolo Verga. 15 i titoli presentati al MIA TV Drama Series Pitching Forum: una selezione ampia e variegata in termini di geografie, generi e dimensioni produttive, che spazia da progetti a forte impronta indipendente alle nuovissime produzioni di importanti società, come All3 Media, Company Pictures, Saga Films. Di grande rilevanza il parterre degli interlocutori internazionali, chiamati a incontrare i progetti: commissioning editor e head of production, finanziatori e talent agents da Europa e Stati Uniti. Il MIA DOC Co-Production Market & Pitching Forum presenterà 9 progetti di produzione italiana, incentrati sul tema dell'Human Interest, Current Affairs e Investigative Journalism. Tra i titoli selezionati figura "My Missing Sister" (documentario sulla scomparsa di Emanuela Orlandi, regia di Alessandra Bruno, prodotto da Raffaele Brunetti e da Ilona Grundmann). Trasversalmente, si colloca una interessante novità di MIA 2017: Graphic Novel Rights Center, un format che favorisce l'incontro tra l'industria audiovisiva e gli editori indipendenti di graphic novel, uno dei generi letterari più vitali in termini di qualità narrativa e capacità di essere in sintonia con il suo pubblico. L'iniziativa mira a favorire lo sfruttamento da parte di cinema e tv di properties indipendenti come quelle selezionate e che verranno presentate ai produttori in sessioni di pitch. Tra queste figurano: "Le ragazzine stanno perdendo il controllo La città le teme. La fine è azzurra" di Ratigher, "Cosmo" di Marino Neri, "La favorita" di Matthias Lehman e "Brian the brain" di Miguel Angel Martin, "Alien" di Aisha Franz.

CONTENT SHOWCASE MIA è una piattaforma ideale per la vendita e promozione del contenuto indipendente italiano e europeo. I buyer cinematografici avranno accesso a 114 titoli tra nazionali e internazionali da visionare durante le proiezioni di mercato in programma presso i due multiplex del distretto, il Cinema Barberini e Quattro Fontane oppure attraverso la videolibrary digitale, realizzata in collaborazione con WCPMedia Services. Ma avranno anche un accesso anticipato e privilegiato al miglior prodotto italiano in arrivo nei prossimi mesi. What's Next Italy è infatti l'appuntamento in cui verranno presentati film italiani più interessanti della prossima stagione, con scene inedite ed esclusive di film in lavorazione, raccontate dai loro autori o produttori. I titoli presentati: Albe (Elisa Fuksas), Due Piccoli Italiani (Paolo Sassanelli), Favola (Sebastiano Mauri), Figlia Mia (Laura Bispuri), In viaggio con Adele (Alessandro Capitani), Il Libro delle Visioni (Carlo S.Hintermann), Like me back (Leonardo Guerra Seràgnoli), Made in Italy (Luciano Ligabue), Matrimonio Italiano (Alessandro Genovesi), Ovunque Proteggimi (Bonifacio Angius), The Place (Paolo Genovese), Il premio (Alessandro Gassman), Il Ragazzo Invisibile – Seconda Generazione (Gabriele Salvatores), Ride (Jacopo Rondinelli), Sembra mio figlio (Costanza Quatriglio), Sono Tornato (Luca Miniero), Il Vegetariano (Roberto San Pietro). Gli operatori televisivi quali broadcasters, head of drama, commissioning editors, distributori internazionali parteciperanno all'Italian TV Upfront, un evento in cui saranno presentate serie televisive italiane in lavorazione con l'obiettivo di mostrare l'eccellenza e la competitività della nostra produzione. Uno screening speciale, in anteprima per l'Italia sarà quello di "Rellik", la serie tv crime targata BBC e Cinemax, creata dai fratelli Harry e Jack Williams – già menti di The Missing, con protagonisti Richard Dormer (Beric Dondarrion in Game of Thrones, Dan Anderssen in Fortitude) e Jodi Balfour (Joni in Quarry).

TALKS & PANELS Un ricco programma di tavole rotonde, masterclass, impact speech e workshop completano l'esperienza di MIA 2017, per aiutare i professionisti a condividere idee e per offrire strumenti di analisi volti a identificare modelli di business efficaci e nuove opportunità di mercato. Oltre 40 gli approfondimenti in calendario, che vedranno come protagonisti 130 top player dell'industria. Tra i temi affrontati La globalizzazione del mercato televisivo internazionale: un argomento che verrà analizzato dalla duplice prospettiva, statunitense ed europea. Altri panel tratteranno questioni come il remake cinematografico, la pirateria e i suoi effetti sul cinema indipendente, le tecniche di valorizzazione dei cataloghi di film classici, le donne di potere nell'industria dell'entertainment, lo storytelling nel gaming e nell'audiovisivo, l'animazione europea (tra i relatori Jacques Bled, l'uomo dietro ai film come Despicable Me, Minions, Pets e Sing), la realtà virtuale nei film e nella tv. L'industria internazionale potrà approfondire cosa cambia con l'introduzione del nuovo pacchetto di norme sull'audiovisivo nel panel Working with Italy, un appuntamento a cura del MIBACT dove verranno illustrati tutti i nuovi incentivi fiscali che il fondo unico per lo spettacolo mette a disposizione per le produzioni e coproduzioni internazionali. Tra le masterclass spicca l'appuntamento con tre degli showrunner più ambiti del momento: Frank Spotniz, già ideatore di X-Files, The man in the high castle e reduce dall'esperienza "italiana" di Medici, Chris Brancato, co-creatore di Narcos e noto per il suo lavoro in serie tv cult come X-Files e Hannibal e Evan Katz, executive producer di serie tv tra cui 24: Legacy, Body of proof e The event. Al MIA anche l'attore e produttore Daniel Dae Kim (Lost, Hawaii Five-O) per parlare della sua esperienza nel realizzare per il network ABC il remake di uno show sudcoreano di grande successo. Attesa anche la masterclass con il vincitore del Sundance Eugene Jarecki (The House I Live In, Why We Fight, The Trials of Henry Kissinger, Reagan, Freakonomics, e Promised Land), che parlerà di come i suoi documentari creativi e d'inchiesta abbiano contribuito a plasmare il dialogo politico negli Stati Uniti degli ultimi anni. Jarecki parlerà anche del suo impegno in The Eisenhower Project, che studia le forze che influenzano l'agenda della politica interna e estera statunitense.

IL "DISTRETTO" BARBERINI La location è una delle grandi novità della terza edizione di MIA che vivrà le proprie attività nel "distretto" di piazza Barberini, un quartiere che unisce in maniera eccellente funzionalità e unicità. Immersi nel cuore del barocco italiano, i delegati del MIA si sposteranno tra Palazzo Barberini, che ospiterà in alcune sale il mercato di coproduzione, le attività di networking e la videolibrary, l'Hotel Bernini Bristol dove avrà luogo l'attività di networking e numerosi eventi del mercato, l'Auditorium NCTM e l'Auditorium EDISON dove prenderanno vita le sessioni di pitching, i panel e le masterclass. Presso le sale del Cinema Barberini e Quattro Fontane avranno luogo invece le proiezioni di mercato e gli eventi "What's Next Italy" "A Suivre ...France" e "Italian Tv Upfront".

I PREMI Il progetti "incubati" dentro il mercato di coproduzione di MIA 2017 concorrono all'assegnazione di premi per un valore totale di 55.000 euro. Riconoscendo a MIA un importante ruolo nel sostegno alle co-produzioni e alle relazioni di business intorno ai grandi progetti internazionali, il Fondo Eurimages del Consiglio D'Europa conferma l'Eurimages Co-Production Development Award:il premio al progetto più in linea con i principi di collaborazione e coproduzione che ispirano Eurimages, per un totale di 20.000 euro in denaro. L'Apulia Film Commission, fondazione nata con l'obiettivo di attrarre le produzioni audiovisive grazie alla competitività dei servizi, maestranze e location del territorio pugliese, assegnerà il MIA TV Best Drama Series Award con un contributo in denaro di 20.000 euro al miglior progetto presentato al mercato di coproduzione televisivo. EDI Effetti Digitali Italiani ha scelto MIA per inaugurare il MIA EDI Visionary Award, un premio dedicato a quei progetti di cinema, serie tv e documentario che si contraddistinguono per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi. Il premio è costituito da facilities di visual effects per un valore di 15.000 euro. MIA 2017 inoltre è orgogliosa di ospitare due dei più prestigiosi premi italiani a supporto della scrittura cinematografica e televisiva: il Premio Bixio e il Premio Solinas.

CULTURA ITALIANA NEL MONDO - ITALIA 2017 - ITALIAN FILM BOUTIQUE AL MIA: ROMA LAZIO CINEMA DAYS FOR INTERNATIONAL BUYERS - 19/23 OTTOBRE 2017

(2017-10-18)

ITALIAN FILM BOUTIQUE - ROMA LAZIO CINEMA DAYS FOR INTERNATIONAL BUYERS, giunto alla sua terza edizione, è una iniziativa esclusiva che si terrà a Roma dal 19 ottobre al 23 ottobre 2017, in occasione del MIA, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo. La manifestazione è realizzata da MOViE UP 2020 di Ass.For.SEO in collaborazione con Roma Lazio Film Commission.

ITALIAN FILM BOUTIQUE, nata nel 2014, si colloca nell'ambito della Sovvenzione Globale MOViE UP 2020, un intervento di più ampia portata, finanziato dalla Regione Lazio – Assessorato Formazione, Ricerca, Scuola, Università e Turismo (POR FSE 2014-2020), per sostenere e valorizzare l'internazionalizzazione degli operatori del settore audiovisivo del Lazio in tutti i diversi comparti. Esportare e sostenere nel mondo "the Italian touch", questo il principale obiettivo di un'ampia iniziativa finalizzata ad accrescere le competenze degli operatori della filiera e che si realizza attraverso molteplici interventi: formazione, seminari, missioni outgoing, work experience all'estero, market screening di cinema italiano, iniziative di networking. Con l'intento di promuovere e sostenere l'esportazione del cinema italiano e delle competenze espresse dai suoi operatori, IFB 2017 torna con una vetrina, ampia e variegata, per genere e contenuto, della più recente produzione audiovisiva italiana (cinema, documentario, animazione) destinata all'export.

IFB sostiene le screening di mercato 22 titoli della più recente produzione cinematografica di lungometraggi (cinema, documentario, animazione) prodotti, girati, venduti o realizzati da operatori della Regione Lazio. 22 storie italiane pronte a portare per il mondo creatività e professionalità del settore. Le proiezioni di mercato si svolgeranno presso la Multisala Barberini e il Cinema Quattro Fontane dove sarà presente anche un desk di informazione IFB.

Nell'ambito della sua mission sull'internazionalizzazione degli operatori del settore, MOViE UP 2020 sostiene e cura, in cooperazione con il MIA, un seminario dal titolo: PAST-FORWARD: CLASSIC FILMS ON THE RISE che si terrà domenica 22 ottobre alle ore 10:30 presso la Sala Turchese – Hotel Bernini. Grazie allo sviluppo delle tecniche di restauro, alla nascita di festival specializzati, ai numerosi circuiti di diffusione, nati sulla spinta di una forte richiesta e di un successo sempre maggiore, i film classici sembrano ritrovare una nuova giovinezza. Nel panel proposto, importanti professionisti del settore esplorano gli aspetti commerciali e legali, le prospettive future di distribuzione nazionale e di internazionalizzazione del nostro patrimonio di cinema classico. Spazio al networking tra produttori, buyer, venditori e broadcaster, dal 19 al 23 ottobre, nella IFB LOUNGE, l'area riservata agli invitati di IFB e ai loro ospiti presso l'Hotel Sina Bernini Bristol (VI piano). (18/10/2017-ITL/ITNET)

LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO.it

1400 accreditati e 114 film al Mia

Per operatori masterclass con Kim, Spotniz, Brancato, Katz

Ascolta

18 Ottobre 2017

Commenti

N. commenti 0

aaa

0 0 0 0



ROMA, 18 OTT - Mille e quattrocento operatori accreditati, 114 film in programma negli screening di mercato dedicati ai buyer internazionali, quattro appuntamenti speciali con i titoli italiani della prossima stagione di cinema e televisione. Sono fra i numeri della terza edizione del Mia, Mercato Internazionale dell'Audiovisivo che torna a Roma dal 19 al 23 ottobre, nel 'distretto Barberini'. Il primo mercato italiano del settore (tutti gli appuntamenti sono riservati agli accreditati) per numero di presenze internazionali proporrà anche 45 progetti da 21 paesi per oltre 500 potenziali partner di co-produzione e 40 tra panel, masterclass e dibattiti. In anteprima per l'Italia ci sarà 'Rellik', la serie tv crime targata BBC. Tra i protagonisti delle masterclass l'attore e produttore Daniel Dae Kim (Lost, Hawaii Five-O) e tre degli showrunner più ambiti del momento: Frank Spotniz (X-Files, I Medici); Chris Brancato (Narcos) e Evan Katz (24: Legacy, Body of proof e The event).

LA SICILIA

ROMA

1400 accreditati e 114 film al Mia

18/10/2017 - 14:00

Per operatori masterclass con Kim, Spotniz, Brancato, Katz



ROMA, 18 OTT - Mille e quattrocento operatori accreditati, 114 film in programma negli screening di mercato dedicati ai buyer internazionali, quattro appuntamenti speciali con i titoli italiani della prossima stagione di cinema e televisione. Sono fra i numeri della terza edizione del Mia, Mercato Internazionale dell'Audiovisivo che torna a Roma dal 19 al 23 ottobre, nel 'distretto Barberini'. Il primo mercato italiano del settore (tutti gli appuntamenti sono riservati agli accreditati) per numero di presenze internazionali proporrà anche 45 progetti da 21 paesi per oltre 500 potenziali partner di co-produzione e 40 tra panel, masterclass e dibattiti. In anteprima per l'Italia ci sarà 'Rellik', la serie tv crime targata BBC. Tra i protagonisti delle masterclass l'attore e produttore Daniel Dae Kim (Lost, Hawaii Five-0) e tre degli showrunner più ambiti del momento: Frank Spotniz (X-Files, I Medici); Chris Brancato (Narcos) e Evan Katz (24: Legacy, Body of proof e The event).

mymovies.it
IL CINEMA DALLA PARTE DEL PUBBLICO

1400 ACCREDITATI E 114 FILM AL MIA

Per operatori masterclass con Kim, Spotniz, Brancato, Katz



mercoledì 18 ottobre 2017 - Ultima ora

ROMA, 18 OTT - Mille e quattrocento operatori accreditati, 114 film in programma negli screening di mercato dedicati ai buyer internazionali, quattro appuntamenti speciali con i titoli italiani della prossima stagione di cinema e televisione. Sono fra i numeri della terza edizione del Mia, Mercato Internazionale dell'Audiovisivo che torna a Roma dal 19 al 23 ottobre, nel 'distretto Barberini'. Il primo mercato italiano del settore (tutti gli appuntamenti sono riservati agli accreditati) per numero di presenze internazionali proporrà anche 45 progetti da 21 paesi per oltre 500 potenziali partner di co-produzione e 40 tra panel, masterclass e dibattiti. In anteprima per l'Italia ci sarà 'Rellik', la serie tv crime targata BBC. Tra i protagonisti delle masterclass l'attore e produttore Daniel Dae Kim (Lost, Hawaii Five-O) e tre degli showrunner più ambiti del momento: Frank Spotniz (X-Files, I Medici); Chris Brancato (Narcos) e Evan Katz (24: Legacy, Body of proof e The event).
(ANSA)

prima ONLINE Comunicazione

18 ottobre 2017 | 16:39

Al via, il 19 ottobre a Roma, il Mia – Mercato Internazionale dell'Audiovisivo. Più di 1400 gli accreditati per la manifestazione, giunta alla terza edizione

Mille e quattrocento operatori accreditati, 114 film in programma negli screening di mercato dedicati ai buyer internazionali, quattro appuntamenti speciali con i titoli italiani della prossima stagione di cinema e televisione. Sono fra i numeri della terza edizione del Mia, Mercato Internazionale dell'Audiovisivo che torna a Roma dal 19 al 23 ottobre, nel 'distretto Barberini'.

Dedicato a tutti i settori dell'audiovisivo (Cinema, TV, Doc), primo mercato italiano del settore per numero di presenze internazionali, il Mia proporrà anche 45 progetti da 21 paesi per oltre 500 potenziali partner di co-produzione e 40 tra panel, masterclass e dibattiti.



"Negli ultimi anni, l'industria dell'audiovisivo sta vivendo un 'rinascimento', grazie alla capacità dei produttori indipendenti di fronteggiare le nuove sfide poste sia a livello nazionale che internazionale", ha spiegato Giancarlo Leone, presidente di APT, definendo "questa rinascita" "il risultato delle nuove politiche che hanno ulteriormente favorito la crescita di case di produzione indipendenti, che investono in contenuti innovativi e internazionalizzazione". "Mia è stato concepito seguendo queste linee guida e, oggi, giunto alla sua terza edizione, è più che mai impegnato a supportare le aziende italiane nelle loro sfide su scala globale".

Di una "occasione d'oro per il mercato audiovisivo nazionale ed internazionale" ha parlato il ministro Calenda, che ha aggiunto: "Questa manifestazione promuove le nostre produzioni nazionali e i processi di internazionalizzazione, facilitando la crescita del settore e la diffusione delle risorse italiane in tutto il mondo".

"L'introduzione della nuova legge cinema, il rilancio dell'Istituto Luce-Cinecittà, il ritorno in Italia delle grandi produzioni internazionali, la crescente affermazione della nostra cinematografia nel mondo sono i cardini intorno ai quali ruota una nuova, importante stagione per l'audiovisivo italiano", ha sottolineato il ministro Franceschini, ribadendo come i numeri della nuova edizione del Mia confermino "che Roma, capitale della produzione audiovisiva nazionale, è ormai da tutti riconosciuta come un importante mercato internazionale dell'audiovisivo".

Francesco Rutelli, presidente di Anica ha descritto il Mia come "un perfetto gioco di squadra, dove sia il settore privato che le istituzioni lavorano affiancate per la crescita del settore Cinema e Audiovisivo, con l'obiettivo di migliorare la nostra opportunità di successo sul mercato internazionale".

LE ATTIVITÀ

NETWORKING

MIA è un boutique market a forte impronta selettiva, rivolto principalmente all'industria del contenuto di alta qualità. Questo posizionamento e dimensioni consentono al team di MIA di assistere ogni singolo progetto e operatore costruendo un piano "tailor made" di appuntamenti, presentazioni, occasioni promozionali per rendere la loro esperienza a Roma efficiente e in linea con le aspettative di business. Più di 1.000 incontri sono già stati pre-organizzati sulla base delle strategie industriali di ciascun accreditato, con formule che vanno dagli speed meetings, breakfast with, producers meet producers.
Nel 2017, il mercato romano si presenta come un foro ancora più strutturato, capace di agevolare e sostenere i professionisti del settore nel costruire e potenziare relazioni strategiche utili nel medio e lungo periodo.

CO-PRODUCTION MARKET E PITCHING FORUM

Il coproduction market di MIA 2017 prevede una selezione complessiva di 45 titoli di cinema, tv e documentario provenienti da 21 paesi che beneficeranno di un fitto programma di presentazioni pubbliche, incontri B2B pre-organizzati e speed meetings, finalizzato ad attivare possibili co-produzioni e trovare partner finanziari. I progetti sono stati scelti da un board di esperti tra oltre 300 candidature.

Più del 50% dei progetti selezionati nelle precedenti edizioni del mercato di Roma sono già diventati film che hanno ricevuto importanti riconoscimenti a livello internazionale. Tra i partecipanti delle passate edizioni del mercato di produzione troviamo Agnieszka Holland, Sally Potter, Paddy Considine, Ritesh Batra, Clio Barnard, Jia Zhang-ke, Sheng Zhimin, Diego Lerman, Kadri Kousaar, Stephen Burke, Katarzyna Roslaniec, Sharunas Bartas, Alvaro Brechner, Laura Bispuri, Fabio Mollo, Marco Bellocchio, Franco Maresco, Manetti Bros, Elisa Fuksas, Fulvio Risuleo, Valerio Mieli, Salvatore Mereu, Matteo Botrugno e Daniele Coluccini.

Quest'anno il mercato di co-produzione di MIA CINEMA presenta 21 progetti di cinema indipendente, confermando la forte impronta autoriale. Tra questi, Noah's Ark, un film di Sérgio Machado prodotto da Walter Salles, We Are the Winners di Giovanni Piperno prodotto da Matteo Garrone, Lo Spietato di Renato De Maria prodotto da Angelo Barbagallo, The Vice of Hope di Edoardo De Angelis, prodotto da Pierpaolo Verga.

15 i titoli presentati al MIA TV Drama Series Pitching Forum: una selezione ampia e variegata in termini di geografie, generi e dimensioni produttive, che spazia da progetti a forte impronta indipendente alle nuovissime produzioni di importanti società, come All3 Media, Company Pictures, Saga Films. Di grande rilevanza il parterre degli interlocutori internazionali, chiamati a incontrare i progetti: commissioning editor e head of production, finanziatori e talent agents da Europa e Stati Uniti.

Il MIA DOC Co-Production Market & Pitching Forum presenterà 9 progetti di produzione italiana, incentrati sul tema dell'Human Interest, Current Affairs e Investigative Journalism. Tra i titoli selezionati figura "My Missing Sister" (documentario sulla scomparsa di Emanuela Orlandi, regia di Alessandra Bruno, prodotto da Raffaele Brunetti e da Ilona Grundmann).

Trasversalmente, si colloca una interessante novità di MIA 2017: Graphic Novel Rights Center, un format che favorisce l'incontro tra l'industria audiovisiva e gli editori indipendenti di graphic novel, uno dei generi letterari più vitali in termini di qualità narrativa e capacità di essere in sintonia con il suo pubblico. L'iniziativa mira a favorire lo sfruttamento da parte di cinema e tv di properties indipendenti come quelle selezionate e che verranno presentate ai produttori in sessioni di pitch. Tra queste figurano: "Le ragazzine stanno perdendo il controllo La città le teme. La fine è azzurra" di Ratigher, "Cosmo" di Marino Neri, "La favorita" di Matthias Lehman e "Brian the brain" di Miguel Angel Martin, "Alien" di Aisha Franz.

CONTENT SHOWCASE

MIA è una piattaforma ideale per la vendita e promozione del contenuto indipendente italiano e europeo.

I buyer cinematografici avranno accesso a 114 titoli tra nazionali e internazionali da visionare durante le proiezioni di mercato in programma presso i due multiplex del distretto, il Cinema Barberini e Quattro Fontane oppure attraverso la videolibrary digitale, realizzata in collaborazione con WCPMedia Services. Ma avranno anche un accesso anticipato e privilegiato al miglior prodotto italiano in arrivo nei prossimi mesi. What's Next Italy è infatti l'appuntamento in cui verranno presentati film italiani più interessanti della prossima stagione, con scene inedite ed esclusive di film in lavorazione, raccontate dai loro autori o produttori. I titoli presentati: Albe (Elisa Fuksas), Due Piccoli Italiani (Paolo Sassanelli), Favola (Sebastiano Mauri), Figlia Mia (Laura Bispuri), In viaggio con Adele (Alessandro Capitani), Il Libro delle Visioni (Carlo S.Hintermann), Like me back (Leonardo Guerra Seràgnoli), Made in Italy (Luciano Ligabue), Matrimonio Italiano (Alessandro Genovesi), Ovunque Proteggimi (Bonifacio Angius), The Place (Paolo Genovese), Il premio (Alessandro Gassman), Il Ragazzo Invisibile – Seconda Generazione (Gabriele Salvatores), Ride (Jacopo Rondinelli), Sembra mio figlio (Costanza Quatriglio), Sono Tornato (Luca Miniero), Il Vegetariano (Roberto San Pietro).

Gli operatori televisivi quali broadcasters, head of drama, commissioning editors, distributori internazionali parteciperanno all'Italian TV Upfront, un evento in cui saranno presentate serie televisive italiane in lavorazione con l'obiettivo di mostrare l'eccellenza e la competitività della nostra produzione.

Uno screening speciale, in anteprima per l'Italia sarà quello di "Rellik", la serie tv crime targata BBC e Cinemax, creata dai fratelli Harry e Jack Williams – già menti di The Missing, con protagonisti Richard Dormer (Beric Dondarrion in Game of Thrones, Dan Anderssen in Fortitude) e Jodi Balfour (Joni in Quarry).

TALKS & PANELS

Un ricco programma di tavole rotonde, masterclass, impact speech e workshop completano l'esperienza di MIA 2017, per aiutare i professionisti a condividere idee e per offrire strumenti di analisi volti a identificare modelli di business efficaci e nuove opportunità di mercato.

Oltre 40 gli approfondimenti in calendario, che vedranno come protagonisti 130 top player dell'industria. Tra i temi affrontati La globalizzazione del mercato televisivo internazionale: un argomento che verrà analizzato dalla duplice prospettiva, statunitense ed europea. Altri panel tratteranno questioni come il remake cinematografico, la pirateria e i suoi effetti sul cinema indipendente, le tecniche di valorizzazione dei cataloghi di film classici, le donne di potere nell'industria dell'entertainment, lo storytelling nel gaming e nell'audiovisivo, l'animazione europea (tra i relatori Jacques Bled, l'uomo dietro ai film come Despicable Me, Minions, Pets e Sing), la realtà virtuale nei film e nella tv.

L'industria internazionale potrà approfondire cosa cambia con l'introduzione del nuovo pacchetto di norme sull'audiovisivo nel panel Working with Italy, un appuntamento a cura del MIBACT dove verranno illustrati tutti i nuovi incentivi fiscali che il fondo unico per lo spettacolo mette a disposizione per le produzioni e coproduzioni internazionali.

Tra le masterclass spicca l'appuntamento con tre degli showrunner più ambiti del momento: Frank Spotniz, già ideatore di X-Files, The man in the high castle e reduce dall'esperienza "italiana" di Medici, Chris Brancato, co-creatore di Narcos e noto per il suo lavoro in serie tv cult come X-Files e Hannibal e Evan Katz, executive producer di serie tv tra cui 24: Legacy, Body of proof e The event. Al MIA anche l'attore e produttore Daniel Dae Kim (Lost, Hawaii Five-O) per parlare della sua esperienza nel realizzare per il network ABC il remake di uno show sudcoreano di grande successo. Attesa anche la masterclass con il vincitore del Sundance Eugene Jarecki (The House I Live In, Why We Fight, The Trials of Henry Kissinger, Reagan, Freakonomics, e Promised Land), che parlerà di come i suoi documentari creativi e d'inchiesta abbiano contribuito a plasmare il dialogo politico negli Stati Uniti degli ultimi anni. Jarecki parlerà anche del suo impegno in The Eisenhower Project, che studia le forze che influenzano l'agenda della politica interna e estera statunitense.

I PREMI

Il progetti "incubati" dentro il mercato di coproduzione di MIA 2017 concorrono all'assegnazione di premi per un valore totale di 55.000 euro.

Riconoscendo a MIA un importante ruolo nel sostegno alle co-produzioni e alle relazioni di business intorno ai grandi progetti internazionali, il Fondo Eurimages del Consiglio D'Europa conferma l'Eurimages Co-Production Development Award:il premio al progetto più in linea con i principi di collaborazione e coproduzione che ispirano Eurimages, per un totale di 20.000 euro in denaro.

L'Apulia Film Commission, fondazione nata con l'obiettivo di attrarre le produzioni audiovisive grazie alla competitività dei servizi, maestranze e location del territorio pugliese, assegnerà il MIA TV Best Drama Series Award con un contributo in denaro di 20.000 euro al miglior progetto presentato al mercato di coproduzione televisivo.

EDI Effetti Digitali Italiani ha scelto MIA per inaugurare il MIA EDI Visionary Award, un premio dedicato a quei progetti di cinema, serie tv e documentario che si contraddistinguono per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi. Il premio è costituito da facilities di visual effects per un valore di 15.000 euro.

MIA 2017 inoltre è orgogliosa di ospitare due dei più prestigiosi premi italiani a supporto della scrittura cinematografica e televisiva: il Premio Bixio e Il Premio Solinas.

Home › Eventi › Roma Lazio Film Commission al MIA dal 19 al 23 ottobre

EVENTI ROMA

Roma Lazio Film Commission al MIA dal 19 al 23 ottobre

ottobre 18, 2017 491 0

CONDIVIDI Mi piace 3 Tweet



La **Roma Lazio Film Commission** sarà presente al **MIA – Mercato Internazionale dell'Audiovisivo** dal 19 al 23 ottobre con numerose iniziative e attività, confermando l'impegno per lo sviluppo del settore audiovisivo con una particolare attenzione alle coproduzioni e al coinvolgimento degli operatori sul territorio.

Il bando da 10 milioni di euro **Lazio Cinema International** della Regione Lazio trova al MIA di Roma l'ambito adeguato per una promozione efficace. Il bando, dedicato alle coproduzioni, favorisce la creazione di partnership tra i produttori laziali e internazionali e attrae le grandi produzioni internazionali a Roma e nel Lazio, per promuovere il nostro territorio all'estero. Il MIA sarà l'appuntamento italiano per incontrare gli operatori italiani e stranieri interessati al bando, e per presentarne le potenzialità al settore.

Come sottolinea il Presidente di RLFC, **Luciano Sovena**, "La Festa di Roma è una grande occasione per Roma Lazio Film Commission per poter presentare l'attività svolta e da svolgere, con particolare riferimento al fondo Lazio Cinema International, che sta dando i primi ottimi risultati, come hanno dimostrato i film italiani vincitori a Venezia 74".

Il 22 ottobre all'Hotel Bernini Bristol è in programma il convegno **Albania Balkan Market** (Sala Turchese ore 17.30). In collaborazione con RLFC si avvia un'attività di sviluppo della coproduzione nell'area dei Balcani. All'incontro interverranno Luciano Sovena, Ilir Butka (presidente Albanian National Center of Cinematography) e Roberto Stabile (relazioni internazionali Anica).

Sempre il 22 ottobre all'Hotel Bernini Bristol – sala Giada ore 17.00 – BIC Lazio in collaborazione con Roma Lazio Film Commission, ha lanciato una call per startup con prodotti e servizi innovativi per il mondo dell'audiovisivo, per proporre il proprio progetto ad un pubblico di potenziali partner e buyer. Le start up selezionate potranno accedere a un percorso personalizzato di **High Impact Mentorship**. L'intelligenza applicata ad oggetti per incrementare la personalizzazione dell'esperienza, il miglioramento del servizio grazie alla raccolta dei Big Data e le nuove frontiere offerte dalle smart technologies sono alcuni dei temi dell'Industria 4.0 applicabili a tutti i settori. Con questo obiettivo d'innovazione le nuove tecnologie offrono innumerevoli opportunità alle startup per introdurre rinnovamento e creatività nell'ambito dell'industria dell'audiovisivo. L'iniziativa è rivolta a Startup costituite e/o costituende a carattere innovativo che hanno sviluppato prodotti e/o servizi applicabili al mondo cineaudiovisivo e che desiderino confrontarsi e proporre la propria idea o il proprio progetto davanti ad un pubblico di addetti ai lavori, potenziali partner e buyer interessati a verificare il potenziale d'innovazione.

Il 2 novembre, durante la Festa del Cinema di Roma, Roma Lazio Film Commission ospiterà nello spazio Auditorium Arte l'incontro **Showcase Cinema 4.0**, durante il quale i 3 progetti selezionati verranno presentati a una giuria che sceglierà il vincitore dell'High Impact Mentorship a supporto dell'implementazione del business e della commercializzazione del prodotto/servizio anche in ambito internazionale.

What's next Italy – Cinema Barberini – è l'appuntamento spalmato lungo tutta la durata del MIA per presentare i nuovi film con attività di sostegno.

IFB – Italian Film Boutique – Hotel Bernini Bristol – promossa in collaborazione con Ass.FOR.SEO, offre agli operatori internazionali una vetrina della più recente produzione audiovisiva italiana e attraverso iniziative di networking e proiezioni dedicate, valorizza e sostiene la vendita e la distribuzione dell'audiovisivo del Lazio all'estero.

IFC – Italian Film Commissions – Palazzo Barberini – Roma Lazio Film Commission partecipa alle attività dell'Associazione IFC – Italian Film Commissions – che vede nel coordinamento dell'associazione Luca Ferrario (Trentino Film Commission), Cristina Priarone (Roma Lazio Film Commission), Stefania Ippoliti (Toscana Film Commission) – che sarà presente per incontri con gli operatori e la promozione del territorio negli spazi dedicati di Palazzo Barberini.

The ITALIANINSIDER

Dicktatorship is one of the projects of the MIA

GIANFRANCO NITTI | 18 OCTOBER 2017



Lucia Milazzotto, Director of MIA

ROME - "To have a penis is to be chained to a madman" wrote Sophocles more than 2500 years ago. He was right then and he is still right today. Donald Trump won the White House despite his openly misogynist and chauvinistic stands.

Intellectuals, feminists, activists, democrats and even some Republicans are asking themselves: how can this be possible? There is a place in the world that could have the answers to that question. It's Italy! Everything in the country seems to revolve around the dick. Fed up with this phallocentric system, Gustav and Luca, directors of the award-winning doc Italy: Love it or Leave It, decide to find out what holds together the so called three P: penis, power and politics. To do so, they decide to use their homeland Italy as a case-study and look into five pillars that might hold the answers to their quest: the political system, education, media, the church and family. Where does the idea of male supremacy come from? How could a misogynist system still be preserved even today?

There are different theories that try to explain the phenomena. Gustav and Luca will look into all of them, leading the audience into a kaleidoscopic and ironic journey.

Dicktatorship, directed by Gustav Hofer and Luca Ragazzi and produced by DocLab, is one of the selected projects for the 2017 edition of the MIA | DOC Pitching Forum.

The 3rd edition of MIA Mercato Internazionale Audiovisivo will take place in Rome from 19 to 23 October 2017.

With 1500 participants coming from 58 countries in the previous editions, MIA has become an exclusive appointment for producers and distributors of high-value content, films and TV series: a platform to buy and sell content based on four main market assets: matchmaking, co-production and pitching forum, panel and talks, screenings. MIA is also recognized as an important driving force for the production capacity of the Italian audio-visual system at international level.

MIA is created, developed and produced by ANICA (Italian Association of Film industries) and APT (Italian Association of Television Producers). For the first time, professional associations are directly involved in designing the market; their participation makes MIA an initiative that perfectly meets the needs of the industry and becomes a real opportunity of presenting the "Italian System" on the international stage.

This year, the market has a new logo and a new claim, Matching Excellence. Both highlight the position the market assumes in the landscape of the international meetings for the audio-visual industry: a place where to establish and reinforce business relationships between global market leaders where the Italian excellence is the major player.

One of the main innovations of this year is the venue: MIA will carry out its activities in the "district" of Piazza Barberini, from the Palazzo Barberini to the Hotel Bernini Bristol and the Cinema Barberini.

MIA is supported by the Ministry of Economic Development, ICE, the Ministry of Cultural Heritage and Activities and Tourism, Regione Lazio and the MEDIA Programme. The Fondazione Cinema per Roma and the Council of Europe's Eurimages Fund are MIA partners. Its editorial committee is made by: Anica, Apt, CartoonIT, 100 Autori, Italian Film Commissions, UNEFA.

THE PROGRAMME

Three are sections for the 2017 edition: MIA CINEMA, a co-production market that led more than 50% of the projects selected over the previous editions to their realisation and a reference platform for the European industry in autumn, where to watch and buy the most recent productions of high-quality independent films with 120 screenings in 4 days, as well as the showcase What's Next Italy. MIA TV, a high-profile meeting place for the global TV industry with the main objective of promoting debate, networking, partnerships, agreements and new business opportunities in a time of profound changes for the Italian industry. The second edition of the Drama Series Pitching Forum and for the first time the Italian TV Upfront are two of the highly-anticipated events. MIA DOC, a selective and efficient platform supporting the co-productions and the distribution of documentaries and factual television. This year MIA DOC will focus on the topic of investigative, current affairs and human interest.

MIA 2017 will also feature two special programmes: YAS (young adult spotlight) will put a spotlight onto kids/teens and young adults contents with a special focus on graphic novels. Another focus will be dedicated to animation, among the most efficient and innovative forms of audio-visual storytelling.

AWARDS

The Eurimages Fund will assign the Best MIA Cinema Project Award, recognising MIA's important role in the support of co-productions and business relationships of international major projects. EDI Effetti Digitali Italiani (leading company in the VFX sector) introduces the MIA EDI Visionary Award, dedicated to film, TV Series and documentary projects characterised by innovativeness in storytelling through an excellent use of visual effects. The fourth edition of the

Carlo Bixio Prize is one of the events hosted by MIA 2017: young writers between 18 and 30 years old are called upon to engage in a TV series project with international prospects and no limitation of genre.

http://www.miamarket.it/

TVZOOM

Pubblicato il 18/10/2017, 19:32 | Scritto da Tiziana Leone

MIA: il Mercato internazionale dell'Audiovisivo diventa grande



Produttori internazionali ed italiani, esperti del settore e giornalisti: il MIA, diretto da Lucia Milazzotto, è una grande occasione per cinema, tv e documentari nostrani di mostrarsi e varcare i confini italiani.

Al distretto Barberini di Roma da domani, fino a domenica, il MIA, mercato internazionale dell'audiovisivo, ha già oltre 1300 iscritti solo tra gli operatori del settore

Alla sua terza edizione, il **MIA**, **Mercato internazionale dell'Audiovisivo**, a Roma da domani a domenica, ha fatto il grande salto, ha lasciato l'adolescenza ed è diventato adulto. Lo dicono i numeri, oltre 1.300 accreditati solo nel settore "industry", ma lo dice anche il programma di questa manifestazione di cui **Lucia Milazzotto** è di nuovo direttore. «La nostra formula contemporanea e flessibile si è perfezionata nel corso di questi tre anni – sottolinea –. E oggi finalmente possiamo affermare che gli operatori di cinema, televisione e documentario lo considerano un appuntamento importante».

Diverso dagli altri mercati, dedicati all'una o altre forma di arte, il MIA unisce le tre facce dell'audiovisivo in un programma che punta a creare sinergia e costruire rapporti tra i tanti investitori internazionali che stanno finalmente guardando al nostro Paese con concrete possibilità di co-produzione. Soprattutto nel settore televisivo. «Questo mercato si inquadra in un momento molto particolare del nostro prodotto audio-visivo – sottolinea **Giancarlo Leone**, Presidente dell'Associazione produttori televisivi -. C'è infatti un forte interesse internazionale verso i nostri prodotti, lo si vede dal livello significativo di co-produzioni nella serialità televisiva , ma anche dagli ingressi importanti di grandi gruppi stranieri in società italiane, come è avvenuto con **Itv** e **Cattleya**».

Le nostre serie televisive, trainate da fenomeni come **Romanzo Criminale** e **Gomorra** hanno acceso all'estero un'attenzione che da tempo si aspettava nel settore della produzione, aprendo le porte e progetti importanti come la serie tratta da **L'amica geniale** o quella su **Gheddafi**, entrambe frutto di co-produzioni internazionali. E proprio alle nuove serie saranno dedicati gli **Italian TV Upfront**, un evento in cui saranno presentate agli investitori stranieri fiction televisive italiane in lavorazione con l'obiettivo di mostrare l'eccellenza e la competitività della nostra produzione e favorirne l'esportazione. Tra le società di produzione che presenteranno la loro lineup figurano Cattleya, Casanova Multimedia, Cross Productions Endemol Shine Italy, Lux Vide, Magnolia, Palomar, Publispei, Taodue Film, Vela Film.

«Verranno presentati dai produttori diversi progetti, tra cui **ZeroZeroZero** e **Gomorra**, i nuovi episodi di **Montalbano** , **Ultimo 5, I mille giorni di mafia capitale, E' arrivata la felicità 2** >sottolinea la Milazzotto. Il MIA presenterà ventuno progetti di cinema indipendente, confermando la forte impronta autoriale, tra cui **Noah's Ark**, un film di Sérgio Machado, **We Are the Winners** di Giovanni Piperno prodotto da Matteo Garrone, **Lo Spietato** di Renato De Maria prodotto da Angelo Barbagallo, **The Vice of Hope** di Edoardo De Angelis, prodotto da Pierpaolo Verga. «Il MIA è diventato un momento identificativo solido per l'audiovisivo – sottolinea Francesco Rutelli, Presidente di Anica – L'obiettivo è incentivare l'internazionalizzazione e la co-produzione per far crescere e conoscere il nostro prodotto nel mondo».

Oltre a nove progetti italiani nel settore documentario, il mercato offrirà un fitto programma con oltre 40 tra panel, masterclass e dibattiti, l'anteprima di **Rellik,** la serie tv crime targata BBC e Cinemax, creata dai fratelli Harry e Jack Williams, la masterclass dell'attore e produttore Daniel Dae Kim (**Lost, Hawaii Five-O**) per parlare della sua esperienza nel realizzare per il network ABC il remake di uno show sudcoreano di grande successo.

Tiziana Leone

(Nella foto la locandina del **MIA**)

VOCE SPETTACOLO

Al via il "MIA – Mercato Internazionale dell'Audiovisivo"

MIA Mercato Internazionale dell'Audiovisivo torna con la sua terza edizione a Roma dal 19 al 23 ottobre 2017, nel "distretto Barberini". Primo mercato italiano per numero di presenze internazionali, MIA è la piattaforma di business rivolta ai produttori e ai distributori di contenuti transnazionali di alto valore industriale e un'occasione unica per presentare il "Sistema Italia" sulla scena internazionale.

Dedicato a tutti i settori dell'audiovisivo (Cinema, TV, Doc), MIA prevede quattro linee di attività. Networking: una serie di strumenti costruiti per facilitare l'incontro tra i più di 1.400 operatori accreditati. Content showcase: 114 film presentati durante gli screening di mercato dedicati ai buyer internazionali e 4 appuntamenti speciali con i titoli italiani della prossima stagione di cinema e televisione. Coproduction Market & Pitching Forum: 45 progetti da 21 paesi proposti a oltre 500 potenziali partner di co-produzione; Talks: un fitto programma con oltre 40 tra panel, masterclass e dibattiti.

La capacità di 'matchmaking', ovvero di costruire una rete efficiente di rapporti industriali internazionali è il tratto distintivo di questo evento di mercato, informale e d'eccellenza al tempo stesso. Matching Excellence è, quindi, il nuovo claim dell'edizione 2017, che sottolinea come l'Italia sia portatrice di innovazione e creatività in campo internazionale e MIA sia l'acceleratore di business per l'eccellenza italiana nei rapporti con l'estero.

Come ricordato da Carlo Calenda, Ministro dello Sviluppo Economico: "il MIA, ora alla sua terza edizione rappresenta un'occasione d'oro per il mercato audiovisivo nazionale ed internazionale, promuovendo incontri tra produttori e distributori sui contenuti e incoraggiando la condivisione del progresso tecnologico. Questa manifestazione promuove le nostre produzioni nazionali e i processi di internazionalizzazione, facilitando la crescita del settore e la diffusione delle risorse italiane in tutto il mondo".

Dario Franceschini, Ministro dei Beni e delle attività culturali e del Turismo, riconosce come "L'introduzione della nuova legge cinema, il rilancio dell'Istituto Luce-Cinecittà, il ritorno in Italia delle grandi produzioni internazionali, la crescente affermazione della nostra cinematografia nel mondo sono i cardini intorno ai quali ruota una nuova, importante stagione per l'audiovisivo italiano. E i numeri di questa edizione del Mia confermano che Roma, capitale della produzione audiovisiva nazionale, è ormai da tutti riconosciuta come un importante mercato internazionale dell'audiovisivo".

"Il mercato internazionale di Roma si allinea perfettamente alla nostra visione strategica – aggiunge Michele Scannavini, Presidente di ICE (Italian Trade Agency). È il primo del suo genere in Italia ed è un segnale più concreto della svolta intrapresa negli ultimi anni per valorizzare l'industria audiovisiva italiana; ha permesso di presentare all'estero il Sistema Italiano e la sua governance sempre più ben definita, anche grazie alla collaborazione tra le istituzioni pubbliche interessate e le associazioni di imprese del settore".

Nicola Zingaretti, Presidente Regione Lazio riconosce inoltre come "il MIA sia diventato l'evento principale dell'industria cinematografica italiana e la sua influenza stia continuando a crescere e ad emergere sulla scena internazionale. Di conseguenza, la Regione Lazio, con la collaborazione della Roma Lazio Film Commission, ha deciso di presentare la nuova edizione della call to action "Lazio Cinema International" a Roma."

Francesco Rutelli, Presidente di ANICA descrive il MIA come "un perfetto gioco di squadra, dove sia il settore privato che le istituzioni lavorano affiancate per la crescita del settore Cinema e Audiovisivo, con l'obiettivo di migliorare la nostra opportunità di successo sul mercato internazionale. MIA nasce in un momento di grande fermento per il cinema italiano: una rinnovata capacità di raccontare storie e produrle e una legge molto importante come quella stilata dal Ministro Franceschini, che supporta la produzione di film, serie e documentari ".

Osserva Giancarlo Leone, Presidente di APT "Negli ultimi anni, l'industria dell'audiovisivo sta vivendo un 'rinascimento', grazie alla capacità dei produttori indipendenti di fronteggiare le nuove sfide poste sia a livello nazionale che internazionale. Questa rinascita è anche il risultato delle nuove politiche che hanno ulteriormente favorito la crescita di case di produzione indipendenti, che investono in contenuti innovativi e internazionalizzazione. MIA è stato concepito seguendo queste linee guida e, oggi, giunto alla sua terza edizione, è più che mai impegnato a supportare le aziende italiane nelle loro sfide su scala globale".

Lucia Milazzotto, direttore del MIA conclude "MIA è uscito dalla fase di start-up e si presenta come un mercato originale e molto strutturato a disposizione dell'industria nazionale e internazionale. La nostra formula contemporanea e flessibile si è perfezionata nel corso di questi tre anni e oggi finalmente possiamo affermare che gli operatori di cinema, televisione e documentario lo considerano un appuntamento importante. La leva sinergica tra i segmenti dell'audiovisivo è un tratto distintivo di questo evento, che rende MIA un luogo unico per incontrare, scoprire, immaginare e investire sui film, serie televisive e documentari di domani. Un mercato di alto profilo per i leader che producono e distribuiscono contenuti di alta qualità.

MIA è ideato, realizzato e prodotto dal raggruppamento temporaneo d'impresa tra ANICA (Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche e Audiovisive) e APT (Associazione Produttori Televisivi), finanziato da Ministero dello Sviluppo Economico, ICE, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali, Regione Lazio, e dal programma MEDIA. Sponsor tecnico è la Fondazione Cinema per Roma e partner il Fondo Eurimages del Consiglio d'Europa. MIA si avvale di un comitato editoriale che comprende, oltre ad ANICA e APT: CartoonIT, 100 Autori, Italian Film Commissions, UNEFA.

LE ATTIVITÀ'

NETWORKING

MIA è un boutique market a forte impronta selettiva, rivolto principalmente all'industria del contenuto di alta qualità. Questo posizionamento e dimensioni consentono al team di MIA di assistere ogni singolo progetto e operatore costruendo un piano "tailor made" di appuntamenti, presentazioni, occasioni promozionali per rendere la loro esperienza a Roma efficiente e in linea con le aspettative di business. Più di 1.000 incontri sono già stati pre-organizzati sulla base delle strategie industriali di ciascun accreditato, con formule che vanno dagli speed meetings, breakfast with, producers meet producers.

Nel 2017, il mercato romano si presenta come un foro ancora più strutturato, capace di agevolare e sostenere i professionisti del settore nel costruire e potenziare relazioni strategiche utili nel medio e lungo periodo.

TALKS & PANELS

Un ricco programma di tavole rotonde, masterclass, impact speech e workshop completano l'esperienza di MIA 2017, per aiutare i professionisti a condividere idee e per offrire strumenti di analisi volti a identificare modelli di business efficaci e nuove opportunità di mercato.

Oltre 40 gli approfondimenti in calendario, che vedranno come protagonisti 130 top player dell'industria. Tra i temi affrontati La globalizzazione del mercato televisivo internazionale: un argomento che verrà analizzato dalla duplice prospettiva, statunitense ed europea. Altri panel tratteranno questioni come il remake cinematografico, la pirateria e i suoi effetti sul cinema indipendente, le tecniche di valorizzazione dei cataloghi di film classici, le donne di potere nell'industria dell'entertainment, lo storytelling nel gaming e nell'audiovisivo, l'animazione europea (tra i relatori Jacques Bled, l'uomo dietro ai film come Despicable Me, Minions, Pets e Sing), la realtà virtuale nei film e nella tv.

Tra le masterclass spicca l'appuntamento con tre degli showrunner più ambiti del momento: Frank Spotniz, già ideatore di X-Files, The man in the high castle e reduce dall'esperienza "italiana" di Medici, Chris Brancato, co-creatore di Narcos e noto per il suo lavoro in serie tv cult come X-Files e Hannibal e Evan Katz, executive producer di serie tv tra cui 24: Legacy, Body of proof e The event. Al MIA anche l'attore e produttore Daniel Dae Kim (Lost, Hawaii Five-0) per parlare della sua esperienza nel realizzare per il network ABC il remake di uno show sudcoreano di grande successo. Attesa anche la masterclass con il vincitore del Sundance Eugene Jarecki (The House I Live In, Why We Fight, The Trials of Henry Kissinger, Reagan, Freakonomics, e Promised Land), che parlerà di come i suoi documentari creativi e d'inchiesta abbiano contribuito a plasmare il dialogo politico negli Stati Uniti degli ultimi anni. Jarecki parlerà anche del suo impegno in The Eisenhower Project, che studia le forze che influenzano l'agenda della politica interna e estera statunitense.

IL "DISTRETTO" BARBERINI

La location è una delle grandi novità della terza edizione di MIA che vivrà le proprie attività nel "distretto" di piazza Barberini, un quartiere che unisce in maniera eccellente funzionalità e unicità. Immersi nel cuore del barocco italiano, i delegati del MIA si sposteranno tra Palazzo Barberini, che ospiterà in alcune sale il mercato di coproduzione, le attività di networking e la videolibrary, l'Hotel Bernini Bristol dove avrà luogo l'attività di networking e numerosi eventi del mercato, l'Auditorium NCTM e l'Auditorium EDISON dove prenderanno vita le sessioni di pitching, i panel e le masterclass. Presso le sale del Cinema Barberini e Quattro Fontane avranno luogo invece le proiezioni di mercato e gli eventi "What's Next Italy" "A Suivre …France" e "Italian Tv Upfront".

I PREMI

II progetti "incubati" dentro il mercato di coproduzione di MIA 2017 concorrono all'assegnazione di premi per un valore totale di 55.000 euro.

Riconoscendo a MIA un importante ruolo nel sostegno alle co-produzioni e alle relazioni di business intorno ai grandi progetti internazionali, il Fondo Eurimages del Consiglio D'Europa conferma l'Eurimages Co-Production Development Award:il premio al progetto più in linea con i principi di collaborazione e coproduzione che ispirano Eurimages, per un totale di 20.000 euro in denaro.

L'Apulia Film Commission, fondazione nata con l'obiettivo di attrarre le produzioni audiovisive grazie alla competitività dei servizi, maestranze e location del territorio pugliese, assegnerà il MIA TV Best Drama Series Award con un contributo in denaro di 20.000 euro al miglior progetto presentato al mercato di coproduzione televisivo.

EDI Effetti Digitali Italiani ha scelto MIA per inaugurare il MIA EDI Visionary Award, un premio dedicato a quei progetti di cinema, serie tv e documentario che si contraddistinguono per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi. Il premio è costituito da facilities di visual effects per un valore di 15.000 euro.

MIA 2017 inoltre è orgogliosa di ospitare due dei più prestigiosi premi italiani a supporto della scrittura cinematografica e televisiva: il Premio Bixio e Il Premio Solinas.

Zazoom Social News

Al via il “MIA – Mercato Internazionale dell’Audiovisivo”



MIA Mercato Internazionale dell’Audiovisivo torna con la sua terza edizione a Roma dal 19 al 23 ottobre 2017, ...

Segnalato da : **romadailynews**

Commenta

Al via il “MIA – Mercato Internazionale dell’Audiovisivo” *(Di mercoledì 18 ottobre 2017)* MIA **Mercato Internazionale** dell’Audiovisivo torna con la sua terza edizione a Roma dal 19 al 23 ottobre 2017, nel “distretto Barberini”. Primo **Mercato** italiano per... L'articolo Al via il “MIA – **Mercato Internazionale** dell’Audiovisivo” su Roma Daily News.

E-DUESSE.IT

CINEMA

19 OTTOBRE 2017 15:57

RUTELLI, FAVORIRE LE COPRODUZIONI

Stefano Radice



ù

Al Mia di Roma, il presidente Anica ha aperto i lavori del Co-Production Market Pitching Forum

Sono iniziati oggi pomeriggio, presso il cinema Barberini a Roma, i lavori del Mia/Cinema Co-Production Market Pitching Forum, la sezione del mercato in cui registi e produttori, provenienti da tutto il mondo, presentano a una platea internazionale i loro progetti in cerca di coproduttori e finanziatori. Dopo il saluti della direttrice Lucia Milazzotto, è stato il presidente Anica, Francesco Rutelli, a intervenire. Nel suo discorso, Rutelli ha sottolineato "la grande opportunità di incontro che offre il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo di Roma; l'obiettivo della nostra industria è quello di favorire le coproduzioni e il Co-Production Market è uno dei momenti deputati a farlo. E' importante trovarsi in questa città in luoghi fondamentali per il business e per la cultura. Il distretto Barberini attorno al quale si è costruito il Mia è un luogo unico; auguro a tutti gli operatori di raggiungere i proprio obiettivi di business sia per il cinema che per la Tv, i documentari e tutte le forme di contenuti audiovisivi".

E-DUESSE.IT

TELEVISIONE

GIOVEDI' 26 OTTOBRE 2017

19 OTTOBRE 2017 10:16

AL VIA LA TERZA EDIZIONE DEL MIA

Eliana Corti



Oltre 1.400 operatori si danno appuntamento al distretto Barberini per il Mercato internazionale dell'audiovisivo

Parte oggi, giovedì 19 ottobre, la terza edizione del **Mia - Mercato internazionale dell'audiovisivo**, in calendario fino al 23 ottobre a Roma presso il "distretto Barberini". Cinema, tv e doc sono i settori dell'audiovisivo coinvolti in quattro linee di attività: **Networking** (strumenti dedicati a facilitare l'incontro tra i più di 1.400 operatori accreditati); **Content showcase** (gli screening di 114 film e quattro appuntamenti dedicati ai titoli italiani della prossima stagione cinematografica e televisiva. Tra questi, 15 titoli presentati al Mia Tv Drama Series); **Coproduction Market & Pitching Forum** (45 progetti da 21 paesi proposti a oltre 500 potenziali partner di co-produzione); **Talks** (40 appuntamenti tra panel, masterclass e dibattiti). **Matching Excellence** è il claim di questa edizione, volto a sottolineare la capacità di innovazione e creatività italiana. Novità di questa edizione è il **Graphic Novel Rights Center**, nato per favorire l'incontro tra l'industria audiovisiva e gli editori indipendenti di graphic novel. Tra le anteprime tv, figura il nuovo crime di Bbc e Cinemax, *Rellik*, creato dai fratelli Harry e Jack Williams (*The Missing*). Nel corso dell'evento saranno assegnati **premi per un valore totale di 55mila euro** ai progetti "incubati" dentro il mercato. Tra questi, i 20mila euro dell'**Eurimages Co-Production Development Award** del Fondo Eurimages del Consiglio d'Europa; i 20mila euro del **Mia Tv Best Drama Series Award** assegnato dall'Apulia Film Commission; e i 15mila euro del **MIA EDI Visionary Award** di EDI Effetti Digitali Italiani. A questi si aggiungono il Premio Bixio e Il Premio Solinas, dedicati alla scrittura cinematografica e televisiva.

A Roma si apre il Mia, con boom di accreditati e sale strapiene

SPETTACOLO

Mi piace 1 Condividi Tweet Condividi



Il direttore del Mia, Lucia Millazzotto

Pubblicato il: 19/10/2017 14:52

Format italiani che viaggiano all'estero. E' stato questo il **primo panel** organizzato alla terza edizione **del MIA, il Mercato internazionale che si è aperto oggi a Roma al distretto Barberini, con una folla di accreditati che sta riempiendo le varie sale in cui si svolgono le attività.** Un evento attesissimo che farà diventare Roma la capitale del'audiovisivo mondiale fino a domenica con panel, incontri tra produttori e presentazioni di progetti nei vari stadi di produzione. **Tra i titoli che saranno presentati agli Italian tv upfront, la nuova serie originale Sky prodotta da Cattleya, "Zero Zero Zero" che vede anche il coinvolgimento di Canal+ che era stata a fianco di Sky già nella mega produzione di Young Pope, e tratta dall'omonimo romanzo inchiesta di Roberto Saviano, di cui prossimamente inizieranno le riprese. Tra gli altri progetti che saranno presentati agli investitori stranieri, i nuovi episodi di 'Montalbano' (Palomar), 'Ultimo 5' (Tao Due), 'I mille giorni di mafia capitale' (Magnolia), 'E' arrivata la felicità 2' (Publispei).**

“Oggi credo che i broadcaster rischino poco, vogliono vedere gli ascolti che un format ha fatto in Francia o in Spagna, vogliono vedere banalmente la puntata”, ha spiegato nel corso del primo panel dedicato ai format italiani che viaggiano all’estero **Dante Sollazzo**, Head of Format Department di Endemol Italia. Secondo **Paolo Ruffini**, Direttore di TV2000 – TV2000 – Italy, “la nostra TV nasce con gli stessi pregi e difetti della RAI - un mandato editoriale molto stretto, a un pubblico non esattamente giovane, ma ora stiamo cercando di aprirci, anche sfruttando un Papa molto comunicatore” mentre **Alessandro Grieco**, Director Comedy Central di Viacom – Italy, osserva che “bisogna pensare ai programmi in prospettiva globale, ma è chiaro che per la comicità sia difficilissimo avere una comicità capace di adattarsi a tutti i contesti”.

badtv.it

MIA 2017: come esportare le produzioni italiane all'estero?

Teresa Soldani · 19 ottobre 2017 19:00 · *aggiornato il 19 ottobre 2017 alle 19:00*



L'appuntamento con il **MIA – Mercato Internazionale Audiovisivo** al quale noi di BADTV eravamo puntualmente presenti (anche in qualità di partner della manifestazione) è cominciato questa mattina con un interessante panel in cui si è discusso di come esportare le produzioni televisive italiane all'estero ed i cui relatori e moderatori sono stati nell'ordine (nella foto in evidenza da destra a sinistra) **Davide Valentini**, produttore EIE Film, **Nicole Morganti**, vice presidente Talent e Production di Discovery, **Paolo Ruffini**, direttore di TV2000, **Alessandro Grieco**, direttore Comedy Central, **Fabio Toncelli**, regista, **Dante Sollazzo**, capo del dipartimento format di Endemol e **Chiara Salvo,** fondatrice & amministratrice delegata di Kimera Produzioni.

- **CORRELATI – Domani al via la terza edizione del MIA – Mercato Internazionale Audiovisivo**

Nell'ambito dei tre settori dell'audiovisivo di cui il MIA si occupa, *Cinema, TV* e *Doc*, l'incontro di questa mattina rientra nella sezione **DOC**, motivo per cui si è parlato di quei programmi/format (non serie televisive) che vengono prodotti in Italia ed esportati all'estero. Nello specifico il panel è stato introdotto con una sorta di provocazione sulla quale il moderatore *Davide Valentini* ha invitato i suoi ospiti a riflettere, secondo cui il nostro paese, in termini di distribuzione televisiva, sarebbe stato definito come un "**gigante addormentato**".
Sebbene l'Italia sia riconosciuta come un paese dalla grande espressione creativa, in concreto, soffrirebbe a causa di una disparità tra produzioni importate ed esportate, dimostrandosi non particolarmente attiva nell'esportazione, soprattutto quando messa a confronto con Inghilterra, l'Olanda e gli Stati Uniti, notoriamente abilissimi in questo campo o, negli ultimi anni, con con paesi come la Turchia ed Israele che sono diventati dei veri e propri modelli da imitare.

Di fatto, chiunque faccia zapping in Italia può rendersi conto senza troppi giri di parole del vero problema: il nostro paese ha lunga storia di protezionismo nei confronti di quello che è stato un monopolio televisivo prima ed un duopolio poi, finendo poi per politicizzare talmente tanto il mercato dell'audiovisivo da renderlo sostanzialmente stantio e molto restio all'innovazione, ma questo significa forse che non c'è speranza e che siamo destinati a rimanere imprigionati dal nostro stesso provincialismo? Niente affatto!

Al di là della presentazione che ognuno degli ospiti presenti ha fatto dei prodotti di maggior successo di cui si sono occupati, l'incontro si è fatto davvero interessante quando si è parlato di quale sia il genere di modello italiano che ha funzionato all'estero e del perché.
La chiave per il successo, per *Discovery*, sarebbe per esempio la potenzialità di un prodotto di viaggiare, la sua universalità ed adattabilità e di conseguenza la sua forza in quanto prodotto concretamente vendibile. Altro punto importante è lo storytelling, l'arte italica del raccontare, come lo è la comprensione che non è necessario investire sempre milioni di euro per ottenere un prodotto di successo, ma che un programma semplice che ha dietro una buona struttura narrativa o un'idea solida, può rivelarsi estremamente remunerativo.

L'Italia, all'estero, è sinonimo di "napoletanità", storie di colore, folclore o boss criminali, ma dai produttori esteri viene sempre rappresentata in maniera fortemente caricaturale, non genuina, finendo per apparire poco attuale e molto fuori dal tempo, un'osservazione sulla quale alcuni dei produttori presenti hanno riflettuto, chiedendosi il motivo per cui ci siano così tante storie che raccontano il nostro paese e così poche produzioni italiane che esportino la verità, la versione non macchiettistica di ciò che di noi piace all'estero. Il che ci sembra un interessante interrogativo da porsi, nonché la chiave giusta per cercare programmi di successo: è in quest'ottica che nascono infatti prodotti come "*Il boss delle cerimonie*", che per quanto possa sembrare kitsch e sopra le righe, è stato comprato da ben **141 paesi** facendo di questo programma un notevole successo che non si è affievolito nemmeno quando il suo protagonista, Antonio Polese, è morto qualche tempo fa, passando il testimone al resto della sua famiglia.

L'aspetto più interessante di questo discorso è stato sostanzialmente quello di dimostrare come sia oggettivamente possibile trasformare la nostra provincialità, vissuta spesso da noi come un difetto, in un grande successo televisivo, appropriandoci molto semplicemente di quello che è già nostro, senza doversi invece accontentare di una versione riveduta, corretta e irrealistica di quello che il nostro paese può offrire.
La chiave del successo sono quindi programmi con storie adattabili ad altre realtà o che raccontino di personaggi conosciuti (come per esempio *Kings of crime*, narrato da Roberto Saviano) o, ancora, che esaltino le nostre specifiche peculiarità. Il problema vero, secondo la *Morganti*, non sarebbe in conclusione legato all'incapacità dei produttori italiani di creare format di qualità, ma capire che è importante cambiare il punto di vista da cui il problema viene affrontato, imparando a capire quale siano le storie che hanno una certa fascinazione per il mercato estero.

I problemi veri, secondo *Alessandro Grieco* di Comedy Central, si incontrano però quando si ha a che fare con un genere molto culturale e difficile da esportare come il comedy che essendo legato a doppio filo alla notorietà di un attore/comico, difficilmente ha carattere internazionale. In Italia, tra l'altro, la comicità ha persino una forte connotazione regionale, rendendo ancora più complessa la questione dell'esportabilità del prodotto. Ciò che funziona in questo caso sono prodotti estremamente adattabili, come *Comedy Central News* che è andato anche in onda in Spagna, Germania, Sud Africa e forse, prossimamente, in Medio Oriente e che un po' per fortuna e congiunzioni di eventi, un po' per le sue stesse caratteristiche di esportabilità, si è tramutato in un successo internazionale.

Si è infine anche parlato di come il mercato estero percepisca quello italiano, come un mondo che pecca troppo spesso di pigrizia e che non sfrutta sempre le proprie potenzialità, emblematico in questo senso un particolare caso in cui un produttore americano si chiedeva come mai non esistesse un programma italiano sulla moda, considerando quanto questo mercato conti nel nostro paese e quanti nomi abbiamo a disposizione su cui raccontare una storia.

La questione del "*gigante addormentato*" o "*del nano morto*" – per usare le divertenti parole di Toncelli – hanno continuato a tenere banco per tutta la durata del panel, per comprendere se il mercato nostrano sia effettivamente morto o vivo e pulsante, nonché degno di essere esportato e di attrarre l'attenzione del pubblico internazionale.

E voi cosa ne pensate? Siete d'accordo con le considerazioni fatte da alcuni degli ospiti dell'evento? Avevate mai preso in considerazione l'idea che proprio la provincialità del nostro paese potrebbe diventare un punto di forza ed un argomento capace di interessare un vasto pubblico? Fateci sapere la vostra opinione nei commenti!

cinemaitaliano.info

MIA - Le nuove strade di Raitre

Al Mercato dell'Audiovisivo di Roma il direttore di Raitre Stefano Coletta annuncia l'arrivo di documentari e film di genere in prima serata



Stefano Coletta, direttore di Raitre

Le grandi novità nei documentari e nei factual italiani sono state al centro della prima giornata del **MIA, il Mercato internazionale dell'audiovisivo** che si è aperto oggi a Roma al distretto Barberini, con una folla di accreditati che sta riempiendo le varie sale in cui si svolgono le attività. Un evento attesissimo che farà diventare Roma la capitale del'audiovisivo mondiale fino a domenica con panel, incontri tra produttori e presentazioni di progetti nei vari stadi di produzione.

Tra gli interventi, quello di **Stefano Coletta**, direttore di Raitre, che ha parlato delle novità del canale che dirige dalla scorsa estate: "Raitre sta vivendo una trasformazione epocale -ha spiegato- soffriva da tempo di immobilismo di palinsesto a causa di marchi longevi di successo che era difficile cambiare. L'improvvisa defezione di **Fabio Fazio** si sta dimostrando per noi in un'opportunità: i numeri cui Che tempo che fa era arrivato dopo 14 edizioni erano enormi per Raitre ma non dimentichiamo che era partito dal 5% che in prima serata era comunque un successo e poi negli anni è cresciuto".

Precisando di essere operativo dal primo settembre scorso ma che solo da febbraio si vedranno i frutti del suo lavoro, Coletta ha spiegato che la prima grande diversità del palinsesto autunnale di Raitre è la giornata del giovedì dedicata ai grandi documentari. "Abbiamo iniziato con il documentario Stone-Putin che in prima serata è arrivato al 5% battendo marchi consolidati. E stasera avremo la prova del nove con 'Life, animated', il film documentario della Disney su un bambino affetto da autismo. Poi giovedì prossimo sarà la volta di 'Going, Clear', il documentario su Scientology. Ma è comunque la prima volta che uno dei canali generalisti fa una serialità sui documentari".

Per il 2018 Coletta annuncia importanti novità nate dalla convinzione che una rete generalista doc debba avere tutti i generi espressivi. "Da anni a Raitre manca la leggerezza e la satira -spiega- forse non c'è più neanche nella realtà. Voglio riportare l'intrattenimento in prima serata su Raitre, già abbiamo individuato quale sarà, una serata di leggerezza dovrà arrivare su Raitre, me la sono imposto come medicina. E questo porterà cambiamenti anche nel daytime".

Non solo: "Penso - ha detto Coletta che ha anche annunciato per maggio 2018 un documentario su don Ciotti in occasione della giornata della legalità - che Raitre debba parlare a tutti, negli ultimi anni non abbiamo parlato a tutti, abbiamo elevato la posta ed esasperato la ripetizione di generi. Voglio riportare i generi su Raitre. A Raitre voglio raccontare l'ambivalenza individuale e sociale. A me piacerà raccontare con lo storytelling le trasformazioni identitarie che stanno avvenendo nella nostra società. Racconteremo il cambio di genere: su una tv di servizio pubblico è arrivato il momento di parlare di sesso con consapevolezza".

cineuropa

ROMA 2017 Mercato

"Matching Excellence": al via oggi il MIA di Roma

di Camillo De Marco

19/10/2017 - Torna con la sua terza edizione dal 19 al 23 ottobre il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo dedicato all'industria del cinema, TV e documentario



Il direttore Lucia Milazzotto alla presentazione del MIA

MIA Mercato Internazionale dell'Audiovisivo torna con la sua terza edizione a Roma dal 19 al 23 ottobre 2017. Dedicato a tutti i settori dell'audiovisivo (Cinema, TV, Doc), MIA prevede quattro linee di attività. *Networking*: una serie di strumenti costruiti per facilitare l'incontro tra i più di 1.400 operatori accreditati. *Content showcase:* 114 film presentati durante gli screening di mercato dedicati ai buyer internazionali e 4 appuntamenti speciali con i titoli italiani della prossima stagione di cinema e televisione. *Coproduction Market & Pitching Forum:* 45 progetti da 21 paesi proposti a oltre 500 potenziali partner di co-produzione; *Talks:* un fitto programma con oltre 40 trapanel, masterclass e dibattiti.

"Matching Excellence" è il nuovo claim che caratterizza l'edizione 2017, la capacità di 'matchmaking', costruire una rete efficiente di rapporti industriali internazionali. "MIA è uscito dalla fase di start-up e si presenta come un mercato originale e molto strutturato a disposizione dell'industria nazionale e internazionale", dice il direttore **Lucia Milazzotto**. "La nostra formula contemporanea e flessibile si è perfezionata nel corso di questi tre anni e oggi finalmente possiamo affermare che gli operatori di cinema, televisione e documentario lo considerano un appuntamento importante".

Più di 1.000 incontri sono già stati pre-organizzati sulla base delle strategie industriali di ciascun accreditato, con formule che vanno dagli *speed meetings, breakfast with, producers meet producers.* Tra i partecipanti delle passate edizioni del mercato di produzione troviamo **Agnieszka Holland, Sally Potter, Paddy Considine, Jia Zhang-ke, Diego Lerman, Kadri Kousaar, Stephen Burke, Katarzyna Roslaniec, Sharunas Bartas, Laura Bispuri, Marco Bellocchio, Franco Maresco**.

Quest'anno il mercato di co-produzione di MIA Cinema presenta 21 progetti di cinema indipendente, confermando la forte impronta autoriale. Tra questi, *Noah's Ark*, un film di **Sérgio Machado** prodotto da **Walter Salles**, *We Are the Winners* di **Giovanni Piperno** prodotto da **Matteo Garrone**, *Lo Spietato* di **Renato De Maria** prodotto da **Angelo Barbagallo**, *The Vice of Hope* di **Edoardo De Angelis**, prodotto da **Pierpaolo Verga**. 15 i titoli presentati al MIA TV Drama Series Pitching Forum mentre il DOC Co-Production Market & Pitching Forum presenterà 9 progetti di produzione italiana.

Tra i temi affrontati, la globalizzazione del mercato televisivo internazionale, il remake cinematografico, la pirateria, le tecniche di valorizzazione dei cataloghi di film classici, le donne di potere nell'industria dell'entertainment, lo storytelling nel gaming e nell'audiovisivo, l'animazione europea (tra i relatori **Jacques Bled**), la realtà virtuale nei film e nella tv.

I buyer avranno accesso a 114 titoli tra nazionali e internazionali. Uno screening speciale, in anteprima per l'Italia sarà quello di*Rellik*, la serie tv crime targata BBC e Cinemax, creata dai fratelli **Harry e Jack Williams**. Tra i titoli in arrivo nei prossimi mesi, *Albe* (**Elisa Fuksas**), *Due Piccoli Italiani* (**Paolo Sassanelli**), *Favola* (**Sebastiano Mauri**), *Figlia Mia* (**Laura Bispuri**), *In viaggio con Adele* (**Alessandro Capitani**), *Il Libro delle Visioni* (**Carlo S.Hintermann**), *Ovunque Proteggimi* (**Bonifacio Angius**), *Il Ragazzo Invisibile – Seconda Generazione* (**Gabriele Salvatores**), *Sembra mio figlio* (**Costanza Quatriglio**).

Il progetti "incubati" dentro il mercato di coproduzione di MIA 2017 concorrono all'assegnazione di premi per un valore totale di 55.000 euro. Riconoscendo a MIA un importante ruolo nel sostegno alle co-produzioni, il Fondo Eurimagesdel Consiglio D'Europa conferma l'**Eurimages Co-Production Development Award**, il premio al progetto più in linea con i principi di collaborazione e coproduzione che ispirano Eurimages, per un totale di 20.000 euro in denaro.

E-DUESSE.IT

TELEVISIONE

19 OTTOBRE 2017 15:46

MIA, SI PARTE PARLANDO DI EXPORT

Stefano Radice



Un momento del convegno presso l'Hotel Bernini al Mia di Roma

Il Mia – Mercato Internazionale dell'Audiovisivo è partito questa mattina a Roma parlando di esportazione. "Factual to Go: How To Export Italian Productions?" il titolo del primo panel dedicato ai documentari e ai programmi televisivi. Un'occasione di incontro in cui sono emerse le difficoltà ad esportare format italiani, un po' come accade nel cinema. Molti temi emersi, infatti, sono proprio gli stessi che vengono dibattuti sul tema dell'esportazione dei film italiani. A iniziare da un'industria come quella dell'audiovisivo italiano considerata all'estero come un gigante dormiente con potenzialità che non vengono messe in atto. Al convegno hanno partecipato Nicole Morganti (VP Talent and Production Discovery), Paolo Ruffini (direttore TV2000), Alessandro Grieco (direttore Comedy Central), Fabio Tornelli (regista) e Dante Sollazzo (Head of Format Department Endemol). Il comune denominatore di tutti gli interventi è stato quello di sottolineare le caratteristiche che devono avere i prodotti italiani per essere esportabili: devono essere sorretti da idee coraggiose, devono raccontare temi universali oppure storie e realtà italiane riconoscibili anche all'estero 8e lo stesso vale anche per i film). Parlando dei documentari, il regista Tornelli – autore tra gli altri di *Ortona 1943 – Un Natale di sangue* e *Il mistero del lupo* che hanno ottenuto riscontri all'estero - ha sottolineato che "si tratta di un genere che ha un pubblico e un mercato. Importante che siano i produttori stessi a credere nelle potenzialità di vendita dei diversi titoli; nel mondo c'è voglia di storie italiane e dobbiamo capirlo. Qui in Italia, invece, è importante lavorare per creare l'abitudine del pubblico a vedere documentari altrimenti se ne faranno sempre meno". Tra i casi più virtuosi citati *Undressed* e *Alta infedeltà* (Discovery), *Mission possible* (Tv2000), *Comedy Central News* (Comedy Central) e *Avanti un altro* (Endemol).

DAVIDEMAGGIO.it
La TV dietro le quinte

Davide Maggio .it
19 ottobre alle ore 3:27 ·

MIA: a Roma la terza edizione del Mercato Internazionale dell'Audiovisivo

https://www.davidemaggio.it/.../mia-a-roma-la-terza-edizione-...



MIA: a Roma la terza edizione del Mercato Internazionale dell'Audiovisivo

Tutto sul MIA 2017. Cos'è e il programma del Mercato Internazionale dell'Audiovisivo.

DAVIDEMAGGIO.IT

Condividi

15:03 19 Ottobre 2017

A Roma si apre il Mia, con boom di accreditati e sale strapiene



Roma, 19 ott. (AdnKronos) - Format italiani che viaggiano all'estero. E' stato questo il primo panel organizzato alla terza edizione del MIA, il Mercato internazionale che si è aperto oggi a Roma al distretto Barberini, con una folla di accreditati che sta riempiendo le varie sale in cui si svolgono le attività. Un evento attesissimo che farà diventare Roma la capitale del'audiovisivo mondiale fino a domenica con panel, incontri tra produttori e presentazioni di progetti nei vari stadi di produzione. Tra i titoli che saranno presentati agli Italian tv upfront, la nuova serie originale Sky prodotta da Cattleya, "Zero Zero Zero" che vede anche il coinvolgimento di Canal+ che era stata a fianco di Sky già nella mega produzione di Young Pope, e tratta dall'omonimo romanzo inchiesta di Roberto Saviano, di cui prossimamente inizieranno le riprese. Tra gli altri progetti che saranno presentati agli investitori stranieri, i nuovi episodi di 'Montalbano' (Palomar), 'Ultimo 5' (Tao Due), 'I mille giorni di mafia capitale' (Magnolia), 'E' arrivata la felicità 2' (Publispei).

Fonte: adnkronos

Libero Quotidiano.it

LAZIO

A Roma si apre il Mia, con boom di accreditati e sale strapiene

19 Ottobre 2017



Roma, 19 ott. (AdnKronos) - Format italiani che viaggiano all'estero. E' stato questo il primo panel organizzato alla terza edizione del MIA, il Mercato internazionale che si è aperto oggi a Roma al distretto Barberini, con una folla di accreditati che sta riempiendo le varie sale in cui si svolgono le attività. Un evento attesissimo che farà diventare Roma la capitale dell'audiovisivo mondiale fino a domenica con panel, incontri tra produttori e presentazioni di progetti nei vari stadi di produzione. Tra i titoli che saranno presentati agli Italian tv upfront, la nuova serie originale Sky prodotta da Cattleya, "Zero Zero Zero" che vede anche il coinvolgimento di Canal+ che era stata a fianco di Sky già nella mega produzione di Young Pope, e tratta dall'omonimo romanzo inchiesta di Roberto Saviano, di cui prossimamente inizieranno le riprese. Tra gli altri progetti che saranno presentati agli investitori stranieri, i nuovi episodi di 'Montalbano' (Palomar), 'Ultimo 5' (Tao Due), 'I mille giorni di mafia capitale' (Magnolia), 'E' arrivata la felicità 2' (Publispei).

“Oggi credo che i broadcaster rischino poco, vogliono vedere gli ascolti che un format ha fatto in Francia o in Spagna, vogliono vedere banalmente la puntata”, ha spiegato nel corso del primo panel dedicato ai format italiani che viaggiano all’estero Dante Sollazzo, Head of Format Department di Endemol Italia. Secondo Paolo Ruffini, Direttore di TV2000 – TV2000 – Italy, “la nostra TV nasce con gli stessi pregi e difetti della RAI - un mandato editoriale molto stretto, a un pubblico non esattamente giovane, ma ora stiamo cercando di aprirci, anche sfruttando un Papa molto comunicatore” mentre Alessandro Grieco, Director Comedy Central di Viacom – Italy, osserva che “bisogna pensare ai programmi in prospettiva globale, ma è chiaro che per la comicità sia difficilissimo avere una comicità capace di adattarsi a tutti i contesti”.

metro
› Spettacoli

Home › Spettacoli › Torna il MIA tra cinema, tv e doc

Torna il MIA tra cinema, tv e doc

Mi piace 0 Condividi 0 Tweet

Gio, 19/10/2017 - 17:01



FRANCESCO RUTELLI/LUCIA MILAZZOTTO/GIANCARLO LEONE

ROMA Il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo torna con la sua terza edizione a Roma dal 19 al 23 ottobre nel "distretto Barberini". Primo mercato italiano per numero di presenze internazionali, MIA è la piattaforma di business rivolta ai produttori e ai distributori di contenuti transnazionali di alto valore industriale e un'occasione unica per presentare il "Sistema Italia" sulla scena internazionale.

Dedicato a tutti i settori dell'audiovisivo (Cinema, Tv, Doc), MIA prevede quattro linee di attività. Networking: una serie di strumenti costruiti per facilitare l'incontro tra i più di 1.400 operatori accreditati.
Content showcase: 114 film presentati durante gli screening di mercato dedicati ai buyer internazionali e 4 appuntamenti speciali con i titoli italiani della prossima stagione di cinema e televisione. Coproduction Market & Pitching Forum: 45 progetti da 21 paesi
proposti a oltre 500 potenziali partner di co-produzione;
Talks: un fitto programma con oltre 40 tra panel, masterclass e dibattiti.

La capacità di 'matchmaking', ovvero di costruire una rete efficiente di rapporti industriali internazionali è il tratto distintivo di questo evento di mercato, informale e d'eccellenza al tempo stesso. Matching Excellence è, quindi, il nuovo claim dell'edizione 2017, che sottolinea come l'Italia sia portatrice di innovazione e creatività in campo internazionale e MIA sia l'acceleratore di business per l'eccellenza italiana nei rapporti con l'estero.

Per Francesco Rutelli, Presidente di ANICA il MIA è «un perfetto gioco di squadra, dove sia il settore privato che le istituzioni lavorano affiancate per la crescita del settore Cinema e Audiovisivo, con l'obiettivo di migliorare la nostra opportunità di successo sul mercato internazionale. MIA nasce in un momento di grande fermento per il cinema italiano: una rinnovata capacità di raccontare storie e produrle e una legge molto importante come quella stilata dal Ministro Franceschini, che supporta la produzione di film, serie e documentari».

Infine, per il direttore del MIA Lucia Milazzotto: «MIA è uscito dalla fase di start-up e si presenta come un mercato originale e molto strutturato a disposizione dell'industria nazionale e internazionale. La nostra formula contemporanea e flessibile si è perfezionata nel corso di questi tre anni e oggi finalmente possiamo affermare che gli operatori di cinema, televisione e documentario lo considerano un appuntamento importante. La leva sinergica tra i segmenti dell'audiovisivo è un tratto distintivo di questo evento, che rende MIA un luogo unico per incontrare, scoprire, immaginare e investire sui film, serie televisive e documentari di domani. Un mercato di alto profilo per i leader che producono e distribuiscono contenuti di alta qualità».

21 progetti di cinema indipendente:
tra questi,
Noah's Ark, un film di Sérgio Machado prodotto da Walter Salles,
We Are the Winners di Giovanni Piperno prodotto da Matteo Garrone,
Lo Spietato di Renato De Maria prodotto da Angelo Barbagallo,
The Vice of Hope di Edoardo De Angelis, prodotto da Pierpaolo Verga.

Mentre per **Giancarlo Leone,** Presidente di APT: «Negli ultimi anni, l'industria dell'audiovisivo sta vivendo un 'rinascimento', grazie alla capacità dei produttori indipendenti di fronteggiare le nuove sfide poste sia a livello nazionale che internazionale. Questa rinascita è anche il risultato delle nuove politiche che hanno ulteriormente favorito la crescita di case di produzione indipendenti, che investono in contenuti innovativi e internazionalizzazione. MIA è stato concepito seguendo queste linee guida e, oggi, giunto alla sua terza edizione, è più che mai impegnato a supportare le aziende italiane nelle loro sfide su scala globale».

15 i titoli
presentati al MIA TV Drama Series Pitching Forum:
una selezione ampia e variegata in termini di geografie, generi e dimensioni produttive, che spazia da progetti a forte impronta indipendente alle nuovissime produzioni di importanti società, come All3 Media,
Company Pictures, Saga Films. Di grande rilevanza il parterre degli interlocutori internazionali, chiamati a incontrare i progetti: commissioning editor e head of production, finanziatori e talent agents da Europa e Stati Uniti.

Il MIA DOC Co-Production Market & Pitching Forum
presenterà
9 progetti
di produzione italiana, incentrati sul tema dell'Human
Interest, Current Affairs e Investigative Journalism. Tra i titoli selezionati figura "My
Missing Sister" (documentario sulla scomparsa di Emanuela Orlandi, regia di Alessandra Bruno, prodotto da Raffaele Brunetti
e da Ilona Grundmann).

Interessante novità di MIA 2017:
Graphic Novel Rights Center, un format che favorisce l'incontro tra l'industria audiovisiva e gli editori indipendenti di graphic novel, uno dei generi letterari più vitali in termini di qualità narrativa e capacità di essere in sintonia con il suo pubblico. L'iniziativa mira a favorire
lo sfruttamento da parte di cinema e tv di properties indipendenti come quelle selezionate e che verranno presentate ai produttori in sessioni di pitch.
Tra queste figurano: "Le ragazzine stanno perdendo il controllo La città le teme. La fine è azzurra" di Ratigher, "Cosmo" di Marino Neri, "La favorita" di Matthias Lehman e "Brian the
brain" di Miguel Angel Martin, "Alien" di Aisha Franz.

I PREMI
Il progetti "incubati" dentro il mercato di coproduzione di MIA 2017 concorrono all'assegnazione di premi per un valore totale di 55.000 euro.

PUBBLI NOW! .com

19 ottobre 2017 0

Al via il MIA, Mercato Internazionale dell'Audiovisivo

MIA, Mercato Internazionale dell'Audiovisivo, torna con la sua terza edizione a Roma dal 19 al 23 ottobre 2017, nel "distretto Barberini". Primo mercato italiano per numero di presenze internazionali, MIA è la piattaforma di business rivolta ai produttori e ai distributori di contenuti transnazionali di alto valore industriale e un'occasione unica per presentare il "Sistema Italia" sulla scena internazionale. Dedicato a tutti i settori dell'audiovisivo (Cinema, Tv, Doc), MIA prevede quattro linee di attività: Networking (una serie di strumenti costruiti per facilitare l'incontro tra i più di 1.400 operatori accreditati), Content showcase: (i 14 film presentati durante gli screening di mercato dedicati ai buyer internazionali e 4 appuntamenti speciali con i titoli italiani della prossima stagione di cinema e televisione), Coproduction Market & Pitching Forum (45 progetti da 21 paesi proposti a oltre 500 potenziali partner di co-produzione) e Talks (un fitto programma con oltre 40 tra panel, masterclass e dibattiti). La capacità di "matchmaking", ovvero di costruire una rete efficiente di rapporti industriali internazionali è il tratto distintivo di questo evento di mercato, informale e d'eccellenza al tempo stesso. Matching Excellence è, quindi, il nuovo claim dell'edizione 2017, che sottolinea come l'Italia sia portatrice di innovazione e creatività in campo internazionale e MIA sia l'acceleratore di business per l'eccellenza italiana nei rapporti con l'estero. Come ricordato da Carlo Calenda, Ministro dello Sviluppo Economico, «il MIA, ora alla sua terza edizione rappresenta un'occasione d'oro per il mercato audiovisivo nazionale ed internazionale, promuovendo incontri tra produttori e distributori sui contenuti e incoraggiando la condivisione del progresso tecnologico. Questa manifestazione promuove le nostre produzioni nazionali e i processi di internazionalizzazione, facilitando la crescita del settore e la diffusione delle risorse italiane in tutto il mondo». Dario Franceschini, Ministro dei Beni e delle attività culturali e del Turismo, riconosce come «l'introduzione della nuova legge cinema, il rilancio dell'Istituto Luce-Cinecittà, il ritorno in Italia delle grandi produzioni internazionali, la crescente affermazione della nostra cinematografia nel mondo sono i cardini intorno ai quali ruota una nuova, importante stagione per l'audiovisivo italiano. E i numeri di questa edizione del Mia confermano che Roma, capitale della produzione audiovisiva nazionale, è ormai da tutti riconosciuta come un importante mercato internazionale dell'audiovisivo». Lucia Milazzotto, direttore del MIA, conclude: «MIA è uscito dalla fase di start-up e si presenta come un mercato originale e molto strutturato a disposizione dell'industria nazionale e internazionale. La nostra formula contemporanea e flessibile si è perfezionata nel corso di questi tre anni e oggi finalmente possiamo affermare che gli operatori di cinema, televisione e documentario lo considerano un appuntamento importante. La leva sinergica tra i segmenti dell'audiovisivo è un tratto distintivo di questo evento, che rende MIA un luogo unico per incontrare, scoprire, immaginare e investire sui film, serie televisive e documentari di domani. Un mercato di alto profilo per i leader che producono e distribuiscono contenuti di alta qualità». MIA è ideato, realizzato e prodotto dal raggruppamento temporaneo d'impresa tra ANICA (Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche e Audiovisive) e APT (Associazione Produttori Televisivi), finanziato da Ministero dello Sviluppo Economico, ICE, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali, Regione Lazio, e dal programma MEDIA. Sponsor tecnico è la Fondazione Cinema per Roma e partner il Fondo Eurimages del Consiglio d'Europa. MIA si avvale di un comitato editoriale che comprende, oltre ad ANICA e APT: CartoonIT, 100 Autori, Italian Film Commissions, UNEFA. Il progetti "incubati" dentro il mercato di coproduzione di MIA 2017 concorrono all'assegnazione di premi per un valore totale di 55.000 euro.



spettacolinews

GIOVEDÌ 19 OTTOBRE 2017

Al via il "MIA - Mercato Internazionale dell'Audiovisivo", l'evento dedicato all'industry Cinema, Tv e Doc. Italian Tv Upfront, anteprima "Rellik" e tanti ospiti attesi

ANTONIO GALLUZZO

redazione@spettacolinews.it
SPETTACOLINEWS.IT

MIA Mercato Internazionale dell'Audiovisivo torna con la sua terza edizione a Roma dal 19 al 23 ottobre 2017, nel "distretto Barberini". Primo mercato italiano per numero di presenze internazionali, MIA è la piattaforma di business rivolta ai produttori e ai distributori di contenuti transnazionali di alto valore industriale e un'occasione unica per presentare il "Sistema Italia" sulla scena internazionale.

Dedicato a tutti i settori dell'audiovisivo (Cinema, TV, Doc), MIA prevede quattro linee di attività. Networking: una serie di strumenti costruiti per facilitare l'incontro tra i più di 1.400 operatori accreditati. Content showcase: 114 film presentati durante gli screening di mercato dedicati ai buyer internazionali e 4 appuntamenti speciali con i titoli italiani della prossima stagione di cinema e televisione. Coproduction Market & Pitching Forum: 45 progetti da 21 paesi proposti a oltre 500 potenziali partner di co-produzione; Talks: un fitto programma con oltre 40 tra panel, masterclass e dibattiti.

La capacità di 'matchmaking', ovvero di costruire una rete efficiente di rapporti industriali internazionali è il tratto distintivo di questo evento di mercato, informale e d'eccellenza al tempo stesso. Matching Excellence è, quindi, il nuovo claim dell'edizione 2017, che sottolinea come l'Italia sia portatrice di innovazione e creatività in campo internazionale e MIA sia l'acceleratore di business per l'eccellenza italiana nei rapporti con l'estero.

Come ricordato da Carlo Calenda, Ministro dello Sviluppo Economico: "il MIA, ora alla sua terza edizione rappresenta un'occasione d'oro per il mercato audiovisivo nazionale ed internazionale, promuovendo incontri tra produttori e distributori sui contenuti e incoraggiando la condivisione del progresso tecnologico. Questa manifestazione promuove le nostre produzioni nazionali e i processi di internazionalizzazione, facilitando la crescita del settore e la diffusione delle risorse italiane in tutto il mondo".

Dario Franceschini, Ministro dei Beni e delle attività culturali e del Turismo, riconosce come "L'introduzione della nuova legge cinema, il rilancio dell'Istituto Luce-Cinecittà, il ritorno in Italia delle grandi produzioni internazionali, la crescente affermazione della nostra cinematografia nel mondo sono i cardini intorno ai quali ruota una nuova, importante stagione per l'audiovisivo italiano. E i numeri di questa edizione del Mia confermano che Roma, capitale della

spettacolinews

produzione audiovisiva nazionale, è ormai da tutti riconosciuta come un importante mercato internazionale dell'audiovisivo".

"Il mercato internazionale di Roma si allinea perfettamente alla nostra visione strategica - aggiunge Michele Scannavini, Presidente di ICE (Italian Trade Agency). È il primo del suo genere in Italia ed è un segnale più concreto della svolta intrapresa negli ultimi anni per valorizzare l'industria audiovisiva italiana; ha permesso di presentare all'estero il Sistema Italiano e la sua governance sempre più ben definita, anche grazie alla collaborazione tra le istituzioni pubbliche interessate e le associazioni di imprese del settore".

Nicola Zingaretti, Presidente Regione Lazio riconosce inoltre come "il MIA sia diventato l'evento principale dell'industria cinematografica italiana e la sua influenza stia continuando a crescere e ad emergere sulla scena internazionale. Di conseguenza, la Regione Lazio, con la collaborazione della Roma Lazio Film Commission, ha deciso di presentare la nuova edizione della call to action "Lazio Cinema International" a Roma."

Francesco Rutelli, Presidente di ANICA descrive il MIA come "un perfetto gioco di squadra, dove sia il settore privato che le istituzioni lavorano affiancate per la crescita del settore Cinema e Audiovisivo, con l'obiettivo di migliorare la nostra opportunità di successo sul mercato internazionale. MIA nasce in un momento di grande fermento per il cinema italiano: una rinnovata capacità di raccontare storie e produrle e una legge molto importante come quella stilata dal Ministro Franceschini, che supporta la produzione di film, serie e documentari ".

Osserva Giancarlo Leone, Presidente di APT "Negli ultimi anni, l'industria dell'audiovisivo sta vivendo un 'rinascimento', grazie alla capacità dei produttori indipendenti di fronteggiare le nuove sfide poste sia a livello nazionale che internazionale. Questa rinascita è anche il risultato delle nuove politiche che hanno ulteriormente favorito la crescita di case di produzione indipendenti, che investono in contenuti innovativi e internazionalizzazione. MIA è stato concepito seguendo queste linee guida e, oggi, giunto alla sua terza edizione, è più che mai impegnato a supportare le aziende italiane nelle loro sfide su scala globale".

Lucia Milazzotto, direttore del MIA conclude "MIA è uscito dalla fase di start-up e si presenta come un mercato originale e molto strutturato a disposizione dell'industria nazionale e internazionale. La nostra formula contemporanea e flessibile si è perfezionata nel corso di questi tre anni e oggi finalmente possiamo affermare che gli operatori di cinema, televisione e documentario lo considerano un appuntamento importante. La leva sinergica tra i segmenti dell'audiovisivo è un tratto distintivo di questo evento, che rende MIA un luogo unico per incontrare, scoprire, immaginare e investire sui film, serie televisive e documentari di domani. Un mercato di alto profilo per i leader che producono e distribuiscono contenuti di alta qualità.

MIA è ideato, realizzato e prodotto dal raggruppamento temporaneo d'impresa tra ANICA (Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche e Audiovisive) e APT (Associazione Produttori Televisivi), finanziato da Ministero dello Sviluppo Economico, ICE, Ministero dei Beni e delle Attività Culturali, Regione Lazio, e dal programma MEDIA. Sponsor tecnico è la Fondazione Cinema per Roma e partner il Fondo Eurimages del Consiglio d'Europa. MIA si avvale di un comitato editoriale che comprende, oltre ad ANICA e APT: CartoonIT, 100 Autori, Italian Film Commissions, UNEFA.

LE ATTIVITÀ'

NETWORKING

MIA è un boutique market a forte impronta selettiva, rivolto

principalmente all'industria del contenuto di alta qualità. Questo posizionamento e dimensioni consentono al team di MIA di assistere ogni singolo progetto e operatore costruendo un piano "tailor made" di appuntamenti, presentazioni, occasioni promozionali per rendere la loro esperienza a Roma efficiente e in linea con le aspettative di business. Più di 1.000 incontri sono già stati pre-organizzati sulla base delle strategie industriali di ciascun accreditato, con formule che vanno dagli speed meetings, breakfast with, producers meet producers.

Nel 2017, il mercato romano si presenta come un foro ancora più strutturato, capace di agevolare e sostenere i professionisti del settore nel costruire e potenziare relazioni strategiche utili nel medio e lungo periodo.

CO-PRODUCTION MARKET E PITCHING FORUM

Il coproduction market di MIA 2017 prevede una selezione complessiva di 45 titoli di cinema, tv e documentario provenienti da 21 paesi che beneficeranno di un fitto programma di presentazioni pubbliche, incontri B2B pre-organizzati e speed meetings, finalizzato ad attivare possibili co-produzioni e trovare partner finanziari. I progetti sono stati scelti da un board di esperti tra oltre 300 candidature.

Più del 50% dei progetti selezionati nelle precedenti edizioni del mercato di Roma sono già diventati film che hanno ricevuto importanti riconoscimenti a livello internazionale. Tra i partecipanti delle passate edizioni del mercato di produzione troviamo Agnieszka Holland, Sally Potter, Paddy Considine, Ritesh Batra, Clio Barnard, Jia Zhang-ke, Sheng Zhimin, Diego Lerman, Kadri Kousaar, Stephen Burke, Katarzyna Roslaniec, Sharunas Bartas, Alvaro Brechner, Laura Bispuri, Fabio Mollo, Marco Bellocchio, Franco Maresco, Manetti Bros, Elisa Fuksas, Fulvio Risuleo, Valerio Mieli, Salvatore Mereu, Matteo Botrugno e Daniele Coluccini.

Quest'anno il mercato di co-produzione di MIA CINEMA presenta 21 progetti di cinema indipendente, confermando la forte impronta autoriale. Tra questi, Noah's Ark, un film di Sérgio Machado prodotto da Walter Salles, We Are the Winners di Giovanni Piperno prodotto da Matteo Garrone, Lo Spietato di Renato De Maria prodotto da Angelo Barbagallo, The Vice of Hope di Edoardo De Angelis, prodotto da Pierpaolo Verga.

15 i titoli presentati al MIA TV Drama Series Pitching Forum: una selezione ampia e variegata in termini di geografie, generi e dimensioni produttive, che spazia da progetti a forte impronta indipendente alle nuovissime produzioni di importanti società, come All3 Media, Company Pictures, Saga Films. Di grande rilevanza il parterre degli interlocutori internazionali, chiamati a incontrare i progetti: commissioning editor e head of production, finanziatori e talent agents da Europa e Stati Uniti.

spettacolinews

Il MIA DOC Co-Production Market & Pitching Forum presenterà 9 progetti di produzione italiana, incentrati sul tema dell'Human Interest, Current Affairs e Investigative Journalism. Tra i titoli selezionati figura "My Missing Sister" (documentario sulla scomparsa di Emanuela Orlandi, regia di Alessandra Bruno, prodotto da Raffaele Brunetti e da Ilona Grundmann).

Trasversalmente, si colloca una interessante novità di MIA 2017: Graphic Novel Rights Center, un format che favorisce l'incontro tra l'industria audiovisiva e gli editori indipendenti di graphic novel, uno dei generi letterari più vitali in termini di qualità narrativa e capacità di essere in sintonia con il suo pubblico. L'iniziativa mira a favorire lo sfruttamento da parte di cinema e tv di properties indipendenti come quelle selezionate e che verranno presentate ai produttori in sessioni di pitch. Tra queste figurano: "Le ragazzine stanno perdendo il controllo La città le teme. La fine è azzurra" di Ratigher, "Cosmo" di Marino Neri, "La favorita" di

The Hollywood Reporter

Rome Market Puts Spotlight on TV as Italy Looks to Lure Hollywood Back

12:31 AM PDT 10/19/2017 by Ariston Anderson



Courtesy of MIA

MIA Director Lucia Milazzotto

The eternal city's film market, which kicks off Thursday, positions itself as "a highly selective content hub where people can pick a variety of projects or partners in one place in a very short time frame."

Hollywood loves Italy, as any star who visits the country is sure to mention as soon as they get off the plane. From Lake Como to the Amalfi Coast, the country is chock-full of celebrity vacationers on any given weekend.

But despite its best recent efforts, the country is a far cry from the 1950s and '60s when Rome's Cinecitta Studios, one of Europe's largest studios, was known as the "Hollywood on the Tibur," attracting the swords-and-sandals epics that defined the era.

Even with a series of long-lobbied tax credits passing, only a handful of big-budget films have so far made their way to the eternal city. But Rome is coming back with a multi-pronged approach with a big government boost to compete on a global level, and this time television is leading the way.

With local productions like *Gomorrah* and *The Young Pope* rivaling top-tier American series, TV has become central to attempts to focus Hollywood eyes back on to Italy. And with new, larger and easier tax credits on the way, as well as enhanced production facilities, Italy is ready for a possible revival.

At the center of it is Rome's MIA, an audiovisual market that was founded in 2015 for films and documentaries, with a particular focus on television. The market, which kicks off on Thursday, is conveniently timed to take place directly after MIPCOM, so executives can jaunt over to Rome for a more relaxed atmosphere of networking before gearing up again for AFM.

"It's a highly selective content hub where people can pick a variety of projects or partners in one place in a very short time frame," says MIA director Lucia Milazzotto about the advantages of the still-cozy marketplace that is growing quickly. This year 1,100 executives are attending from 50 countries, up 20 percent from last year, with a total of 45 executives coming from the U.S.

In addition to the market's popular drama series pitching forum, this year will also debut Italian TV upfronts in order to present the best Italian TV series in the works for international partners.

MIA was also founded to increase the number of co-productions in Italy, and Milazzotto believes that the market is the perfect place to link up with top local talent. "Italy does not just hold the record for most foreign-language Oscars, but you see Italians winning across all crafts: art direction, cinematography, makeup, score, costume design and editing," she says.

"The national public broadcaster RAI and several cinemas and TV productions have their headquarters in Rome, a city that also hosts renowned audiovisual professionals and technicians, providing precious human resources in this field," says Italian culture minister Dario Franceschini. "Rome is also a natural location, perfect as a movie set and, now, Italy is a production-friendly country thanks to the tax credit for audiovisual and cinema industries."

But it's not just the top-tier talent that is bringing Hollywood back to Rome. The famed Cinecitta Studios are getting a massive renovation after being returned to state ownership this summer after years of private control.

"We are a state company. We don't have to share profits with anybody," says new CEO Roberto Cicutto, who expects to break even by 2020. "Everything will be invested back into the studios to make our facilities better and better for our customers."

The industry is hoping that the combination of the tax credits and renovated facilities will help put Rome back on par with U.K. and Irish film offerings. "A variable amount between 15 percent and 40 percent of the investment can be deducted from taxation, an excellent benefit for this creative industry," Franceschini explains.

Perhaps most importantly, the new tax benefits, up 60 percent with an annual minimum allocation of $472 million, will be easier than ever to pocket. "We are setting up a way to recoup taxes very, very quickly. It was a nightmare before," Cicutto says.

And Hollywood is quickly taking note. Longtime HBO producer Ilene Landress, who had a great experience shooting *The Sopranos* in Naples more than a decade ago, said it didn't take much to convince her to attend MIA. "Cacio e Pepe? A good Barolo? I can do Rome," she says, noting that she is interested in learning more about the local offerings. "It's always interesting to meet the international players. I don't even look at it as TV anymore. It's screens, global screens."

Studio 8's head of television Katherine Pope is also excited about having the opportunity to sit down and connect with local talent. "I think the goal is to build relationships," she says. "I saw that happen 10 years ago in the U.K. Those shows started increasing in quality, and those writers started crossing borders. That's something we should be excited about. In a world where you watch Netflix all day, and subtitles all day, the language barriers are no longer an issue for audiences."

"MIA has become a great opportunity to meet top European producers and broadcasters, and last year we were able to initiate multiple projects from our meetings at MIA," said WME's Lorenzo De Maio who is attending for his second year.

While MIA generally focuses on European topics at large, Steve Wohl, head of international television at Paradigm, is excited to be able to focus on Italian talent. "MIPCOM is so overwhelming with the hectic scheduling, it is challenging to concentrate on one territory," said Wohl. "We've focused so much on Scandinavia, France and Spain and truly believe that Italy can be the next great territory to be discovered."

And it's not just the market that is making a big push for TV this year. Rome Film Fest, which this year takes place after MIA, in addition to hosting its popular cinema talks with the likes of Jake Gyllenhaal, Christoph Waltz, Ian McKellen and Vanessa Redgrave, is also putting a big focus on TV this year.

The festival will screen *Babylon Berlin*, one of the most-expensive non-English language TV shows ever produced at a reported budget of $47 million. Co-written and co-directed by Tom Tykwer, Achim von Borries and Henk Handloegten, the new series is an ambitious crime drama set in pre-World War II Berlin about a German detective sent to investigate a Russian mafia porn ring.

Describing the show as "one of the most visionary TV shows in recent years, a perfect European product," festival director Antonio Monda says he wants to use his position to "show how European TV can do series that are equally significant as the famous American series."

Monda believes the fest offers TV series "more than just a red carpet, but a serious celebration of the work." He adds: "As long as I am director, we will always have a slot for a top series." With the festival recently renewing his position through 2020, Rome will have ample opportunity to promote future European productions.

tvzap la social TV

Tutto sulla terza edizione del Mia, il Mercato Internazionale Audiovisivo

Commenti Consiglia 2 Condividi G+ Tweet Pinterest 0 Email

19 ottobre 2017



di Massimiliano Carbonaro

Al via a Roma dal 19 al 23 ottobre l'appuntamento rivolto all'industria del cinema, della tv e del documentario

Con la partenza a Roma (dal 19 al 23 ottobre nel "distretto Barberini") della terza edizione il Mia, il **Mercato Internazionale dell'Audiovisivo** diventa un appuntamento consolidato. Primo mercato italiano per numero di presenze internazionali, MIA è la piattaforma di business rivolta ai produttori e ai distributori di contenuti transnazionali e rappresenta un'occasione unica per presentare il "Sistema Italia" sulla scena internazionale. Dedicato a tutti i settori dell'audiovisivo (Cinema, TV, Doc), MIA prevede quattro linee di attività. **Networking**: una serie di strumenti costruiti per facilitare l'incontro tra i più di 1.400 operatori accreditati. **Content showcase**: 114 film presentati durante gli screening di mercato dedicati ai buyer internazionali e 4 appuntamenti speciali con i titoli italiani della prossima stagione di cinema e televisione. **Coproduction Market & Pitching Forum**: 45 progetti da 21 paesi proposti a oltre 500 potenziali partner di co-produzione; **Talks**: un fitto programma con oltre 40 tra panel, masterclass e dibattiti.

Il MIA secondo gli addetti ai lavori

Come ha sottolineato **Carlo Calenda**, Ministro dello Sviluppo Economico: "Il MIA, ora alla sua terza edizione rappresenta un'occasione d'oro per il mercato audiovisivo nazionale ed internazionale, promuovendo incontri tra produttori e distributori sui contenuti e incoraggiando la condivisione del progresso tecnologico. Questa manifestazione promuove le nostre produzioni nazionali e i processi di internazionalizzazione, facilitando la crescita del settore e la diffusione delle risorse italiane in tutto il mondo".



Dario Franceschini, Ministro dei Beni e delle attività culturali e del Turismo, riconosce come "L'introduzione della nuova legge cinema, il rilancio dell'Istituto Luce-Cinecittà, il ritorno in Italia delle grandi produzioni internazionali, la crescente affermazione della nostra cinematografia nel mondo sono i cardini intorno ai quali ruota una nuova, importante stagione per l'audiovisivo italiano. E i numeri di questa edizione del Mia confermano che Roma, capitale della produzione audiovisiva nazionale, è ormai da tutti riconosciuta come un importante mercato internazionale dell'audiovisivo".

"Il mercato internazionale di Roma si allinea perfettamente alla nostra visione strategica – aggiunge **Michele Scannavini**, Presidente di ICE (Italian Trade Agency). È il primo del suo genere in Italia ed è un segnale più concreto della svolta intrapresa negli ultimi anni per valorizzare l'industria audiovisiva italiana; ha permesso di presentare all'estero il Sistema Italiano e la sua governance sempre più ben definita, anche grazie alla collaborazione tra le istituzioni pubbliche interessate e le associazioni di imprese del settore".

Francesco Rutelli, Presidente di ANICA descrive il MIA come "un perfetto gioco di squadra, dove sia il settore privato che le istituzioni lavorano affiancate per la crescita del settore Cinema e Audiovisivo, con l'obiettivo di migliorare la nostra opportunità di successo sul mercato internazionale. MIA nasce in un momento di grande fermento per il cinema italiano: una rinnovata capacità di raccontare storie e produrle e una legge molto importante come quella stilata dal Ministro Franceschini, che supporta la produzione di film, serie e documentari".



Osserva **Giancarlo Leone**, Presidente di APT (Associazione Produttori Televisivi) "Negli ultimi anni, l'industria dell'audiovisivo sta vivendo un 'rinascimento', grazie alla capacità dei produttori indipendenti di fronteggiare le nuove sfide poste sia a livello nazionale che internazionale. Questa rinascita è anche il risultato delle nuove politiche che hanno ulteriormente favorito la crescita di case di produzione indipendenti, che investono in contenuti innovativi e internazionalizzazione. MIA è stato concepito seguendo queste linee guida e, oggi, giunto alla sua terza edizione, è più che mai impegnato a supportare le aziende italiane nelle loro sfide su scala globale".

Lucia Milazzotto, direttore del MIA conclude "MIA è uscito dalla fase di start-up e si presenta come un mercato originale e molto strutturato a disposizione dell'industria nazionale e internazionale. La nostra formula contemporanea e flessibile si è perfezionata nel corso di questi tre anni e oggi finalmente possiamo affermare che gli operatori di cinema, televisione e documentario lo considerano un appuntamento importante. La leva sinergica tra i segmenti dell'audiovisivo è un tratto distintivo di questo evento, che rende MIA un luogo unico per incontrare, scoprire, immaginare e investire sui film, serie televisive e documentari di domani. Un mercato di alto profilo per i leader che producono e distribuiscono contenuti di alta qualità.

NETWORKING

MIA è un boutique market a forte impronta selettiva, rivolto principalmente all'industria del contenuto di alta qualità. Questo posizionamento e dimensioni consentono al team di MIA di assistere ogni singolo progetto e operatore costruendo un piano "tailor made" di appuntamenti, presentazioni, occasioni promozionali per rendere la loro esperienza a Roma efficiente e in linea con le aspettative di business. Più di 1.000 incontri sono già stati pre-organizzati sulla base delle strategie industriali di ciascun accreditato, con formule che vanno dagli speed meetings, breakfast with, producers meet producers. Nel 2017, il mercato romano si presenta come un foro ancora più strutturato, capace di agevolare e sostenere i professionisti del settore nel costruire e potenziare relazioni strategiche utili nel medio e lungo periodo.

CO-PRODUCTION MARKET E PITCHING FORUM

Il coproduction market di MIA 2017 prevede una selezione complessiva di **45 titoli di cinema, tv e documentario** provenienti da 21 paesi che beneficeranno di un fitto programma di presentazioni pubbliche, incontri B2B pre-organizzati e speed meetings, finalizzato ad attivare possibili co-produzioni e trovare partner finanziari. I progetti sono stati scelti da un board di esperti tra oltre 300 candidature. Più del 50% dei progetti selezionati nelle precedenti edizioni del mercato di Roma sono già diventati film che hanno ricevuto importanti riconoscimenti a livello internazionale. Tra i partecipanti delle passate edizioni del mercato di produzione troviamo Agnieszka Holland, Sally Potter, Paddy Considine, Ritesh Batra, Clio Barnard, Jia Zhang-ke, Sheng Zhimin, Diego Lerman, Kadri Kousaar, Stephen Burke, Katarzyna Roslaniec, Sharunas Bartas, Alvaro Brechner, Laura Bispuri, Fabio Mollo, Marco Bellocchio, Franco Maresco, Manetti Bros, Elisa Fuksas, Fulvio Risuleo, Valerio Mieli, Salvatore Mereu, Matteo Botrugno e Daniele Coluccini. Quest'anno il mercato di co-produzione di MIA CINEMA presenta **21 progetti di cinema indipendente**, confermando la forte impronta autoriale. Tra questi, Noah's Ark, un film di Sérgio Machado prodotto da Walter Salles, We Are the Winners di Giovanni Piperno prodotto da Matteo Garrone, Lo Spietato di Renato De Maria prodotto da Angelo Barbagallo, The Vice of Hope di Edoardo De Angelis, prodotto da Pierpaolo Verga.
15 i titoli presentati al MIA TV Drama Series Pitching Forum: una selezione ampia e variegata in termini di geografie, generi e dimensioni produttive, che spazia da progetti a forte impronta indipendente alle nuovissime produzioni di importanti società, come All3 Media, Company Pictures, Saga Films. Di grande rilevanza il parterre degli interlocutori internazionali, chiamati a incontrare i progetti: commissioning editor e head of production, finanziatori e talent agents da Europa e Stati Uniti.

Il MIA DOC Co-Production Market & Pitching Forum presenterà 9 progetti di produzione italiana, incentrati sul tema dell'Human Interest, Current Affairs e Investigative Journalism. Tra i titoli selezionati figura "My Missing Sister" (documentario sulla scomparsa di Emanuela Orlandi, regia di Alessandra Bruno, prodotto da Raffaele Brunetti e da Ilona Grundmann).
Trasversalmente, si colloca una interessante novità di MIA 2017: Graphic Novel Rights Center, un format che favorisce l'incontro tra l'industria audiovisiva e gli editori indipendenti di graphic novel, uno dei generi letterari più vitali in termini di qualità narrativa e capacità di essere in sintonia con il suo pubblico. L'iniziativa mira a favorire lo sfruttamento da parte di cinema e tv di properties indipendenti come quelle selezionate e che verranno presentate ai produttori in sessioni di pitch. Tra queste figurano: "Le ragazzine stanno perdendo il controllo La città le teme. La fine è azzurra" di Ratigher, "Cosmo" di Marino Neri, "La favorita" di Matthias Lehman e "Brian the brain" di Miguel Angel Martin, "Alien" di Aisha Franz.



CONTENT SHOWCASE

MIA è una piattaforma ideale per la vendita e promozione del contenuto indipendente italiano e europeo. I buyer cinematografici avranno accesso a 114 titoli tra nazionali e internazionali da visionare durante le proiezioni di mercato in programma presso i due multiplex del distretto, il Cinema Barberini e Quattro Fontane oppure attraverso la videolibrary digitale, realizzata in collaborazione con WCPMedia Services. Ma avranno anche un accesso anticipato e privilegiato al miglior prodotto italiano in arrivo nei prossimi mesi.
What's Next Italy è infatti l'appuntamento in cui verranno presentati film italiani più interessanti della prossima stagione, con scene inedite ed esclusive di film in lavorazione, raccontate dai loro autori o produttori. I titoli presentati: Albe (Elisa Fuksas), Due Piccoli Italiani (Paolo Sassanelli), Favola (Sebastiano Mauri), Figlia Mia (Laura Bispuri), In viaggio con Adele (Alessandro Capitani), Il Libro delle Visioni (Carlo S.Hintermann), Like me back (Leonardo Guerra Seràgnoli), Made in Italy (Luciano Ligabue), Matrimonio Italiano (Alessandro Genovesi), Ovunque Proteggimi (Bonifacio Angius), The Place (Paolo Genovese), Il premio (Alessandro Gassman), Il Ragazzo Invisibile – Seconda Generazione (Gabriele Salvatores), Ride (Jacopo Rondinelli), Sembra mio figlio (Costanza Quatriglio), Sono Tornato (Luca Miniero), Il Vegetariano (Roberto San Pietro).
Uno screening speciale, in anteprima per l'Italia sarà quello di **"Rellik"**, la serie tv crime targata BBC e Cinemax, creata dai fratelli Harry e Jack Williams – già menti di The Missing, con protagonisti Richard Dormer (Beric Dondarrion in Game of Thrones, Dan Anderssen in Fortitude) e Jodi Balfour (Joni in Quarry).

TALKS & PANELS

Un ricco programma di tavole rotonde, masterclass, impact speech e workshop completano l'esperienza di MIA 2017, per aiutare i professionisti a condividere idee e per offrire strumenti di analisi volti a identificare modelli di business efficaci e nuove opportunità di mercato. Oltre **40 gli approfondimenti** in calendario, che vedranno come protagonisti 130 top player dell'industria. Tra i temi affrontati La globalizzazione del mercato televisivo internazionale: un argomento che verrà analizzato dalla duplice prospettiva, statunitense ed europea. Altri panel tratteranno questioni come il remake cinematografico, la pirateria e i suoi effetti sul cinema indipendente, le tecniche di valorizzazione dei cataloghi di film classici, le donne di potere nell'industria dell'entertainment, lo storytelling nel gaming e nell'audiovisivo, l'animazione europea (tra i relatori Jacques Bled, l'uomo dietro ai film come Despicable Me, Minions, Pets e Sing), la realtà virtuale nei film e nella tv. L'industria internazionale potrà approfondire cosa cambia con l'introduzione del nuovo pacchetto di norme sull'audiovisivo nel panel Working with Italy, un appuntamento a cura del MIBACT dove verranno illustrati tutti i nuovi incentivi fiscali che il fondo unico per lo spettacolo mette a disposizione per le produzioni e coproduzioni internazionali. Tra le masterclass spicca l'appuntamento con tre degli showrunner più ambiti del momento: **Frank Spotniz**, già ideatore di X-Files, The man in the high castle e reduce dall'esperienza "italiana" di Medici, **Chris Brancato**, co-creatore di Narcos e noto per il suo lavoro in serie tv cult come X-Files e Hannibal e **Evan Katz**, executive producer di serie tv tra cui 24: Legacy, Body of proof e The event. Al MIA anche l'attore e produttore **Daniel Dae Kim** (Lost, Hawaii Five-O) per parlare della sua esperienza nel realizzare per il network ABC il remake di uno show sudcoreano di grande successo. Attesa anche la masterclass con il vincitore del Sundance **Eugene Jarecki** (The House I Live In, Why We Fight, The Trials of Henry Kissinger, Reagan, Freakonomics, e Promised Land), che parlerà di come i suoi documentari creativi e d'inchiesta abbiano contribuito a plasmare il dialogo politico negli Stati Uniti degli ultimi anni. Jarecki parlerà anche del suo impegno in The Eisenhower Project, che studia le forze che influenzano l'agenda della politica interna e estera statunitense.

Universal Movies

Si aprono i lavori del MIA, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo



Si inaugurano oggi le **5 giornate (dal 19 al 23 ottobre)** dedicate al **Mercato Internazionale dell'Audiovisivo** presso il "distretto Barberini", nel cuore della Dolce Vita felliniana.

Il **MIA** é il primo mercato italiano per numero di *presenze internazionali*, un'eccezionale piattaforma di business rivolta a produttori e distributori dell'audiovisivo oltre a rappresentare una finestra unica per presentare il **"Sistema Italia"** sulla scena internazionale.

Dedicato a tutti i settori dell'audiovisivo (Cinema, TV, Doc), MIA prevede **quattro linee di attività**. **Networking:** una serie di strumenti costruiti per facilitare l'incontro tra i più di 1.400 operatori accreditati.

Content showcase: 114 film presentati durante gli screening di mercato dedicati ai buyer internazionali e 4 appuntamenti speciali con i titoli italiani della prossima stagione di cinema e televisione.

Coproduction Market & Pitching Forum: 45 progetti da 21 paesi proposti a oltre 500 potenziali partner di co-produzione; **Talks:** un fitto programma con oltre 40 tra panel, masterclass e dibattiti.

> La capacità di *'matchmaking'*, ovvero di costruire una rete efficiente di rapporti industriali internazionali è il tratto distintivo di questo evento di mercato, informale e d'eccellenza al tempo stesso. *Matching Excellence* è, quindi, il nuovo claim dell'edizione 2017, che sottolinea come l'Italia sia portatrice di innovazione e creatività in campo internazionale e MIA sia l'acceleratore di business per l'eccellenza italiana nei rapporti con l'estero.

Approfondiamo le attività che si svolgeranno nei prossimi giorni a Roma:

NETWORKING

MIA è un boutique market a forte impronta selettiva, rivolto principalmente all'industria del contenuto di *alta qualità*. Questo posizionamento e dimensioni consentono al team di MIA di assistere ogni singolo progetto e operatore costruendo un piano "tailor made" di appuntamenti, presentazioni, occasioni promozionali per rendere la loro esperienza a Roma efficiente e in linea con le aspettative di business. (Più di 1.000 incontri sono già stati pre-organizzati sulla base delle strategie industriali di ciascun accreditato, con formule che vanno dagli speed meetings, breakfast with, producers meet producers).

Nel 2017, il mercato romano si presenta come un foro ancora più strutturato, capace di agevolare e sostenere i professionisti del settore nel costruire e potenziare relazioni strategiche utili nel medio e lungo periodo.

CO-PRODUCTION MARKET E PITCHING FORUM

Il coproduction market di MIA 2017 prevede una selezione complessiva di **45 titoli** di cinema, tv e documentario provenienti **da 21 paesi** che beneficeranno di un fitto programma di presentazioni pubbliche, incontri B2B pre-organizzati e speed meetings, finalizzato ad attivare possibili co-produzioni e trovare partner finanziari. I progetti sono stati scelti da un board di esperti tra oltre 300 candidature.

*Più del 50% d*ei progetti selezionati nelle precedenti edizioni del mercato di Roma sono già diventati film che hanno ricevuto importanti riconoscimenti a livello internazionale. Tra i partecipanti delle passate edizioni del mercato di produzione troviamo Agnieszka Holland, Sally Potter, Paddy Considine, Ritesh Batra, Clio Barnard, Jia Zhang-ke, Sheng Zhimin, Diego Lerman, Kadri Kousaar, Stephen Burke, Katarzyna Roslaniec, Sharunas Bartas, Alvaro Brechner, Laura Bispuri, Fabio Mollo, Marco Bellocchio, Franco Maresco, Manetti Bros, Elisa Fuksas, Fulvio Risuleo, Valerio Mieli, Salvatore Mereu, Matteo Botrugno e Daniele Coluccini.

Quest'anno il mercato di co-produzione di MIA CINEMA presenta **21 progetti di cinema indipendente**, confermando la forte impronta autoriale. Tra questi *"Noah's Ark"* un film di Sérgio Machado prodotto da Walter Salles, *"We Are the Winners"* di Giovanni Piperno prodotto da Matteo Garrone, *"Lo Spietato"* di Renato De Maria prodotto da Angelo Barbagallo, *"The Vice of Hope"* di Edoardo De Angelis, prodotto da Pierpaolo Verga.

15 i titoli presentati al **MIA TV Drama Series Pitching Forum**: una selezione ampia e variegata in termini di geografie, generi e dimensioni produttive, che spazia da progetti a forte impronta indipendente alle nuovissime produzioni di importanti società, come All3 Media, Company Pictures, Saga Films. Di grande rilevanza il parterre degli interlocutori internazionali, chiamati a incontrare i progetti: commissioning editor e head of production, finanziatori e talent agents da Europa e Stati Uniti.

Il **MIA DOC Co-Production Market & Pitching Forum** presenterà **9 progetti di produzione italiana**, incentrati sul tema dell'Human Interest, Current Affairs e Investigative Journalism. Tra i titoli selezionati figura *"My Missing Sister"*, documentario sulla scomparsa di Emanuela Orlandi (regia di Alessandra Bruno, prodotto da Raffaele Brunetti e da Ilona Grundmann).

Trasversalmente, si colloca una interessante novità di *MIA 2017: Graphic Novel Rights Center*, un format che favorisce l'incontro tra l'industria audiovisiva e gli editori indipendenti di graphic novel, uno dei generi letterari più vitali in termini di qualità narrativa e capacità di essere in sintonia con il suo pubblico. L'iniziativa mira a favorire lo sfruttamento da parte di cinema e tv di properties indipendenti come quelle selezionate e che verranno presentate ai produttori in sessioni di pitch. Tra queste figurano: *"Le ragazzine stanno perdendo il controllo La città le teme. La fine è azzurra"* di Ratigher, *"Cosmo"* di Marino Neri, *"La favorita"* di Matthias Lehman e "*Brian the brain"* di Miguel Angel Martin, *"Alien"* di Aisha Franz.

CONTENT SHOWCASE

MIA è una piattaforma ideale per la vendita e promozione del contenuto indipendente italiano e europeo. I buyer cinematografici avranno accesso a *114 titoli* tra nazionali e internazionali da visionare durante le proiezioni di mercato in programma presso i due multiplex del distretto (il Cinema Barberini e Quattro Fontane) oppure attraverso la videolibrary digitale, realizzata in collaborazione con WCPMedia Services. Ma avranno anche un accesso anticipato e privilegiato al miglior prodotto italiano in arrivo nei prossimi mesi. *What's Next Italy* è infatti l'appuntamento in cui verranno presentati film italiani più interessanti della prossima stagione, con scene inedite ed esclusive di film in lavorazione, raccontate dai loro autori o produttori. I titoli presentati: *Albe* (Elisa Fuksas), *Due Piccoli Italiani* (Paolo Sassanelli), *Favola* (Sebastiano Mauri), Figlia Mia (Laura Bispuri), *In viaggio con Adele* (Alessandro Capitani), *Il Libro delle Visioni* (Carlo S.Hintermann), *Like me back* (Leonardo Guerra Seràgnoli), *Made in Italy* (Luciano Ligabue), *Matrimonio Italiano* (Alessandro Genovesi), *Ovunque Proteggimi* (Bonifacio Angius), *The Place* (Paolo Genovese), *Il premio* (Alessandro Gassman), *Il Ragazzo Invisibile – Seconda Generazione* (Gabriele Salvatores), *Ride* (Jacopo Rondinelli), *Sembra mio figlio* (Costanza Quatriglio), *Sono Tornato* (Luca Miniero), *Il Vegetariano* (Roberto San Pietro).

Gli operatori televisivi quali broadcasters, head of drama, commissioning editors, distributori internazionali parteciperanno all'**Italian TV Upfront**, un evento in cui saranno presentate serie televisive italiane in lavorazione con l'obiettivo di mostrare l'eccellenza e la competitività della nostra produzione.

Uno **screening speciale**, in anteprima per l'Italia sarà quello di "*Rellik*", serie tv crime targata BBC e Cinemax, creata dai fratelli Harry e Jack Williams – già menti di The Missing, con protagonisti Richard Dormer (Beric Dondarrion in Game of Thrones, Dan Anderssen in Fortitude) e Jodi Balfour (Joni in Quarry).

TALKS & PANELS

Un ricco programma di tavole rotonde, masterclass, impact speech e workshop completano l'esperienza di MIA 2017, per aiutare i professionisti a condividere idee e per offrire strumenti di analisi volti a identificare modelli di business efficaci e nuove opportunità di mercato.

Oltre 40 gli approfondimenti in calendario, che vedranno come protagonisti 130 top player dell'industria. Tra i temi affrontati *La globalizzazione del mercato televisivo internazionale*: un argomento che verrà analizzato dalla duplice prospettiva, statunitense ed europea. Altri panel tratteranno questioni come il *remake cinematografico, la pirateria e i suoi effetti sul cinema indipendente, le tecniche di valorizzazione dei cataloghi di film classici, le donne di potere nell'industria dell'entertainment, lo storytelling nel gaming e nell'audiovisivo, l'animazione europea* (tra i relatori Jacques Bled, l'uomo dietro ai film come Despicable Me, Minions, Pets e Sing), *la realtà virtuale nei film e nella tv*.

L'industria internazionale potrà approfondire cosa cambia con l'introduzione del nuovo pacchetto di norme sull'audiovisivo nel panel **Working with Italy**, un appuntamento a cura del **MIBACT** dove verranno illustrati tutti i nuovi incentivi fiscali che il fondo unico per lo spettacolo mette a disposizione per le produzioni e coproduzioni internazionali.

Tra le **masterclass** spicca l'appuntamento con tre degli showrunner più ambiti del momento: **Frank Spotniz** (ideatore di *X-Files, The man in the high castle* e reduce dall'esperienza italiana de *I Medici)*, **Chris Brancato** (co-creatore di *Narcos*, noto per il suo lavoro ne *X-Files* e *Hannibal)* e **Evan Katz** (executive producer di *24: Legacy, Body of proof e The event)*. Al MIA anche l'attore e produttore **Daniel Dae Kim** (*Lost, Hawaii Five-O*) per parlare della sua esperienza nel realizzare per il network ABC il remake di uno show sudcoreano di grande successo. Attesa anche la masterclass con il vincitore del Sundance **Eugene Jarecki** (*The House I Live In, Why We Fight, The Trials of Henry Kissinger, Reagan, Freakonomics, e Promised Land*), che parlerà di come i suoi documentari creativi e d'inchiesta abbiano contribuito a plasmare il dialogo politico negli Stati Uniti degli ultimi anni. Jarecki parlerà anche del suo impegno in The Eisenhower Project, che studia le forze che influenzano l'agenda della politica interna e estera statunitense.

I PREMI

Il progetti "incubati" dentro il mercato di coproduzione di MIA 2017 concorrono all'assegnazione di premi per un valore totale di 55.000 euro.

Riconoscendo a MIA un importante ruolo nel sostegno alle co-produzioni e alle relazioni di business intorno ai grandi progetti internazionali, il Fondo Eurimages del Consiglio D'Europa conferma l'**Eurimages Co-Production Development Award:** il premio al progetto più in linea con i principi di collaborazione e coproduzione che ispirano Eurimages, per un totale di 20.000 euro in denaro.

L'**Apulia Film Commission**, fondazione nata con l'obiettivo di attrarre le produzioni audiovisive grazie alla competitività dei servizi, maestranze e location del territorio pugliese, assegnerà il **MIA TV Best Drama Series Award** con un contributo in denaro di 20.000 euro al miglior progetto presentato al mercato di coproduzione televisivo.

EDI Effetti Digitali Italiani ha scelto MIA per inaugurare il **MIA EDI Visionary Award**, un premio dedicato a quei progetti di cinema, serie tv e documentario che si contraddistinguono per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi. Il premio è costituito da facilities di visual effects per un valore di 15.000 euro.

MIA 2017 inoltre è orgogliosa di ospitare due dei **più prestigiosi premi italiani** a supporto della scrittura cinematografica e televisiva: il **Premio Bixio** e il **Premio Solinas**.

youMARK!

RUBRICHE / COSA CAMBIA

OCT

AL VIA IL MIA – MERCATO INTERNAZIONALE DELL'AUDIOVISIVO, EVENTO DEDICATO ALL'INDUSTRY CINEMA, TV E DOCUMENTARI ITALIANI

Pubblicato nel 2017

MIA Mercato Internazionale dell'Audiovisivo torna con la sua terza edizione a Roma dal 19 al 23 ottobre 2017, nel distretto Barberini. MIA è la piattaforma di business rivolta ai produttori e ai distributori di contenuti transnazionali e occasione per presentare il Sistema Italia sulla scena internazionale.

Dedicato a tutti i settori dell'audiovisivo (Cinema, Tv, Documentari), MIA prevede quattro linee di attività. Networking: una serie di strumenti costruiti per facilitare l'incontro tra i più di 1.400 operatori accreditati. Content showcase: 114 film presentati durante gli screening di mercato dedicati ai buyer internazionali e 4 appuntamenti speciali con i titoli italiani della prossima stagione di cinema e televisione. Coproduction Market & Pitching Forum: 45 progetti da 21 paesi proposti a oltre 500 potenziali partner di co-produzione; Talks: programma con oltre 40 tra panel, masterclass e dibattiti.

prima ONLINE Comunicazione

20 ottobre 2017 | 16:59

Dalla presenza in regia, alle rappresentazioni femminili nelle serie. Il ruolo della donna nel mondo dell'entertainment tra i dibattiti del secondo giorno al Mia

Su 72 show americani della stagione 2016-17, i registi uomini sono stati il 90,7%, gli autori il 95%, gli showrunners l'83% con percentuali residuali per le donne. Basterebbero questi dati, estrapolati da uno studio della USC Annenberg School for communication and journalism di Los Angeles, per rappresentare l'emergenza di genere nell'industria dell'audiovisivo, al centro dell'incontro 'Powerful Women in Global Entertainment' che si è svolto durante la seconda giornata di lavori del Mia – Mercato Internazionale Audiovisivo in programma a Roma fino a l 23 ottobre.

Dati alla mano, sono ancora in minoranza (42%) le serie tv prodotte in Usa tra il 2016 e il 2017 che contengono personaggi femminili o hanno ruoli femminili da protagoniste, percentuale che si abbassa leggermente nelle serie destinate ad un pubblico adulto (18-49 anni). Malgrado le donne siano sempre più presenti ai vertici nell'industria dell'intrattenimento, secondo uno studio del 'Center for the Study of Women in Television & Film' di San Diego, il 68% dei programmi televisivi americani sono composti da un cast più maschile che femminile mentre dietro la telecamera, nei ruoli di creatore, regista, autore, produttore ed editor le donne rappresentano solo il 28% (+2 rispetto all'anno scorso).



Le protagoniste del dibattito

Per quanto riguarda invece il contesto europeo, l'European Women's Audiovisual Network nel rapporto 'Where are the women directors?' ha evidenziato la significativa sotto-rappresentazione di registi femminili in tutti livelli dell'industria. Secondo lo studio, solo un film su quattro è diretto da una donna.

All'incontro hanno partecipato anche Katie O'Connell Marsh, produttrice esecutiva di 'Narcos' e 'Hannibal', Kate Crowe, produttrice di 'Misfits' e 'Taboo', Rola Bauer (Studio Canal), Helen Gregory, produttore esecutivo di 'The Catch' e 'No Angels' e Eleonora Andreatta, direttrice di Rai Fiction che ha ricordato di essere stata la prima responsabile del settore in Italia: "Il mio lavoro è stato lavorare tanto sulla realtà, prima c'erano molti melodrammi e commedie ma pochissime serie parlavano di realtà. In Italia il personaggio predominante è sempre stato l'uomo, e c'erano pochissime donne rappresentate, la maggior parte erano madri o protagoniste di storie d'amore". "Abbiamo presentato la varietà di ruoli che una donna può avere oggi", ha sottolineato, accennando anche a cambiamenti nella rappresentazione fisica. "Negli anni 80 erano belle e giovani e apprezzate dagli uomini, secondo criteri omologati". "noi vogliamo rappresentare un altro tipo di bellezza, che metta in luce il temperamento e il carattere delle donne". E ha annunciato un progetto con una ragazza che si candida per la presidenza del Consiglio.

ANSA.it Cultura

Saviano ideatore serie su Gheddafi

Insieme a Nadav Schirman. A marzo riprese di Zero zero zero

Redazione ANSA

ROMA

20 ottobre 2017
21:03
NEWS

Suggerisci
Facebook
Twitter
Google+
Altri
A+ A A-
Stampa



© ANSA CLICCA PER INGRANDIRE

(ANSA) - ROMA, 20 OTT - Roberto Saviano continuerà ad essere fra i protagonisti delle nuove serie tv in arrivo nelle prossime stagioni. L'autore di Gomorra ha creato insieme a Nadav Schirman 'Gheddafi', sul leader libico, per Palomar. "Si stanno pianificando le prime due stagioni, le riprese inizieranno a fine 2018 - ha annunciato Nicola Serra, managing director della casa di produzione, al Mia, il Mercato internazionale dell'audiovisivo, in corso a Roma -. Stiamo sviluppando il progetto con Entertainment One, ancora non abbiamo scelto il partner in Italia, siamo in trattativa".

Inoltre inizieranno a marzo le riprese di 'Zero zero zero', la serie diretta da Stefano Sollima e scritta da Stefano Bises e Leonardo Fasoli, prodotta da Cattleya per Sky, in otto episodi, tratta dall'omonimo bestseller dello scrittore partenopeo. "La storia si snoda in 4 Continenti e sei Paesi. Al centro della trama la consegna di un carico di droga dal Messico all'Europa, tra acquirenti, venditori, spacciatori, soldati", ha spiegato Kim Gualino di Cattleya.

CINECITTÀ NEWS

Past-Forward: Classic Films on the Rise



Si tiene domenica 22 ottobre alle ore 10:30 presso la Sala Turchese dell'Hotel Sina Bernini Bristol di Roma, nell'ambito dell'Italian Film Boutique - Roma Lazio Cinema Days for International Buyers, giunto alla sua terza edizione, il seminario dal titolo: **Past-Forward: Classic Films on the Rise**. Sostenuto e curato da MOViE UP 2020, in cooperazione con il MIA, il panel vedrà la presenza di importanti professionisti del settore per esplorare gli aspetti commerciali e legali, le prospettive future di distribuzione nazionale e di internazionalizzazione del nostro patrimonio di cinema classico. Grazie, infatti, allo sviluppo delle tecniche di restauro, alla nascita di festival specializzati, ai numerosi circuiti di diffusione, nati sulla spinta di una forte richiesta e di un successo sempre maggiore, i film classici sembrano ritrovare una nuova giovinezza.

Italian Film Boutique è una iniziativa esclusiva che si tiene a Roma fino al 23 ottobre, in occasione del MIA, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo. La manifestazione è realizzata da MOViE UP 2020 di Ass.For.SEO in collaborazione con Roma Lazio Film Commission: spazio al networking tra produttori, buyer, venditori e broadcaster, nella IFB LOUNGE, l'area riservata agli invitati di IFB e ai loro ospiti presso l'Hotel Sina Bernini Bristol (sesto piano).

cinemotore BLOG di cinem"A"

Tutto quello che avreste voluto sapere..sullo star system

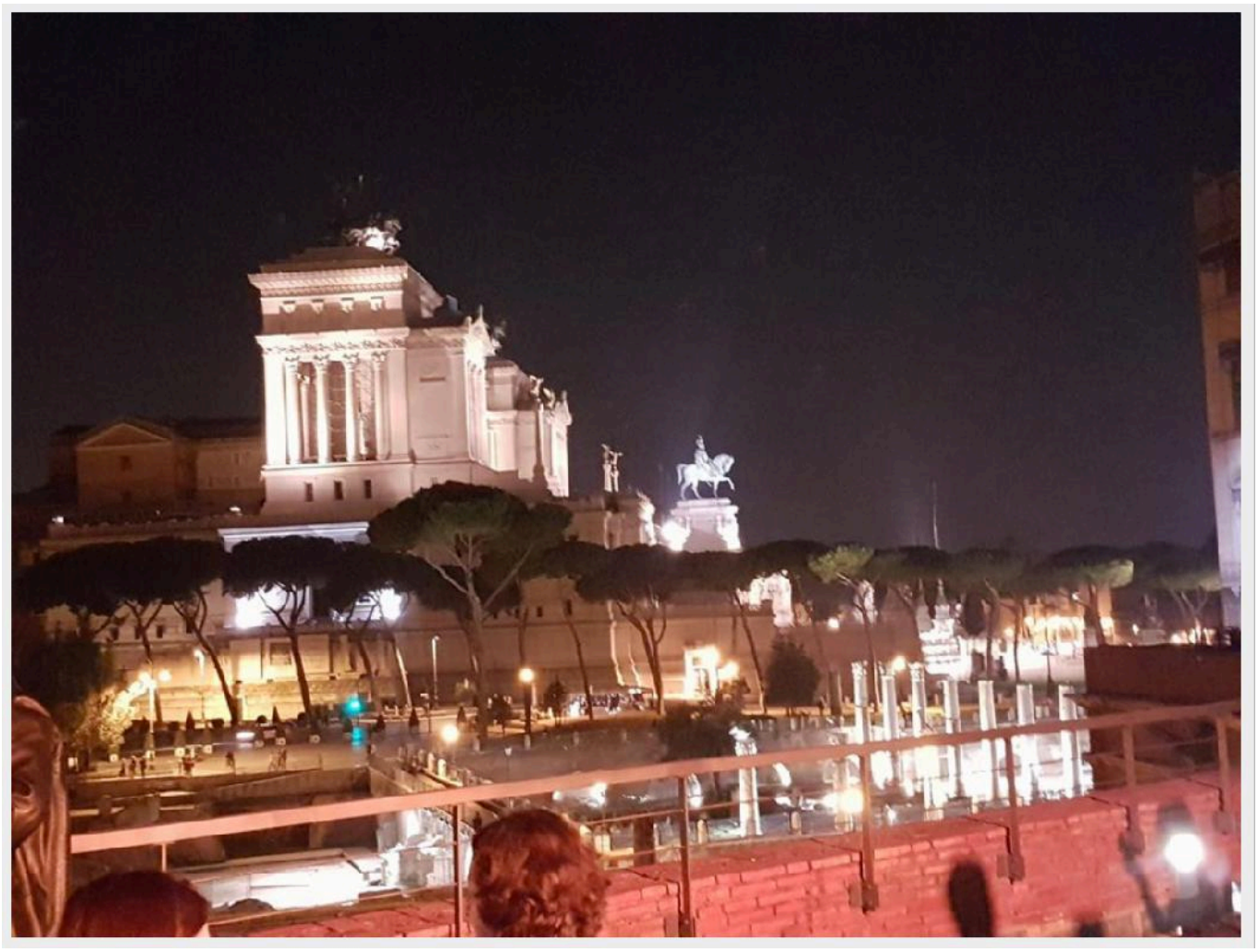
Serata inaugurazione MIA Mercato Internazionale dell'Audiovisivo ai Mercati di Traiano



Ieri party MIA (Mercato Internazionale dell'Audiovisivo) ai Mercati di Traiano con un'orchestra dal vivo che ha suonato le musiche dei Cartoon (Network) – vedi video

https://www.instagram.com/p/BacUwqmjSzm/?taken-by=sergiofabi2016

Foto serata inaugurale ai Mercati di Traiano



DAVIDEMAGGIO.it
La TV dietro le quinte

MIA 2017, Eleonora Andreatta: «Stiamo sviluppando una fiction su una donna che corre come Primo Ministro»

venerdì 20 ottobre 2017 15:31 Mattia Buonocore

Televisione

Mi piace 20 G+



Mia 2017 - Powerful Women in Global Entertainment

Una **giovane donna** potrebbe diventare **Premier** in Italia. Quello che sembra quasi fantascienza, almeno con l'attuale assetto politico nostrano, sta per prendere forma attraverso il racconto seriale. Intervenuta al **MIA 2017**, **Eleonora Andreatta**, numero uno di Rai Fiction, svela l'esistenza di un progetto al femminile che le sta molto a cuore:

> *"Stiamo sviluppando un progetto in cui una giovane donna corre per diventare Cancelliere".*

Oggetto dell'incontro al Mercato Internazionale dell'Audiovisivo di Roma è proprio il **potere della donna** nell'intrattenimento globale. La Andreatta, esponente di spicco della *power map* tricolore del settore tv, ha spiegato come al momento del suo insediamento al vertice di Rai Fiction ci fosse **poca realtà** nella serialità della tv pubblica e di come lei abbia iniziato ad introdurla partendo proprio dal racconto della donna.

> *"Se vuoi parlare della realtà, devi avere il punto di vista delle donne (...). In Italia i personaggi più forti in passato erano uomini, Il Commissario Cattani della Piovra, Montalbano. Le donne erano protagoniste di love story o rappresentate come mamme. La prima cosa che ho voluto fare è rappresentare la varietà dei ruoli che le donne moderne hanno".*

Dunque, non più donne necessariamente belle e vicine agli stereotipi tramandati dagli anni 80 ma donne reali. La Andreatta cita, a titolo esemplificativo, il caso (per la verità non troppo fortunato) di **Una Mamma Imperfetta** e il lavoro fatto con Cristina Comencini (Di Padre in Figlia, ndDM) e con Francesca Archibugi (Romanzo Famigliare, ndDM), registe di cinema che si sono concesse alla tv per portare la loro esperienza e la loro creatività raccontando storie anche al femminile. La top manager, del resto, è convinta che:

> *"La rappresentazione della donna è una responsabilità anche per le generazioni più giovani, perchè penso che quando sei molto giovane puoi imparare come rispettare l'altro sesso".*

E-DUESSE.IT

TELEVISIONE

20 OTTOBRE 2017 17:18

MIA, DOVE TROVARE IL PUBBLICO PER I FILM?

share

Stefano Radice



Un momento del convegno sulla distribuzione che si è tenuto all'Hotel Bernini di Roma (Sala Giada) nell'ambito del Mia - Mercato Internazionale dell'Audiovisivo

Tra distribuzione classica e direct to digital si gioca il destino dei 20mila film prodotti all'anno

Sono ben 20mila i film prodotti all'anno in tutto il mondo; ma riescono a trovare il loro pubbico di riferimento? La distribuzione cinematografica classica rimane la via preferibile? Se ne è parlato oggi pomeriggio al Mia di Roma durante il panel "Exploring alternative paths for film distribution" al quale hanno partecipato Alexis Mas, Ceo della francese Condor Entertainment, e Luca Oteri, Head of Video Partnership di Telecom Italia; l'incontro è stato moderato da Alexandra Lebret, Managing Director European Producers Club. "Condor Entertainment - ha spiegato **Alexis Mas** - è un distributore theatrical classico (8-10 film all'anno) ma anche direct to digital; con questa modalità distribuiamo almeno 15-20 titoli all'anno. Si tratta non di film di seconda fascia ma di titoli di genere o

che sono passati anche ai festival. Come mai li proponiamo direttamente alle piattaforme? In Francia è molto difficile trovare spazio in sala per il grande intasamento che c'è ogni fine settimana per le uscite. Inoltre, o un film è arthouse - e allora ha le sue sale di riferimento - oppure è commerciale, e allora punta sui multiplex. Per i film che si trovano a metà strada, trovare una propria collocazione è sempre più complesso. Però, distribuire film sulle piattaforme comporta investimenti da parte nostra; dobbiamo far sapere che il film sarà disponibile e non limitarci solo a proporlo. Fondamentale è poi riuscire a coinvolgere direttamente le piattaforme stesse che devono credere nel prodotto. Sappiamo che l'ideale per un film è essere visto al cinema; quando lo distribuiamo in Vod non facciamo una scelta artistica ma di business per dare più visibilità possibile al titolo e ottenere il miglior profitto". **Luca Oteri** ha sottolineato che "il mondo è sempre più digitale; sempre più persone utilizzano la Rete per vedere e fruire di contenuti audiovisivi. Bisogna trovare la modalità corretta per ogni titolo che viene distribuito tenendo presente che ildigitale cambia di giorno in giorno e l'evoluzione è continua. Ritengo che sia indispensabile guardare al digitale per far crescere il nostro business distributivo. Una distribuzione digitale è quella che permette a un film di essere visto anche in quelle aree in cui non ci sono cinema. Dobbiamo capire che il digitale offre grandi opportunità per tutti, sia per gli operatori che per il pubblico e dobbiamo lavorare tutti insieme per creare un modello di business che vada bene a tutti prima che gli altri ce lo impongano".

il Giornale.it spettacoli

Tra Montalbano, Ultimo e Saviano: la tv italiana apre al mercato estero

Le anteprime del fantasy napoletano Sirene, della serie La strada di casa con Alessio Boni

Laura Rio - Ven, 20/10/2017 - 09:10

Le anteprime del fantasy napoletano Sirene, della serie La strada di casa con Alessio Boni, della seconda stagione di È arrivata la felicità e della Porta rossa, di Zero zero zero tratto dal libro di Roberto Saviano, dell`atteso episodio La mossa del cavallo del Commissario Montalbano, di Ultimo 5.



Ma anche un assaggio dei principali film al cinema nella prossima stagione come Made in Italy del rocker Ligabue e Il ragazzo invisibile - seconda generazione, il sequel firmato da Gabriele Salvatores. Insomma, il MIA, Mercato internazionale dell`audiovisivo, cominciato ieri a Roma, alla sua terza edizione diventa già adulto. E, dopo soli due anni, si appresta a diventare uno dei più importanti appuntamenti del settore audiovisivo. Dove non solo vengono commercializzati i diritti di trasmissione e avviate coproduzioni internazionali, ma si scambiano anche esperienze tra i maggiori produttori, autori, showrunner. In più, appunto, diventa un luogo di presentazione dei nuovi prodotti televisivi, ma anche cinematografici e documentaristici. Tre settori enormi i cui esperti e protagonisti convergono nella capitale. «La nostra formula contemporanea e flessibile si è perfezionata nel corso di questi tre anni - sottolinea la direttrice del MIA Lucia Milazzotto -. E oggi finalmente possiamo affermare che gli operatori di cinema, televisione e documentario lo considerano un appuntamento importante».

Tanto che sono 1.400 gli operatori che si sono accreditati quest`anno, tra cui 500 potenziali partner di co-produzione e distribuzione. Attirati sia dalla location, tra Palazzo Barberini e i Mercati Traianei, sia dall`eco internazionale che hanno avuto Gomorra e Suburra e, prima di loro, Romanzo Criminale. Serie che non solo hanno innovato il linguaggio televisivo italiano, ma che hanno anche reso la nostra tv molto più internazionale raccontando storie locali. «Questo mercato si inquadra in un momento molto particolare del nostro prodotto audiovisivo - sottolinea infatti Giancarlo Leone, presidente dell`Associazione produttori televisivi -. C`è un forte interesse internazionale verso i nostri prodotti, lo si vede dal livello significativo di co-produzioni nella serialità televisiva, ma anche dagli ingressi importanti di grandi gruppi stranieri in società italiane, come è avvenuto con Itv e Cattleya».
Un`attenzione che ha aperto le porte a progetti importanti come la serie tratta da L`amica geniale o quella su Gheddafi, entrambe frutto di lavori internazionali.

Oltre a nove progetti italiani nel settore documentario, il mercato, aperto fino a domenica, offrirà un fitto programma con oltre 40 tra panel, masterclass e dibattiti, l`anteprima di Rellik, la serie tv crime targata BBC e Cinemax, creata dai fratelli Harry e Jack Williams, la masterclass dell`attore e produttore Daniel Dae Kim (Lost, Hawaii Five-O) per parlare della sua esperienza nel realizzare per il network ABC il remake di uno show sudcoreano di successo.

key4biz
dal 2002

L'INCONTRO

Ascolta

TV show USA, solo 9% dei registi è donna

Le discriminazioni di genere al centro dell'incontro "Powerful women in Global Entertainment", uno dei panel più attesi della terza edizione del MIA, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo nel corso della seconda giornata di lavori a Roma.

di Redazione | @Key4biz | 20 ottobre 2017, ore 17:00



Su 72 show americani della stagione 2016-17, i registi uomini sono stati il 90,7%, gli autori il 95%, gli showrunners l'83% con percentuali residuali per le donne. Basterebbero questi dati, estrapolati da uno studio della **USC Annenberg School for communication and journalism di Los Angeles**, per rappresentare l'emergenza di genere nell'industria dell'audiovisivo, al centro dell'incontro **Powerful women in Global Entertainment**, uno dei panel più attesi della terza edizione del **MIA, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo** nel corso della seconda giornata di lavori a Roma.

Sala del Barberini strapiena per l'incontro che, in questo momento cruciale con le pesantissime accuse ad **Harvey Weinstein**, ha assunto un valore particolare. Accuse che sono rimbalzate subito nell'incontro nelle parole di **Katherine Pope**, produttrice esecutiva di *"New Girl" e "Terra Nova"*: "Finalmente dopo 20 anni la vicenda Weinstein è uscita allo scoperto ma c'è ancora tanto lavoro da fare ovviamente", ha spiegato. "Non sapevamo delle violenze che stanno venendo fuori in questi giorni", le ha fatto eco **Sally Woodward Gentle** (direttore creativo di "*Downton Abbey*").

> E per capire il grande lavoro che resta da fare basti pensare che sono ancora in minoranza (42%) le serie tv prodotte in Usa tra il 2016 e il 2017 che contengono personaggi femminili o hanno ruoli femminili da protagoniste, percentuale che si abbassa leggermente nelle serie destinate ad un pubblico adulto (18-49 anni). Malgrado le donne siano sempre più presenti ai vertici nell'industria dell'intrattenimento, secondo uno studio del "Center for the Study of Women in

Television & Film" di San Diego, il 68% dei programmi televisivi americani sono composti da un cast più maschile che femminile mentre dietro la telecamera, nei ruoli di creatore, regista, autore, produttore ed editor le donne rappresentano solo il 28% (+2 rispetto all'anno scorso).
Per quanto riguarda invece il contesto europeo, l' "European Women's Audiovisual Network" nel rapporto "Where are the women directors?" evidenzia la significativa sotto-rappresentazione di registi femminili in tutti livelli dell'industria. Secondo lo studio, solo un film su quattro è diretto da una donna. Non stupisce quindi che Reed Morano, vincitrice dell' Emmy come "Miglior regia in una serie drammatica" per The Handmaid's Tale, sia solo la terza donna della storia ad essersi aggiudicata il riconoscimento.

All'incontro hanno partecipato anche **Katie O'Connell Marsh**, produttrice esecutiva di *"Narcos" e "Hannibal"*, **Kate Crowe**, produttrice di *"Misfits" e "Taboo"*, , **Rola Bauer** (Studio Canal), inserita da The Hollywood Reporter tra le 20 donne più potenti dell'industria televisiva globale, **Helen Gregory**, produttore esecutivo di *"The Catch" e "No Angels"* e **Eleonora Andreatta**, direttrice di Rai Fiction che ha ricordato di essere stata la prima responsabile del settore in Italia: *"Il mio lavoro è stato lavorare tanto sulla realtà, prima c'erano molti melodrammi e commedie ma pochissime serie parlavano di realtà. In Italia il personaggio predominante è sempre stato l'uomo, da Cattani a Montalbano, e c'erano pochissime donne rappresentate, la maggior parte erano madri o protagoniste di storie d'amore. Abbiamo presentato la varietà di ruoli che una donna può avere oggi, una donna che lavora e sta in famiglia, abbiamo raccontato il suo modo di essere sia nel pubblico che nel privato. Abbiamo cambiato anche il modo di rappresentarle fisicamente, negli anni 80 erano belle e giovani e apprezzate dagli uomini, secondo criteri omologati che valevano sia per la pubblicità che per le fiction, noi vogliamo rappresentare un altro tipo di bellezza, che metta in luce il temperamento e il carattere delle donne".* E annuncia un progetto con una ragazza che si candida per la presidenza del Consiglio.

LA STAMPA

Daniel Chong: "L'animazione permette di raccontare temi importanti in modo leggero"

Ospite dei MIA 2017, il creatore di "We bare bears" racconta la genesi della sua serie e l'importanza dell'animazione



GIANMARIA TAMMARO

Pubblicato il 20/10/2017
Ultima modifica il 20/10/2017 alle ore 19:19

I capelli corti e pettinati, un mezzo sorriso amichevole e perennemente stampato sulle labbra. Daniel Chong, creatore della serie animata "We bare bears", in onda qui in Italia su Cartoon Network, racconta di quando, ancora ventenne, decise di diventare animatore: «Non l'ho capito finché non mi sono laureato. Ho studiato illustrazione, e in un primo momento ho pensato che avrei potuto lavorare per qualche rivista. Ma non faceva per me».

Appena diplomato, Chong venne assunto dalla Pixar: un'esperienza, dice, che gli ha insegnato molto: «Come gestire problemi con una storia, per esempio. O a far funzionare la comicità nelle varie situazioni. Ma quelli non erano film miei».

Poi, finalmente, è arrivato "We bare bears"

«Prima di essere una serie, "We bare bears" è stato un webcomic, un fumetto per il web. Stavo già lavorando nel mondo dell'animazione da almeno dieci anni, quando l'ho creato. Avevo bisogno di qualcosa di totalmente diverso».



In che senso?
«Ricordo che all'inizio era totalmente privo di senso, caotico, strano, senza una storia chiara. Era semplicemente qualcosa che mi divertiva fare, e nessuno lo leggeva online. E confesso: mi andava benissimo così».

Non le bastava lavorare con la Pixar?
«Ho pensato di avere bisogno di qualcosa che fosse solamente mio, qualcosa a cui tenere profondamente. Amavo i film su cui stavo lavorando, ma avevo bisogno di un mio progetto. Quindi ho pensato di provare a trasformare il mio vecchio webcomic in uno show televisivo. E alla fine quello che è rimasto sono i tre orsi protagonisti di "We bare bears"».

Un cartoon che ha raccolto tantissimi appassionati, in tutto il mondo. Perché secondo lei?
«È la storia di tre orsi che provano a trovare il loro posto nel mondo. Per me è una serie su questo, sulle persone che cercano un obiettivo. Penso che sia un'idea con cui tutti, prima o poi, ci siamo confrontati».

In questi ultimi quindici anni, l'animazione in televisione ha avuto molto più spazio.
«Penso che sia perché è diventata una cosa accessibile e accettata da tutti. Qualcosa che chiunque potrebbe guardare. Fino a qualche tempo fa, le serie tv animate venivano considerate un prodotto principalmente rivolto ai bambini. A fare la differenza sono stati I Simpson e i film Pixar».

Film che hanno sempre un messaggio importante.
«Un film animato può essere tanto potente quanto un film girato dal vivo, e talvolta, anzi, può essere anche più incisivo. Perché raggiunge tantissime fasce d'età, e perché può dire cose molto sofisticate in un modo più leggere».

Non le piacerebbe sviluppare un film su "We bare bears"?
«Mi piacerebbe, certo. E ne abbiamo anche parlato. Ma ora come ora quello su cui ci stiamo concentrando è continuare a produrre episodi. Dopo le prime stagioni, tutto è diventato più semplice in un certo senso. E probabilmente presto avrò anche il tempo per considerare altri progetti».

prima ONLINE Comunicazione

20 ottobre 2017 | 8:38

Il trasloco di Fazio è un'opportunità per Rai 3, dice il direttore Coletta: mancano leggerezza e satira, voglio riportare l'intrattenimento in prima serata

"Raitre sta vivendo una trasformazione epocale". A dirlo il Stefano Coletta, direttore di Rai3, intervenendo a uno degli incontri in programma al Mia, il Mercato iInternazionale dell'Audiovisivo che si è aperto ieri a Roma. "Soffriva da tempo di immobilismo di palinsesto a causa di marchi longevi di successo che era difficile cambiare", ha spiegato Coletta, subentrato alla guida della rete da qualche mese, dopo l'uscita di Daria Bignardi. "L'improvvisa defezione di Fabio Fazio si sta dimostrando per noi in un'opportunità: i numeri cui 'Che tempo che fa' era arrivato dopo 14 edizioni erano enormi per Raitre ma non dimentichiamo che era partito dal 5% che in prima serata era comunque un successo e poi negli anni è cresciuto".



Stefano Coletta

Precisando di essere operativo dal primo settembre scorso ma che solo da febbraio si vedranno i frutti del suo lavoro, Coletta ha evidenziato che la prima grande diversità del palinsesto autunnale di Raitre è la giornata del giovedì dedicata ai grandi documentari. "Abbiamo iniziato con il documentario Stone-Putin che in prima serata è arrivato al 5% battendo marchi consolidati. E stasera avremo la prova del nove con 'Life, animated', il film documentario della Disney su un bambino affetto da autismo. Poi giovedì prossimo sarà la volta di 'Going, Clear', il documentario su Scientology. Ma è comunque la prima volta che uno dei canali generalisti fa una serialità sui documentari".

Per il 2018 Coletta ha anticipato anche novità nate dalla convinzione che una rete generalista doc debba avere tutti i generi espressivi. “Da anni a Raitre manca la leggerezza e la satira, forse non c’è più neanche nella realtà”, ha affermato. “Voglio riportare l’intrattenimento in prima serata su Raitre”, ha aggiunto, “me la sono imposto come medicina”. “E questo porterà cambiamenti anche nel daytime”.

Annunciando per maggio 2018 un documentario su don Ciotti in occasione della giornata della legalità, Coletta ha detto ancor: “Penso che Raitre debba parlare a tutti, negli ultimi anni non abbiamo parlato a tutti, abbiamo elevato la posta ed esasperato la ripetizione di generi. Voglio riportare i generi su Raitre, voglio raccontare l’ambivalenza individuale e sociale”, specificando: “A me piacerà raccontare con lo storytelling le trasformazioni identitarie che stanno avvenendo nella nostra società. Racconteremo il cambio di genere: su una tv di servizio pubblico è arrivato il momento di parlare di sesso con consapevolezza”.

MIA MERCATO INTERNAZIONALE AUDIOVISIVO

NEI TV SHOW USA SOLO IL 9% DEI REGISTI E' DONNA

GRANDE SUCCESSO PER IL PANEL SUL RUOLO FEMMINILE NELL'ENTERTAINMENT TRA SUCCESSI, CASO WEINSTEIN E DATI ANCORA ALLARMANTI

LE DISCRIMINAZIONI DI GENERE AL CENTRO DELLA SECONDA GIORNATA DEL MERCATO DELL'AUDIOVISIVO

ELEONORA ANDREATTA ANNUNCIA PROGETTO SU DONNA CANDIDATA PREMIER



Su 72 show americani della stagione 2016-17, i registi uomini sono stati il 90,7%, gli autori il 95%, gli showrunners l'83% con percentuali residuali per le donne. Basterebbero questi dati, estrapolati da uno studio della USC Annenberg School for communication and journalism di Los Angeles, per rappresentare l'emergenza di genere nell'industria dell'audiovisivo, al centro dell'incontro Powerful women in Global Entertainment, uno dei panel più attesi della terza edizione del MIA, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo nel corso della seconda giornata di lavori a Roma. Sala del Barberini strapiena per l'incontro che, in questo momento cruciale con le pesantissime accuse ad Harvey Weinstein, ha assunto un valore particolare. Accuse che sono rimbalzate subito nell'incontro nelle parole di **Katherine Pope**, produttrice esecutiva di "**New Girl**" e "**Terra Nova**": "Finalmente dopo 20 anni la vicenda Weinstein è uscita allo scoperto ma c'è ancora tanto lavoro da fare ovviamente", ha spiegato. "Non sapevamo delle violenze che stanno venendo fuori in questi giorni", le ha fatto eco **Sally Woodward Gentle** (direttore creativo di "**Downton Abbey**"). E per capire il grande lavoro che resta da fare basti pensare che sono ancora in minoranza (42%) le serie tv prodotte in Usa tra il 2016 e il 2017 che contengono personaggi femminili o hanno ruoli femminili da protagoniste, percentuale che si abbassa leggermente nelle serie destinate ad un pubblico adulto (18-49 anni). Malgrado le donne siano sempre più presenti ai vertici nell'industria dell'intrattenimento, secondo uno studio del **"Center for the Study of Women in Television & Film**" di San Diego, il 68% dei programmi televisivi americani sono composti da un cast più maschile che femminile mentre dietro la telecamera, nei ruoli di creatore, regista, autore, produttore ed editor le donne rappresentano solo il 28% (+2 rispetto all'anno scorso).

Per quanto riguarda invece il contesto europeo, l' **"European Women's Audiovisual Network**" nel rapporto "**Where are the women directors?**" evidenzia la significativa sotto-rappresentazione di registi femminili in tutti livelli dell'industria. Secondo lo studio, solo un film su quattro è diretto da una donna. Non stupisce quindi che **Reed Morano**, vincitrice dell' Emmy come "Miglior regia in una serie drammatica" per **The Handmaid's Tale**, sia solo la terza donna della storia ad essersi aggiudicata il riconoscimento. All'incontro hanno partecipato anche **Katie O'Connell Marsh**, produttrice esecutiva di "**Narcos**" e "**Hannibal**", **Kate Crowe**, produttrice di "**Misfits**" e "**Taboo**", **Rola Bauer** (Studio Canal), inserita da The Hollywood Reporter tra le 20 donne più potenti dell'industria televisiva globale, **Helen Gregory**, produttore esecutivo di "**The Catch**" e "**No Angels**" e **Eleonora Andreatta**, direttrice di **Rai Fiction** che ha ricordato di essere stata la prima responsabile del settore in Italia: "Il mio lavoro è stato lavorare tanto sulla realtà, prima c'erano molti melodrammi e commedie ma pochissime serie parlavano di realtà. In Italia il personaggio predominante è sempre stato l'uomo, da Cattani a Montalbano, e c'erano pochissime donne rappresentate, la maggior parte erano madri o protagoniste di storie d'amore. Abbiamo presentato la varietà di ruoli che una donna può avere oggi, una donna che lavora e sta in famiglia, abbiamo raccontato il suo modo di essere sia nel pubblico che nel privato. Abbiamo cambiato anche il modo di rappresentarle fisicamente, negli anni 80 erano belle e giovani e apprezzate dagli uomini, secondo criteri omologati che valevano sia per la pubblicità che per le fiction, noi vogliamo rappresentare un altro tipo di bellezza, che metta in luce il temperamento e il carattere delle donne". E annuncia un progetto con una ragazza che si candida per la presidenza del Consiglio.


MIA

MIA, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo si confronta con le donne

Commenti G+ Tweet Pinterest Email

20 ottobre 2017



di Massimiliano Carbonaro

Il panel dedicato al ruolo femminile nell'industria dell'entertainment mostra come negli show televisivi la discriminazione sia molto forte: negli Usa il 91% dei registi è un uomo

Numeri che raccontano una realtà, al **Mia** (il Mercato internazionale dell'audiovisivo) in corso a Roma uno dei panel era dedicato al ruolo della donna nell'industria dell'entertainment: su 72 show americani della stagione 2016-17, i registi uomini sono stati il 90,7%, gli autori il 95%, gli showrunners l'83% con percentuali residuali per le donne. Basterebbero questi dati, estrapolati da uno studio della USC Annenberg School for communication and journalism di Los Angeles, per rappresentare l'emergenza di genere nell'industria dell'audiovisivo, al centro dell'incontro **Powerful women in Global Entertainment**, uno degli incontri più attesi della terza edizione del MIA nel corso della seconda giornata di lavori.

La situazione dell'industria americana

La seduta di lavoro in questo momento cruciale con le pesantissime accuse ad Harvey Weinstein, ha assunto un valore particolare. Accuse che sono rimbalzate subito nell'incontro nelle parole di **Katherine Pope**, produttrice esecutiva di "New Girl" e "Terra Nova": "Finalmente dopo 20 anni la vicenda Weinstein è uscita allo scoperto ma c'è ancora tanto lavoro da fare ovviamente – ha spiegato. "Non sapevamo delle violenze che stanno venendo fuori in questi giorni", le ha fatto eco **Sally Woodward Gentle** (direttore creativo di "Downton Abbey"). E per capire il grande lavoro che resta da fare basti pensare che sono ancora in minoranza (42%) le serie tv prodotte in Usa tra il 2016 e il 2017 che contengono personaggi femminili o hanno ruoli femminili da protagoniste, percentuale che si abbassa leggermente nelle serie destinate ad un pubblico adulto (18-49 anni). Malgrado le donne siano sempre più presenti ai vertici nell'industria dell'intrattenimento, secondo uno studio del **Center for the Study of Women in Television & Film** di San Diego, il 68% dei programmi televisivi americani sono composti da un cast più maschile che femminile mentre dietro la telecamera, nei ruoli di creatore, regista, autore, produttore ed editor le donne rappresentano solo il 28% (+2 rispetto all'anno scorso).

Il contesto europeo e italiano

Per quanto riguarda invece il contesto europeo, l' "European Women's Audiovisual Network" nel rapporto **Where are the women directors?** evidenzia la significativa sotto-rappresentazione di registi femminili in tutti livelli dell'industria. Secondo lo studio, solo un film su quattro è diretto da una donna. Non stupisce quindi che **Reed Morano**, vincitrice dell' Emmy come "Miglior regia in una serie drammatica" per The Handmaid's Tale, sia solo la terza donna della storia ad essersi aggiudicata il riconoscimento. All'incontro hanno partecipato anche **Katie O'Connell Marsh**, produttrice esecutiva di "Narcos" e "Hannibal", Kate Crowe, produttrice di "Misfits" e "Taboo", **Rola Bauer** (Studio Canal), inserita da The Hollywood Reporter tra le 20 donne più potenti dell'industria televisiva globale, Helen Gregory, produttore esecutivo di "The Catch" e "No Angels" e **Eleonora Andreatta**, direttrice di Rai Fiction che ha ricordato di essere stata la prima responsabile del settore in Italia: "Il mio lavoro è stato lavorare tanto sulla realtà, prima c'erano molti melodrammi e commedie ma pochissime serie parlavano di realtà. In Italia il personaggio predominante è sempre stato l'uomo, da Cattani a Montalbano, e c'erano pochissime donne rappresentate, la maggior parte erano madri o protagoniste di storie d'amore. Abbiamo presentato la varietà di ruoli che una donna può avere oggi, una donna che lavora e sta in famiglia, abbiamo raccontato il suo modo di essere sia nel pubblico che nel privato. Abbiamo cambiato anche il modo di rappresentarle fisicamente, negli anni 80 erano belle e giovani e apprezzate dagli uomini, secondo criteri omologati che valevano sia per la pubblicità che per le fiction, noi vogliamo rappresentare un altro tipo di bellezza, che metta in luce il temperamento e il carattere delle donne". E annuncia un progetto con una ragazza che si candida per la presidenza del Consiglio.

ANSA.it Cultura

Nuove serie da Lorenzo il Magnifico a Gheddafi

In arrivo Montalbano, La porta rossa 2, Ultimo, Zero Zero Zero

Francesca Pierleoni

ROMA

21 ottobre 2017
19:33
NEWS

Suggerisci
Facebook
Twitter
Google+
Altri
A+ A A-
Stampa



I Medici, foto di scena della prima stagione © ANSA

CLICCA PER INGRANDIRE

Michele Riondino nel primo dei Racconti di Vigata, nuova serie nata da Camilleri; Daniel Sharman (Teen Wolf) nei panni di Lorenzo il Magnifico e Raoul Bova per Papa Sisto in Medici: Masters of Florence - The magnificent; Roberto Saviano creatore insieme a Nadav Schirman di 'Gheddafi', sul leader libico. Saranno fra i protagonisti delle nuove serie made in Italy in arrivo o in lavorazione, presentate ai buyers internazionali, in Italian Tv Upfronts, sezione del Mia, il Mercato internazionale dell'audiovisivo in corso a Roma.

Mentre è già in onda Suburra, e sta per debuttare Gomorra 3, Cattleya è pronta all'avventura di 'Zero zero zero', serie per Sky tratta dal bestseller di Saviano, diretta da Stefano Sollima (riprese da marzo). "La storia si snoda in 4 continenti e sei Paesi. Al centro della trama la consegna di un carico di droga dal Messico all'Europa", ha spiegato Kim Gualino di Cattleya. Tra febbraio e marzo tornerà Il commissario Montalbano, con due nuovi episodi, 'Amore' e 'La giostra degli scambi' (in anteprima è stata mostrata una scena su qualcosa di strano che succede a Catarella). E sempre in primavera, sull'ammiraglia Rai, debutteranno 'I racconti di Vigata', storie "con soggetti forti, come passione, vendetta, corruzione", ha spiegato Nicola Serra di Palomar, ambientate in una Sicilia tra 19/o e 20/o secolo. Si comincia con 'La mossa del cavallo' che ha per protagonista Michele Riondino. La Palomar ha in cantiere anche Il nome della rosa (riprese a inizio 2018), con John Turturro e Rupert Everett; la serie steampunk western That dirty black bag (riprese in estate) e Gheddafi, sul leader libico, ideata da Saviano con Nadav Schirman. "Si stanno pianificando le prime due stagioni, le riprese inizieranno a fine 2018 - ha detto Serra -. Ancora non abbiamo scelto il partner in Italia, siamo in trattativa".

Cross Productions, che ha realizzato Sirene (al debutto la prossima settimana su Rai1) e Rocco Schiavone (che tornerà in primavera), proporrà anche Il Cacciatore, nella quale Francesco Montanari è un magistrato ispirato a Alfonso Sabella che ha mandato in prigione boss come Leoluca Bagarella e Giovanni Brusca. A novembre debutterà su Rai1 'Scomparsa' con Vanessa Incontrada, con unisce conflitto generazionale e noir: "Vuole attirare sia un pubblico giovane che quello classico di Rai1" ha detto Massimo Del Frate di Endemol Shine Italy. Raoul Bova tornerà a uno dei suoi personaggi simbolo con Ultimo - Operazione Cobra diretta da Alexis Sweet, e girata tra Italia e Messico, con l'ufficiale dei carabinieri stavolta sotto copertura per sbaragliare il cartello degli Zetas. Inoltre Taodue sempre per Canale 5 ha realizzato Solo 2, con Marco Bocci.

In primavera inizieranno le riprese della seconda stagione di La porta rossa, con Lino Guanciale, ideata da Carlo Lucarelli e Giampiero Rigosi, grande successo di Rai2, prodotto da Vela Film. La messa in onda è prevista a febbraio 2019. Alessio Boni è un allevatore che, dopo essere uscito da un coma durato cinque anni, inizia ad indagare sui misteri nella sua vita in La strada verso casa di Riccardo Donna (Casanova Multimedia per Rai1). In arrivo anche amori, famiglie e canzoni di E' arrivata la felicità 2 (Publispei), di cui sono appena finite le riprese. Una "rivoluzione rock con la giovane generazione che prende il potere a Firenze": così Luca Bernabei di Lux Vide descrive Medici: Masters of Florence - The magnificent, seconda stagione, con Frank Spotniz come showrunner, sulla famiglia fiorentina. Nel ruolo del Magnifico, l'inglese Daniel Sharman (Teen Wolf); con lui fra gli altri, Bradley James, per Giuliano De Medici, un inedito Raoul Bova per Papa Sisto, Alessandra Mastronardi per Lucrezia Donati e Sean Bean (Il trono di spade) per Jacopo de' Pazzi.

Bresciaoggi

21.10.2017 Tags: ROMA , Nuove serie da Lorenzo Medici a Gheddafi

Nuove serie da Lorenzo Medici a Gheddafi



(ANSA) - ROMA, 21 OTT - Michele Riondino nel primo dei Racconti di Vigata, nuova serie nata da Camilleri; Daniel Sharman alias Lorenzo il Magnifico e Raoul Bova per Papa Sisto in Medici: Masters of Florence - The magnificent; Roberto Saviano creatore insieme a Nadav Schirman di Gheddafi, sul leader libico. Sono fra i protagonisti delle nuove serie made in Italy presentate ai buyers internazionali al Mia, il Mercato internazionale dell'audiovisivo a Roma. Mentre è in onda Suburra, e sta per debuttare Gomorra 3, Cattleya è pronta all'avventura di Zero zero zero, serie per Sky tratta dal bestseller di Saviano, diretta da Stefano Sollima (riprese da marzo). Tra febbraio e marzo tornerà Il commissario Montalbano, con due nuovi episodi, Amore e La giostra degli scambi. La Palomar ha in cantiere anche Il nome della rosa (ciak a inizio 2018), con John Turturro e Rupert Everett. Bova tornerà con Ultimo - Operazione Cobra diretta da Alexis Sweet, su Canale 5. In primavera riprese della 2/a stagione di La porta rossa, con Lino Guanciale.

Y64-MAJ

cinemotore BLOG di cinem"A"

Tutto quello che avreste voluto sapere..sullo star system

MEDICI (Con Bova Papa), ULTIMO E SIRENE – LE CLIP DEI PRODOTTI-FICTION CHE HANNO DESTATO MAGGIORE INTERESSE IERI AL MIA – Mercato Internazionale Audiovisivo



Sono state fatte a centinaia di buyer arrivati da tutto il mondo al MIA – Mercato Internazionale Audiovisivo brevi pillole delle serie più attese in arrivo. I produttori televisivi con l'intervento anche di alcuni attori delle stesse serie hanno fatto vedere le prima immagini dei loro prodotti di punta, raccontando in inglese i punti di forza, storia, autori sceneggiatura e attori.

Ad intervistare i produttori saliti sul palco nelle mini-convention Marco Spagnoli.

Dopo le prime immagini di Gomorra della Cattleya che arriverà anche al cinema (2 puntate il 14 e 15 novembre con Vision Distribution) si è parlato del prossimo progetto Zero, Zero, Zero ispirato al romanzo di Roberto Saviano.

Si sono alternati tra le numerose società la CROSS PRODUCTIONS con "Sirene" che ha molto incuriosito i presenti, ENDEMOL SHINE ITALY con "Scomparsa", CASANOVA MULTIMEDIA con "La strada di casa" alla presenza di Alessio Boni, TAODUE FILM con : "Ultimo – Operazione Cobra" (molta action) e "Solo 2", PUBLISPEI con "E' arrivata la felicità 2", PALOMAR con le nuove puntate di Montalbano e quelle de "I Delitti del BarLume", VELA FILM con "La Porta Rossa 2" alla presenza di Lino Guanciale, last but no least LUXVIDE "Medici : Master of Florence" seconda stagione con Bova nel ruolo di Papa Sisto (viste le prime immagini in costume di scena talare).

Un'importante appuntamento – quelle della clip di fiction da far vedere ai buyers esteri (ITALIAN TV UPFRONTS9
- che dovrebbe diventare un must nel futuro come lo sono le giornate professionali di cinema, da anni appuntamento indispensabile per chi lavora nel cinema.



DAVIDEMAGGIO.it
La TV dietro le quinte

MIA 2017, Marc Du Pontavice (Maledetti Scarafaggi): «L'umore è molto diverso rispetto agli anni 80, oggi si cerca la comedy nei cartoni animati»

sabato 21 ottobre 2017 18:50 Mattia Buonocore

Cartoni Animati, Televisione

Mi piace 8 G+



Mia - Marc Du Pontavice e Marco Chimenz (Cattleya)

C'erano una volta i cartoni giapponesi, pieni di dramma, sconfitte e risalite, lacrime e gioie. Oggi è cambiato anche il mondo dell'animazione che premia i prodotti **comedy**, anche quando assumono una veste assai irriverente. Un esempio è il successo di **Maledetti Scarafaggi**, cartone animato prodotto da Xilam, società francese con a capo **Marc Du Pontavice**.

Ospite del **Mia 2017**, il top manager afferma che "*l'umore rispetto agli anni 80 è molto diverso*". Oggi si cerca la leggerezza perchè c'è più pressione e stress per il futuro e non è un caso che ci sia "*molta più comedy dappertutto, non solo nell'animazione se si guarda al mercato globale dell'intrattenimento*". La comedy ha la caratteristica peculiare di essere **basata sui personaggi** e non sulle storie, che si ripetono sempre.

Il punto debole, probabilmente, come chiarirà più tardi, è legato al fatto che si tratta di un genere con minori opportunità di merchandising a differenza dell'action in cui hai potenzialmente situazioni diverse e puoi produrre molte varianti dei personaggi. Proprio lo sfruttamento commerciale tramite gadget e affini dei cartoni animati è diventato, negli ultimi anni, un fattore determinante. "***Fino a qualche anno fa c'era il successo televisivo e basta,*** *ora non più*" dichiara Du Pontavice al cospetto di Marco Chimenz, AD di Cattleya, che con lui ha portato avanti un curioso parallelo tra Maledetti e Scarafaggi e **Gomorra**, basato sulla presenza di protagonisti cattivi in entrambe le produzioni.

Il papà del celebre cartone animato, poi, ha spiegato quanto possa essere più insidioso il *live action* rispetto all'animazione. "*E' un processo molto più complesso, c'è un'alchimia che deve funzionare*". Mentre infatti per i cartoni animati c'è un controllo diretto su tutte le fasi, per il *live action* entrano in ballo elementi esogeni, come gli attori, che influenzano la riuscita. "*L'animazione è tutta nella mente del team di creatori (...) Ogni cosa è sotto controllo*".

IL GIORNALE DI VICENZA
26 ottobre 2017

Nuove serie da Lorenzo Medici a Gheddafi



Aumenta
Diminuisci
Stampa
0
Mi piace
Condividi
Tweet
Segui
G+

(ANSA) - ROMA, 21 OTT - Michele Riondino nel primo dei Racconti di Vigata, nuova serie nata da Camilleri; Daniel Sharman alias Lorenzo il Magnifico e Raoul Bova per Papa Sisto in Medici: Masters of Florence - The magnificent; Roberto Saviano creatore insieme a Nadav Schirman di Gheddafi, sul leader libico. Sono fra i protagonisti delle nuove serie made in Italy presentate ai buyers internazionali al Mia, il Mercato internazionale dell'audiovisivo a Roma. Mentre è in onda Suburra, e sta per debuttare Gomorra 3, Cattleya è pronta all'avventura di Zero zero zero, serie per Sky tratta dal bestseller di Saviano, diretta da Stefano Sollima (riprese da marzo). Tra febbraio e marzo tornerà Il commissario Montalbano, con due nuovi episodi, Amore e La giostra degli scambi. La Palomar ha in cantiere anche Il nome della rosa (ciak a inizio 2018), con John Turturro e Rupert Everett. Bova tornerà con Ultimo - Operazione Cobra diretta da Alexis Sweet, su Canale 5. In primavera riprese della 2/a stagione di La porta rossa, con Lino Guanciale.

Y64-MAJ

L'Arena

21.10.2017 Tags: ROMA , Nuove serie da Lorenzo Medici a Gheddafi

Nuove serie da Lorenzo Medici a Gheddafi



Aumenta
Diminuisci
Stampa
0
Mi piace
Condividi
Tweet
Segui
G+

(ANSA) - ROMA, 21 OTT - Michele Riondino nel primo dei Racconti di Vigata, nuova serie nata da Camilleri; Daniel Sharman alias Lorenzo il Magnifico e Raoul Bova per Papa Sisto in Medici: Masters of Florence - The magnificent; Roberto Saviano creatore insieme a Nadav Schirman di Gheddafi, sul leader libico. Sono fra i protagonisti delle nuove serie made in Italy presentate ai buyers internazionali al Mia, il Mercato internazionale dell'audiovisivo a Roma. Mentre è in onda Suburra, e sta per debuttare Gomorra 3, Cattleya è pronta all'avventura di Zero zero zero, serie per Sky tratta dal bestseller di Saviano, diretta da Stefano Sollima (riprese da marzo). Tra febbraio e marzo tornerà Il commissario Montalbano, con due nuovi episodi, Amore e La giostra degli scambi. La Palomar ha in cantiere anche Il nome della rosa (ciak a inizio 2018), con John Turturro e Rupert Everett. Bova tornerà con Ultimo - Operazione Cobra diretta da Alexis Sweet, su Canale 5. In primavera riprese della 2/a stagione di La porta rossa, con Lino Guanciale.

Y64-MAJ

LA SICILIA

ROMA

Nuove serie da Lorenzo Medici a Gheddafi

21/10/2017 - 18:00

In arrivo Montalbano, La porta rossa 2, Ultimo, Zero Zero Zero



ROMA, 21 OTT - Michele Riondino nel primo dei Racconti di Vigata, nuova serie nata da Camilleri; Daniel Sharman alias Lorenzo il Magnifico e Raoul Bova per Papa Sisto in Medici: Masters of Florence - The magnificent; Roberto Saviano creatore insieme a Nadav Schirman di Gheddafi, sul leader libico. Sono fra i protagonisti delle nuove serie made in Italy presentate ai buyers internazionali al Mia, il Mercato internazionale dell'audiovisivo a Roma. Mentre è in onda Suburra, e sta per debuttare Gomorra 3, Cattleya è pronta all'avventura di Zero zero zero, serie per Sky tratta dal bestseller di Saviano, diretta da Stefano Sollima (riprese da marzo). Tra febbraio e marzo tornerà Il commissario Montalbano, con due nuovi episodi, Amore e La giostra degli scambi. La Palomar ha in cantiere anche Il nome della rosa (ciak a inizio 2018), con John Turturro e Rupert Everett. Bova tornerà con Ultimo - Operazione Cobra diretta da Alexis Sweet, su Canale 5. In primavera riprese della 2/a stagione di La porta rossa, con Lino Guanciale.

Millecanali

In pieno svolgimento il MIA – Mercato Internazionale dell'Audiovisivo

Mauro Roffi • 21 ottobre 2017

MIA Mercato Internazionale dell'Audiovisivo è tornata con la sua terza edizione a Roma dal 19 al 23 ottobre, nel "distretto Barberini".

Primo mercato italiano per numero di presenze internazionali, MIA è la piattaforma di business rivolta ai produttori e ai distributori di contenuti transnazionali di alto valore industriale ed è anche un'occasione unica per presentare il "Sistema Italia" sulla scena internazionale.

Dedicato a tutti i settori dell'audiovisivo (Cinema, Tv, Doc), MIA prevede quattro linee di attività. Eccole:

- Networking: una serie di strumenti costruiti per facilitare l'incontro tra i più di 1.400 operatori accreditati;

- Content showcase: 114 film presentati durante gli screening di mercato dedicati ai buyer internazionali e 4 appuntamenti speciali con i titoli italiani della prossima stagione di cinema e Televisione;

- Coproduction Market & Pitching Forum: 45 progetti da 21 Paesi proposti a oltre 500 potenziali partner di co-produzione;

- Talks: un fitto programma con oltre 40 tra panel, masterclass e dibattiti.

La capacità di 'matchmaking', ovvero di costruire una rete efficiente di rapporti industriali internazionali è il tratto distintivo di questo evento di mercato, informale e d'eccellenza al tempo stesso. Matching Excellence è, quindi, il nuovo claim dell'edizione 2017, che sottolinea come l'Italia sia portatrice di innovazione e creatività in campo internazionale e MIA sia l'acceleratore di business per l'eccellenza italiana nei rapporti con l'estero.

Come ricordato da Carlo Calenda, Ministro dello Sviluppo Economico: "il MIA, ora alla sua terza edizione, rappresenta un'occasione d'oro per il mercato audiovisivo nazionale ed internazionale, promuovendo incontri tra produttori e distributori sui contenuti e incoraggiando la condivisione del progresso tecnologico. Questa manifestazione promuove le nostre produzioni nazionali e i processi di internazionalizzazione, facilitando la crescita del settore e la diffusione delle risorse italiane in tutto il mondo".

Dario Franceschini, Ministro dei Beni e delle attività culturali e del Turismo, riconosce come "l'introduzione della nuova legge cinema, il rilancio dell'Istituto Luce-Cinecittà, il ritorno in Italia delle grandi produzioni internazionali, la crescente affermazione della nostra cinematografia nel mondo, sono i cardini intorno ai quali ruota una nuova, importante stagione per l'audiovisivo italiano. E i numeri di questa edizione del Mia confermano che Roma, capitale della produzione audiovisiva nazionale, è ormai da tutti riconosciuta come un importante mercato internazionale dell'audiovisivo".

"Il mercato internazionale di Roma si allinea perfettamente alla nostra visione strategica - aggiunge Michele Scannavini, Presidente di ICE (Italian Trade Agency) - . È il primo del suo genere in Italia ed è un segnale più concreto della svolta intrapresa negli ultimi anni per valorizzare l'industria audiovisiva italiana; ha permesso di presentare all'estero il Sistema Italiano e la sua governance sempre più ben definita, anche grazie alla collaborazione tra le istituzioni pubbliche interessate e le associazioni di imprese del settore".

Nicola Zingaretti, Presidente Regione Lazio riconosce inoltre come "il MIA sia diventato l'evento principale dell'industria cinematografica italiana e la sua influenza stia continuando a crescere e ad emergere sulla scena internazionale. Di conseguenza, la Regione Lazio, con la collaborazione della Roma Lazio Film Commission, ha deciso di presentare la nuova edizione della call to action 'Lazio Cinema International' a Roma".

Francesco Rutelli, Presidente di ANICA, descrive il MIA come "un perfetto gioco di squadra, dove sia il settore privato che le istituzioni lavorano affiancate per la crescita del settore Cinema e Audiovisivo, con l'obiettivo di migliorare la nostra opportunità di successo sul mercato internazionale. MIA nasce in un momento di grande fermento per il cinema italiano: una rinnovata capacità di raccontare storie e produrle e una legge molto importante come quella stilata dal Ministro Franceschini, che supporta la produzione di film, serie e documentari".

Osserva Giancarlo Leone, Presidente di APT: "Negli ultimi anni, l'industria dell'audiovisivo sta vivendo un 'rinascimento', grazie alla capacità dei produttori indipendenti di fronteggiare le nuove sfide poste sia a livello nazionale che internazionale. Questa rinascita è anche il risultato delle nuove politiche che hanno ulteriormente favorito la crescita di case di produzione indipendenti, che investono in contenuti innovativi e internazionalizzazione. MIA è stato concepito seguendo queste linee guida e oggi, giunto alla sua terza edizione, è più che mai impegnato a supportare le aziende italiane nelle loro sfide su scala globale".

Lucia Milazzotto, direttore del MIA, conclude "MIA è uscito dalla fase di start-up e si presenta come un mercato originale e molto strutturato a disposizione dell'industria nazionale e internazionale. La nostra formula contemporanea e flessibile si è perfezionata nel corso di questi tre anni e oggi finalmente possiamo affermare che gli operatori di cinema, televisione e documentario lo considerano un appuntamento importante. La leva sinergica tra i segmenti dell'audiovisivo è un tratto distintivo di questo evento, che rende MIA un luogo unico per incontrare, scoprire, immaginare e investire sui film, serie televisive e documentari di domani. Un mercato di alto profilo per i leader che producono e distribuiscono contenuti di alta qualità".

Tra i temi affrontati nella parte 'Talks', quello della globalizzazione del mercato televisivo internazionale: un argomento analizzato dalla duplice prospettiva, statunitense ed europea. Altri panel trattano questioni come il remake cinematografico, la pirateria e i suoi effetti sul cinema indipendente, le tecniche di valorizzazione dei cataloghi di film classici, le donne di potere nell'industria dell'entertainment, lo storytelling nel gaming e nell'audiovisivo, l'animazione europea, la realtà virtuale nei film e nella Tv.

Riconoscendo a MIA un importante ruolo nel sostegno alle co-produzioni e alle relazioni di business intorno ai grandi progetti internazionali, il Fondo Eurimages del Consiglio D'Europa conferma l'Eurimages Co-Production Development Award, il premio al progetto più in linea con i principi di collaborazione e coproduzione che ispirano Eurimages, per un totale di 20.000 euro in denaro.

L'Apulia Film Commission assegna il MIA Tv Best Drama Series Award, con un contributo in denaro di 20.000 euro al miglior progetto presentato al mercato di coproduzione televisivo.

EDI Effetti Digitali Italiani ha scelto MIA per inaugurare il MIA EDI Visionary Award, un premio dedicato a quei progetti di cinema, serie Tv e documentario che si contraddistinguono per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi.

MIA 2017 inoltre è orgogliosa di ospitare due dei più prestigiosi premi italiani a supporto della scrittura cinematografica e televisiva: il Premio Bixio e il Premio Solinas.

Infine, per il primo anno, MIA organizza gli Italian Tv Upfront, un evento in cui sono presentate serie televisive italiane in lavorazione, con l'obiettivo di mostrare l'eccellenza e la competitività della produzione italiana e favorirne l'esportazione. Tra le società di produzione che presentano la loro lineup ci sono Cattleya, Casanova Multimedia, Cross Productions, Endemol Shine Italy, Lux Vide, Magnolia, Palomar, Publispei, Taodue Film, Vela Film.



spettacolinews

SABATO 21 OTTOBRE 2017

MIA: Successo per il panel sul ruolo femminile nell'entertainment tra successi, caso Weinstein e dati: solo il 9% dei registi è donna nei tv show USA. Eleonora Andreatta annuncia progetto su donna candidata premier

redazione@spettacolinews.it
ANTONIO GALLUZZO
SPETTACOLINEWS.IT

Su 72 show americani della stagione 2016-17, i registi uomini sono stati il 90,7%, gli autori il 95%, gli showrunners l'83% con percentuali residuali per le donne. Basterebbero questi dati, estrapolati da uno studio della USC Annenberg School for communication and journalism di Los Angeles, per rappresentare l'emergenza di genere nell'industria dell'audiovisivo, al centro dell'incontro Powerful women in Global Entertainment, uno dei panel più attesi della terza edizione del MIA, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo nel corso della seconda giornata di lavori a Roma. Sala del Barberini strapiena per l'incontro che, in questo momento cruciale con le pesantissime accuse ad Harvey Weinstein, ha assunto un valore particolare. Accuse che sono rimbalzate subito nell'incontro nelle parole di Katherine Pope, produttrice esecutiva di "New Girl" e "Terra Nova": "Finalmente dopo 20 anni la vicenda Weinstein è uscita allo scoperto ma c'è ancora tanto lavoro da fare ovviamente", ha spiegato. "Non sapevamo delle violenze che stanno venendo fuori in questi giorni", le ha fatto eco Sally Woodward Gentle (direttore creativo di "Downton Abbey"). E per capire il grande lavoro che resta da fare basti pensare che sono ancora in minoranza (42%) le serie tv prodotte in Usa tra il 2016 e il 2017 che contengono personaggi femminili o hanno ruoli femminili da protagoniste, percentuale che si abbassa leggermente nelle serie destinate ad un pubblico adulto (18-49 anni). Malgrado le donne siano sempre più presenti ai vertici nell'industria dell'intrattenimento, secondo uno studio del "Center for the Study of Women in Television & Film" di San Diego, il 68% dei programmi televisivi americani sono composti da un cast più maschile che femminile mentre dietro la telecamera, nei ruoli di creatore, regista, autore, produttore ed editor le donne rappresentano solo il 28% (+2 rispetto all'anno scorso).

Per quanto riguarda invece il contesto europeo, l' "European Women's Audiovisual Network" nel rapporto "Where are the women directors?" evidenzia la significativa sotto-rappresentazione di registi femminili in tutti livelli dell'industria. Secondo lo studio, solo un film su quattro è diretto da una donna. Non stupisce quindi che Reed Morano, vincitrice dell' Emmy come "Miglior regia in una serie drammatica" per The Handmaid's Tale, sia solo la terza donna della storia ad essersi aggiudicata il riconoscimento. All'incontro hanno partecipato anche Katie O'Connell Marsh, produttrice esecutiva di "Narcos" e "Hannibal", Kate Crowe, produttrice di"Misfits" e "Taboo", , Rola

spettacolinews

Bauer (Studio Canal), inserita da The Hollywood Reporter tra le 20 donne più potenti dell'industria televisiva globale, Helen Gregory, produttore esecutivo di "The Catch" e "No Angels" eEleonora Andreatta, direttrice di Rai Fiction che ha ricordato di essere stata la prima responsabile del settore in Italia: "Il mio lavoro è stato lavorare tanto sulla realtà, prima c'erano molti melodrammi e commedie ma pochissime serie parlavano di realtà. In Italia il personaggio predominante è sempre stato l'uomo, da Cattani a Montalbano, e c'erano pochissime donne rappresentate, la maggior parte erano madri o protagoniste di storie d'amore. Abbiamo presentato la varietà di ruoli che una donna può avere oggi, una donna che lavora e sta in famiglia, abbiamo raccontato il suo modo di essere sia nel pubblico che nel privato. Abbiamo cambiato anche il modo di rappresentarle fisicamente, negli anni 80 erano belle e giovani e apprezzate dagli uomini, secondo criteri omologati che valevano sia per la pubblicità che per le fiction, noi vogliamo rappresentare un altro tipo di bellezza, che metta in luce il temperamento e il carattere delle donne". E annuncia un progetto con una ragazza che si candida per la presidenza del Consiglio.

BLOGO
Informazione libera e indipendente

I Medici, ZeroZeroZero, Gaddafi. Al MIA la prima edizione degli Italian Upfront esalta la vocazione internazionale delle serie italiane

Di Riccardo Cristilli | sabato 21 ottobre 2017

Le diverse case di produzione italiane hanno presentato il meglio delle loro prossime serie tv agli Italian Upfront all'interno del MIA



"*Visto che non ci sono tanti show sulla mafia in Italia, adesso ve ne presentiamo uno sulla mafia nel Rinascimento*" ha scherzato così **Luca Bernabei** salendo insieme a **Frank Spotnitz**, showrunner e co-produttore de **I Medici** sul palco degli Italian Tv Upfront del MIA market (a Roma dal 19 al 22 ottobre). Una battuta per rianimare una sala provata da due ore in cui diversi produttori italiani hanno messo in mostra i propri prodotti di punta, una battuta con un grosso fondo di verità visto che la mafia, il giallo, il crimine sono stati il tema predominante del pomeriggio.

Lux Vide, **Luca Bernabei e Frank Spotnitz** hanno così chiuso con alcune immagini del set e degli attori della seconda stagione de **I Medici** che sarà dedicata a Lorenzo Il Magnifico (**Medici, Masters of Florence - The Magnificent** il titolo internazionale) le cui riprese sono ancora in corso. Nuovi protagonisti, nuovo cast, nuova storia, Spotnitz ha sottolineato la difficoltà di ripartire da capo per una serie comunque di successo sia in Italia che all'estero (presente su Netflix negli USA). I Medici 2 avrà un cast a forte vocazione internazionale e con volti conosciuti e riconoscibili in tutto il mondo grazie alla loro partecipazione in diverse serie tv come Bradley James, Sean Bean, Daniel Sherman ma anche italiani come Raoul Bova e Alessandra Mastronardi.

La prima edizione degli **Italian Upfront**, voluta all'interno del MIA Market per sottolineare e rafforzare la vocazione internazionale della nuova serialità nazionale (e per questo tutti hanno dato prova del loro inglese) ha ribadito l'importanza della Rai come casa principale della produzione di fiction italica e ha mostrato un panorama costellato di criminali in cui emerge come spetti ad **Ivan Cotroneo** il compito di diversificare i temi. **Sirene** (in partenza su Rai1 il 26 ottobre) di **CrossProduction** e **E' arrivata la felicità** 2 di **Publispei** (di cui proprio ieri 20 ottobre si sono chiuse le riprese) entrambe create da Cotroneo, provano a battere strade diverse tra fantasy e commedia, sperando che possano attecchire anche presso acquirenti internazionali. Il titolo usato per Sirene a livello internazionale, ovvero *Mermaids in Naples* è funzionale al desiderio di mostrare una Napoli e un'Italia diversa, positiva, colorata rispetto all'immagine che Suburra, Gomorra e simili possano aver veicolato. **CrossProduction** ha presentato anche **The Hunter/Il Cacciatore** che ci riporta alla lotta alla mafia e agli anni '90 con la storia di Alfonso Sabella con Francesco Montanari protagonista. Il trailer mostrato rientra nel genere crime italiano che ormai va di moda. Su questo filone anche se traslato in docu-fiction anche **Mafia Capitale** di **Magnolia**, già andato in onda in Italia e mostrato agli investitori internazionali.

Suburra e **Gomorra** 3 che hanno aperto gli Italian Upfront portati da **Cattleya** insieme a **ZeroZeroZero** realizzata in **8 episodi** da Stefano Sollima, recitata in inglese, francese, **calabrese** e spagnolo e ordinata da **Canal+ e Sky.** Basata sul libro di Roberto Saviano **ZeroZeroZero** racconterà la spedizione di un carico di cocaina dal Messico all'Europa, mostrando i vari attori in campo: chi vende, chi compra, chi gestisce i soldi e chi combatte. Spirito internazionale anche per il quinto capitolo di **Ultimo**, miniserie di **Taodue** in due episodi da 120 minuti prossimamente su Canale 5, che porta Raoul Bova all'inseguimento di un trafficante sudamericano nell'Operazione Cobra. Taoude che ha anche mostrato alcune immagini di **Solo** 2 le cui riprese si sono concluse il mese scorso.
Gli Italian Upfront hanno però presentato ai possibili acquirenti internazionali che oltre alla Sicilia, a Napoli e Roma c'è altro in Italia. Ecco quindi la Trieste della **Porta Rossa** 2 presentata da **Vela Film** (distribuita da *Studiocanal* all'estero) e da Lino Guanciale di cui attualmente si sta scrivendo la sceneggiatura con le riprese che dovrebbero partire tra Aprile e Maggio per un approdo in tv a **febbraio 2019 sempre su Rai2.** Totalmente insolita anche la location scelta per **Scomparsa**, ambientata a San Benedetto del Tronto e in arrivo a Novembre su Rai 1 prodotto da **Endemol Shine** che sia nel trailer mostrato che nella presentazione ha puntato sull'aspetto generazionale, adolescenziale più che su quello investigativo. Un **teen mystery drama** in salsa italiana. I dintorni di Torino fanno da sfondo a **La Strada di Casa** (*On the Way Home*) con Alessio Boni e Sergio Rubini, sempre per Rai 1, prodotta da **Casanova** un family drama a tinte thriller con al centro un imprenditore che in coma per cinque anni a seguito di un incidente, si risveglia e dovrà affrontare le verità del suo passato.

La presentazione più ricca è stata quella di **Palomar** che ha presentato ben sei progetti tra quelli pronti e quelli ancora solo sulla carta. Fiore all'occhiello di Palomar sono ovviamente i due nuovi episodi di **Montalbano**, precisamente il 31° e il 32° della lunga saga, di cui è stato mostrato sia un video celebrativo che una divertente scena dei nuovi episodi con le "dimissioni" di Catarella. Il mondo di Andrea Camilleri si amplia in casa Palomar grazie a **I Racconti di Vigata** una serie antologica di film ambientati tra fine '800 e inizi '900 e tratti dai racconti dell'autore, di cui sono state mostrate alcune scene del primo film attualmente in lavorazione che sarà ambientato a fine '800 tra amori, possedimenti, rivalità e aristocrazia. Due nuovi episodi anche per i **Delitti del BarLume,** attualmente in post produzione, che arriveranno prossimamente su Sky e vedranno nel cast l'arrivo di Corrado Guzzanti.

Solamente annunciati visto che ancora non sono entrati in produzione, gli altri tre progetti Palomar quelli più a vocazione internazionale a partire da **Gaddafi**, prodotta con eOne, di cui Roberto Saviano e Nadav Schriman stanno attualmente scrivendo le sceneggiature per le due stagioni già ordinate e che potrebbe entrare in produzione a fine 2018. Palomar ha annunciato inoltre che probabilmente nell'estate 2018 inizieranno le riprese anche di **That Dirty Black Bag** che rientrerà nella tradizione del western all'italiana ma in salsa moderna con venature horror e mystery. Infine a gennaio a Cinecittà partiranno le riprese de **Il nome della Rosa** che come recentemente annunciato, avrà John Turturro nel cast, realizzato per la Rai.

cinemotore BLOG di cinem"A"

Tutto quello che avreste voluto sapere..sullo star system

Tra il mondo della serialità e quello del gaming i rapporti sono sempre più ravvicinati. E' quanto emerso dal seguitissimo panel al MIA

Tra il mondo della serialità e quello del gaming i rapporti sono sempre più ravvicinati. E' quanto emerso dal seguitissimo panel "Creative Emotions – Narrative Gaming vs Scripted Storytelling: Win the Audience in the Centre Field" tenutosi nel corso della terza edizione del MIA, il Mercato dell'Audiovisivo in corso a Roma. Nel periodo d'oro della serialità quello che è più richiesto a livello produttivo è senza dubbio la capacità di creare mondi in grado di generare infinite storie: ed è questo ciò che da sempre fanno i videogiochi che per il mondo dell'audiovisivo possono essere una fonte di grandissima creatività e ispirazione, Al panel hanno preso parte Alessandro Bragalini (Art Director and Concept Artist, Forge Reply, Italy), Pietro Righi Riva (Studio Director, Santa Ragione, Italy), Stefano Sardo (Screenwriter, Italy), Riccardo Tozzi (CEO, Cattleya, Italy), Gerardo Verna (CEO,Trinity Team, Italy) e Luca Dalcò (CEO, LKA, Italy) che hanno anche raccontato le loro esperienze e presentato i loro titoli: tra i più attesi,The Town of Light e il nuovissimo Marta is Dead (LKA) e The Lone Wolf, remake videoludico della famosa saga di libri game (Forge Reply) e Theseus (Forge Reply) come esempio di esperienza VR.

"Ciò che ormai accade nel mondo della serialità è incentrato sul rapporto tra la storia e il su pubblico" – ha spiegato Riccardo Tozzi- "si tratta di un gioco tra chi crea e chi guarda. Il videogioco ha un linguaggio simile: l'utente non solo gioca, ma sceglie il proprio percorso, deframmenta la narrazione. Fra i due mondi c'è un processo di convergenza, in una prospettiva di collaborazione creativa e industriale". "Si percepisce un'enorme libertà" ha continuato Stefano Sardo, "specie per quanto riguarda la possibilità di esplorare generi differenti rispetto ai soliti. Anche in questo il videogioco è all'avanguardia, per le enormi possibilità che offre".

"Ciò che ormai accade nel mondo della serialità è incentrato sul rapporto tra la storia e il suo pubblico" – ha spiegato Riccardo Tozzi- "si tratta di un gioco tra chi crea e chi guarda. Il videogioco ha un linguaggio simile: l'utente non solo gioca, ma sceglie il proprio percorso, deframmenta la narrazione. Fra i due mondi c'è un processo di convergenza, in una prospettiva di collaborazione creativa e industriale". "Si percepisce un'enorme libertà" ha continuato Stefano Sardo, "specie per quanto riguarda la possibilità di esplorare generi differenti rispetto ai soliti. Anche in questo il videogioco è all'avanguardia, per le enormi possibilità che offre".

BLOGO
Informazione libera e indipendente

MIA 2017, un panel rivela la disparità uomo-donna in tv. Andreatta: "Al lavoro su fiction con una donna candidata Presidente del Consiglio"

Di Paolino | sabato 21 ottobre 2017

Al MIA 2017 di Roma un panel ha affrontato il problema della disparità di genere nel mondo dell'intrattenimento, mentre il direttore di Rai Fiction Eleonora Andreatta ha annunciato una serie con protagonista una donna candidata premier



Donne e mondo dello spettacolo: un argomento tanto attuale quanto necessario da affrontare, soprattutto alle luce dello scandalo che ha coinvolto il produttore Harvey Weinstein. Si è parlato anche di questo, infatti, all'incontro **"Powerful women in Global Entertainment"**, tenutosi ieri durante la terza edizione del **MIA**, il Mercato internazionale dell'audiovisivo che si sta svolgendo in questi giorni **a Roma**.

Le accuse rivolte a Weinstein in queste settimane sono state ovviamente commentate dalle protagoniste del panel, che ha approfondito anche il ruolo della figura femminile nella produzione audiovisiva. Un ruolo che, dati alla mano, conferma ancora una disparità di genere.

Basti guardare al mercato più prolifico di produzioni seriali, quello americano, dove nella scorsa stagione televisiva, su 72 show, **il 90,7%** è stato diretto da registi uomini, scritti **nel 95%** dei casi da uomini, così come **l'83%** degli showrunner erano maschi. Cifre imponenti, che arrivano da uno studio dell'**USC Annenberg School for communication and journalism** di Los Angeles e che lasciano alle donne le briciole in un'industria che sembra fare ancora fatica a trovare quell'uguaglianza di genere per cui attrici, registe e produttrici si stanno giustamente battendo in questi anni.

Se la situazione per le addette ai lavori non va bene dietro le quinte, davanti alla macchina da presa le cose non migliorano: sono meno della metà (**il 42%**) le serie tv che l'anno scorso hanno avuto una protagonista femminile, ancora di meno quelle destinate al pubblico tra i 18 ed i 49 anni. Uno studio del **"Center for the Study of Women in Television & Film"** di San Diego, inoltre, rivela che **il 68%** dei telefilm americani è composto soprattutto da un cast maschile e che le donne registe, autrici e produttrici sono solo **il 28%** del totale, in aumento **del 2%** rispetto all'anno precedente. Una situazione che non migliora in Europa dove, secondo il rapporto **"Where are the women directors?"** dell'**"European Women's Audiovisual Network"**, solo un film su quattro è diretto da una donna.

Lo spazio per le donne è ancora scarso: da qui le polemiche che spesso emergono dai set delle serie tv, come quello di X-Files, in cui la protagonista Gillian Anderson, dopo aver combattuto per ottenere lo stesso salario del co-protagonista David Duchovny, ha insistito affinchè a dirigere alcuni episodi dell'undicesima stagione ci fossero anche delle donne, richiesta che è stata accordata dalla **Fox**, che ha affidato proprio a due donne i primi due episodi della stagione.

Come non citare, poi, il successo di The Handmaid's Tale, che ha portato alla ribalta uno scenario post-apocalittico in cui le donne perdono ogni diritto e libertà, diventando solo degli strumenti di procreazione. Lo show, vincitrice dell'**Emmy Award 2017** come **Miglior serie tv drama**, ha permesso a **Reed Morano** di vincere il premio come **Miglior Regia Drama**, diventando la terza donna di sempre a portarsi a casa a portarsi a casa il premio.

Di strada, insomma, ce n'è ancora da fare: il ruolo sempre più importante di autrici e produttrici nella serialità americana può fare ben sperare in un cambio di passo ed in una maggiore consapevolezza di un problema fin ad ora, forse, mai preso seriamente in considerazione.

Ed in Italia? Al panel ha partecipato anche il direttore di **Rai Fiction**, **Eleonora Andreatta**, la prima a donna nel nostro Paese a ricoprire un ruolo del genere. La Andreatta, fin dal suo arrivo in Rai Fiction, si è data da fare per mandare in onda serie che rappresentassero una figura femminile sempre più realistica e variegata:

> *"Il mio lavoro è stato lavorare tanto sulla realtà, prima c'erano molti melodrammi e commedie ma pochissime serie parlavano di realtà. In Italia il personaggio predominante è sempre stato l'uomo, da Cattani a Montalbano, e c'erano pochissime donne rappresentate, la maggior parte erano madri o protagoniste di storie d'amore. Abbiamo presentato la varietà di ruoli che una donna può avere oggi, una donna che lavora e sta in famiglia, abbiamo raccontato il suo modo di essere sia nel pubblico che nel privato. Abbiamo cambiato anche il modo di rappresentarle fisicamente, negli anni '80 erano belle e giovani e apprezzate dagli uomini, secondo criteri omologati che valevano sia per la pubblicità che per le fiction, noi vogliamo rappresentare un altro tipo di bellezza, che metta in luce il temperamento e il carattere delle donne".*

A ben vedere, in effetti, la fiction Rai in questi anni ha avuto un incremento delle protagoniste femminili, così come nei cast delle produzioni le donne hanno assunto ruoli differenti e capaci di portare alle storyline nuovi archi narrativi. In questa direzione sembra volersi muovere la Andreatta che, sempre durante il panel, ha annunciato la lavorazione **ad una serie in cui la protagonista sarà una donna che si candida a Primo ministro italiano**.

ANSA.it Cultura

Bernini vs Borromini, geni e rivali

Il nuovo progetto di Endemol Shine Italy presentato al Mia

Redazione ANSA

ROMA

21 ottobre 2017
17:24
NEWS

Suggerisci
Facebook
Twitter
Google+
Altri
A+ A A-
Stampa



© ANSA
CLICCA PER INGRANDIRE

(ANSA) - ROMA, 21 OTT - Due geni alla ricerca della perfezione e della bellezza. Due rockstar della loro epoca, protagonisti di un racconto moderno che parla di un'amicizia che si trasforma in rivalità, umana e artistica, che ha caratterizzato il XVII secolo, cambiando per sempre la storia dell'arte, e che continua ad appassionare ancora oggi. E' "Beautiful Minds: Bernini vs Borromini", il nuovo progetto di Endemol Shine Italy presentato durante la seconda edizione del Mia Drama Series Pitching Forum, all'interno della terza edizione del Mercato internazionale dell'audiovisivo, in corso a Roma fino al 23 ottobre.

Ideato e scritto da Davide Sala, Eleonora Fiorini, Giorgia Mariani, "Beautiful Minds: Bernini vs Borromini" è un period drama ambientato nella Roma del XVII secolo. Ma non è il classico racconto biografico. La serie, infatti, utilizza uno stile moderno e visionario per raccontare la grande rivalità artistica e umana di Gian Lorenzo Bernini e Francesco Borromini, due dei più talentuosi artisti di tutti i tempi.

Bresciaoggi

21.10.2017

Tags: ROMA , Bernini vs Borromini, geni e rivali

Bernini vs Borromini, geni e rivali



(ANSA) - ROMA, 21 OTT - Due geni alla ricerca della perfezione e della bellezza. Due rockstar della loro epoca, protagonisti di un racconto moderno che parla di un'amicizia che si trasforma in rivalità, umana e artistica, che ha caratterizzato il XVII secolo, cambiando per sempre la storia dell'arte, e che continua ad appassionare ancora oggi. E' "Beautiful Minds: Bernini vs Borromini", il nuovo progetto di Endemol Shine Italy presentato durante la seconda edizione del Mia Drama Series Pitching Forum, all'interno della terza edizione del Mercato internazionale dell'audiovisivo, in corso a Roma fino al 23 ottobre. Ideato e scritto da Davide Sala, Eleonora Fiorini, Giorgia Mariani, "Beautiful Minds: Bernini vs Borromini" è un period drama ambientato nella Roma del XVII secolo. Ma non è il classico racconto biografico. La serie, infatti, utilizza uno stile moderno e visionario per raccontare la grande rivalità artistica e umana di Gian Lorenzo Bernini e Francesco Borromini, due dei più talentuosi artisti di tutti i tempi.

COM-MAJ

cinemotore BLOG di cinem"A"

Tutto quello che avreste voluto sapere..sullo star system

Re: MIA: Successo per il panel sul ruolo femminile nell'entertainment tra successi, caso Weinstein e dati: solo il 9% dei registi è donna nei tv show USA. Eleonora Andreatta annuncia progetto su donna candidata premier

Su 72 show americani della stagione 2016-17, i registi uomini sono stati il 90,7%, gli autori il 95%, gli showrunners l'83% con percentuali residuali per le donne. Basterebbero questi dati, estrapolati da uno studio della USC Annenberg School for communication and journalism di Los Angeles, per rappresentare l'emergenza di genere nell'industria dell'audiovisivo, al centro dell'incontro Powerful women in Global Entertainment, uno dei panel più attesi della terza edizione del MIA, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo nel corso della seconda giornata di lavori a Roma. Sala del Barberini strapiena per l'incontro che, in questo momento cruciale con le pesantissime accuse ad Harvey Weinstein, ha assunto un valore particolare. Accuse che sono rimbalzate subito nell'incontro nelle parole di Katherine Pope, produttrice esecutiva di "New Girl" e "Terra Nova": "Finalmente dopo 20 anni la vicenda Weinstein è uscita allo scoperto ma c'è ancora tanto lavoro da fare ovviamente", ha spiegato. "Non sapevamo delle violenze che stanno venendo fuori in questi giorni", le ha fatto eco Sally Woodward Gentle (direttore creativo di "Downton Abbey"). E per capire il grande lavoro che resta da fare basti pensare che sono ancora in minoranza (42%) le serie tv prodotte in Usa tra il 2016 e il 2017 che contengono personaggi femminili o hanno ruoli femminili da protagoniste, percentuale che si abbassa leggermente nelle serie destinate ad un pubblico adulto (18-49 anni). Malgrado le donne siano sempre più presenti ai vertici nell'industria dell'intrattenimento, secondo uno studio del "Center for the Study of Women in Television & Film" di San Diego, il 68% dei programmi televisivi americani sono composti da un cast più maschile che femminile mentre dietro la telecamera, nei ruoli di creatore, regista, autore, produttore ed editor le donne rappresentano solo il 28% (+2 rispetto all'anno scorso).

Per quanto riguarda invece il contesto europeo, l' "European Women's Audiovisual Network" nel rapporto "Where are the women directors?" evidenzia la significativa sotto-rappresentazione di registi femminili in tutti livelli dell'industria. Secondo lo studio, solo un film su quattro è diretto da una donna. Non stupisce quindi che Reed Morano, vincitrice dell' Emmy come "Miglior regia in una serie drammatica" per The Handmaid's Tale, sia solo la terza donna della storia ad essersi aggiudicata il riconoscimento. All'incontro hanno partecipato anche Katie O'Connell Marsh, produttrice esecutiva di "Narcos" e "Hannibal", Kate Crowe, produttrice di "Misfits" e "Taboo", , Rola Bauer (Studio Canal), inserita da The Hollywood Reporter tra le 20 donne più potenti dell'industria televisiva globale, Helen Gregory, produttore esecutivo di "The Catch" e "No Angels" e Eleonora Andreatta, direttrice di Rai Fiction che ha ricordato di essere stata la prima responsabile del settore in Italia: "Il mio lavoro è stato lavorare tanto sulla realtà, prima c'erano molti melodrammi e commedie ma pochissime serie parlavano di realtà. In Italia il personaggio predominante è sempre stato l'uomo, da Cattani a Montalbano, e c'erano pochissime donne rappresentate, la maggior parte erano madri o protagoniste di storie d'amore. Abbiamo presentato la varietà di ruoli che una donna può avere oggi, una donna che lavora e sta in famiglia, abbiamo raccontato il suo modo di essere sia nel pubblico che nel privato. Abbiamo cambiato anche il modo di rappresentarle fisicamente, negli anni 80 erano belle e giovani e apprezzate dagli uomini, secondo criteri omologati che valevano sia per la pubblicità che per le fiction, noi vogliamo rappresentare un altro tipo di bellezza, che metta in luce il temperamento e il carattere delle donne". E annuncia un progetto con una ragazza che si candida per la presidenza del Consiglio.

DAVIDEMAGGIO.it
La TV dietro le quinte

MIA 2017: l'Italia della fiction si presenta all'estero puntando (ancora) sulla mafia

sabato 21 ottobre 2017 15:59 Mattia Buonocore

Fiction, Il Commissario Montalbano, Televisione



Lino Guanciale ai MIA

Gira che ti rigira, siamo sempre là. Innovazione, novità, nuovi linguaggi, *bla bla*, ma alla fine **l'Italia si presenta all'estero** puntando soprattutto su titoli di mafia e dintorni. Le immagini mostrate, sotto forma di trailer o video pitch, agli ***Italian TV Upfronts*** del **Mia 2017** dalle diverse case di produzione nostrane riguardano, tra le altre, serie come Suburra, Gomorra 3, **Zero Zero Zero**, I Mille Giorni di Mafia Capitale, Il Cacciatore, **Ultimo 5**, Solo 2. E' lo stesso **Luca Bernabei**, amministratore delegato di Lux Vide, ad **ironizzare** sul curioso, ma prevedibile, scenario presentando **I Medici 2** come la serie in cui si narra della **mafia ai tempi del Rinascimento**, cosa che naturalmente non è (qui il cast rivoluzionato).

Il "proprietario" di Don Matteo, in vena di battute, salito sul palco del Mercato Internazionale dell'Audiovisivo, con Frank Spotnitz, showrunner de I Medici, scherza addirittura sull'incontro tirando in ballo la **cocaina** che il pubblico in sala avrebbe assunto per reggere l'alternarsi di trailer e presentazioni!

Oltre a Bernabei, a tenere banco è stato anche **Lino Guanciale**, protagonista de La Porta Rossa 2 di Vela Film che dovrebbe vedere la luce a febbraio 2019 su Rai2. L'attore scherza sull'**aumento di stipendio** che potrebbe essere anche la ragione valida per il rinnovo della serie ambientata a Trieste. La citazione, con tanto di elogio, della città, asserisce, potrebbe provocare **un orgasmo** al rappresentante della regione presente in sala. Menzione di merito per Lino, che è stato **uno dei pochi a parlare correttamente inglese**, per il resto l'alternanza di manager ha mostrato un livello scarso di **conoscenza della lingua straniera**, accompagnata anche, come se non bastasse, da una scarsa preparazione. Almeno i vari "*head of drama*" potevano fare uno sforzo di memoria e imparare i brevi discorsi. Altro attore presente è Alessio Boni, protagonista di La strada di casa, una saga prodotta da Casanova tra lo psicologico e il thriller, in onda su Raiuno a metà novembre, con il protagonista che resta in coma a causa di un trauma e al suo risveglio si accorge che molte delle cose in cui credeva erano false.

Tra i progetti non mafia presentati incuriosisce **Sirene**, dal 26 ottobre su Rai1, scommessa fantasy di **Cross Production**. La stessa società annuncia Rocco Schiavone 2 per la primavera 2018 e lancia **Il Cacciatore** sull'arresto di boss come Leoluca Bagarella, Giovanni Brusca. Assicurano che non è la solita storia di mafia alla quale siamo abituati. Protagonista buono è **Francesco Montanari,** storico Libanese della serie Romanzo Criminale prodotta da Cattleya. Quest'ultima casa di produzione conferma l'inizio delle riprese di **Zero Zero Zero** a marzo 2018. La serie, tratta dall'omonimo romanzo di Roberto Saviano, segue il viaggio della cocaina, dal Messico all'Europa. Atmosfere "narcos" anche per **Ultimo 5 – Operazione Il Cobra** di Taodue, con Raoul Bova questa volta infiltrato tra i narcotrafficanti.

Impossibile poi non parlare de **Il Commissario Montalbano.** Palomar mostra le prime immagini di uno dei due episodi (Amore e La giostra dei cavalli). C'è un vero colpo di scena: **Catarella rassegna le dimissioni**. Perchè? Lo scopriremo la prossima primavera su Rai1. La stessa casa di produzione presenta I Racconti di Vigata, che fa parte del progetto di tv movie sui romanzi di Andrea Camilleri e conferma l'inizio delle riprese, a gennaio 2018, de **Il Nome della Rosa**. In lavorazione **Gheddafi**, con Roberto Saviano che segue la sceneggiatura, e una nuova tipologia di racconto western.

E-DUESSE.IT

TELEVISIONE

21 OTTOBRE 2017 14:24

NEL 2016 OLTRE 191 MILIARDI DI VISITE A SITI PIRATA

Stefano Radice



ù

Oltre il 65% le visioni illegali in streaming. I dati del convegno che si è svolto a Roma nell'ambito del Mia

Ci sono miliardi di infrazioni ogni anno relative alla pirateria audiovisiva. Un dato impressionante da cui si è partiti questa mattina durante il convegno "Everything you always wanted to know about distribution but you were too afraid to ask: piracy" organizzato a Roma nell'ambito del Mia – Mercato Internazionale dell'audiovisivo. L'inglese Chris Anderson, che lavora per Muso – società che si occupa di lotta alla pirateria – ha fornito una serie di dati interessanti sul tema: "Il 24% della banda Internet è utilizzato da attività di pirateria. Nel 2016 ci sono state ben 191 miliardi di visite a siti pirata. Sono state 57,1 miliardi le visioni di film piratati di cui il 65,2% in streaming. Il 31% è stato fruito su mobile". In Italia ci sono stati oltre un miliardo di visioni illegali di film di cui il 70% in streaming e l'8% in download; numeri analoghi anche per la Germania dove lo streaming ha inciso per il 62% e il download per il 30%.

In Francia sono state 2,4 miliardi le visioni illegali di film, di cui il 73% in streaming e il 9% in download. Sono stati poi fatti alcuni casi di film. *La mia vita da zucchina* ha avuto 1,6 miliardi di visioni pirata di cui un miliardo in streaming; *Frantz* ha avuto 988mila visioni pirata di cui il 17% in Italia. A proposito di Italia, Anderson ha sottolineato che da marzo a luglio 2017 si è registrato un calo del 20% di visite ai siti pirata, scese da 20 miliardi a 16,4 miliardi. Nel suo intervento, Federico Bagnoli Rossi, segretario generale Fapav, ha sottolineato che "il 39% degli adulti, almeno una volta ha piratato un film, una serie o uno show. Il 33% delle infrazioni avviene sul digitale e il 33% riguarda i film. Il 51% degli under 15 pirata contenuti audiovisivi (45% in digitale; il 45% riguarda film e il 25% le serie Tv)". Lo streaming è preferito dal 24% degli adulti e dal 34% degli under 15. L'importo economico della pirateria nel 2016 è stato di 686 milioni di euro. Il 52% dei film è piratato nei primi tre giorni di vita in sala e il 77% entro la prima settimana di programmazione. "La lotta alla pirateria – ha spiegato Bagnoli Rossi - si porta avanti seguendo tre linee fondamentali: azione legislativa, incremento dell'offerta legale e politiche di educazione. Due in particolare le iniziative che hanno visto Fapav coinvolta: 'Rispetta la creatività' e 'Io faccio film'". Carlotta Calori, produttrice con Indigo, nel suo intervento ha fatto presente che "con la pirateria i vecchi modelli di business non sono efficaci, bisogna svilupparne di nuovi. Come produttori ci stiamo interrogando su questo punto. In particolare quando realizziamo film rivolti ai ragazzi che passano molto tempo in Rete".

il Giornale.it spettacoli

Sirene, storia e camorra. Le nuove fiction sempre più internazionali

Tornano "Gomorra", "I Medici" e "La porta rossa". Coinvolgente "La strada di casa" con Boni

Laura Rio - Sab, 21/10/2017 - 09:09

commenta G+ Mi piace 12

Se questi sono gli assaggi, nelle prossime settimane e mesi non dovremo temere l'astinenza da fiction e serie.



Di quelle avvincenti che non ti fanno pentire d'essere a casa sul divano. Trailer e mini visioni sono stati presentati ieri al MIA, il mercato internazionale dell'audiovisivo che si chiuderà domani a Roma e che, alla terza edizione, sta diventando sempre più importante, coinvolgendo 1400 operatori di tutto il mondo. Dalle Sirene napoletane in onda dal 26 ottobre su Raiuno alla terza stagione di Gomorra, in arrivo il 17 novembre su Sky Atlantic fino all'atteso romanzo storico di Camilleri, tante le serie presentate agli investitori stranieri dagli attori protagonisti e dai maggiori produttori italiani, da Cattleya a Endemol, da Lux Vide a Palomar a Taodue. Tutte aziende che ormai seguono un solo imperativo: la coproduzione internazionale, unico modo per realizzare fiction importanti e costose.

Cominciamo, dalle più vicine in ordine di messa in onda. Le Sirene, un fantasy scritto da Ivan Cotroneo della Cross Production, affronta il tema dell'antica battaglia tra maschi e femmine coinvolgendo mare e terra: quattro creature acquatiche con le fattezze di Maria Pia Calzone (la moglie del boss Savastano di Gomorra), Valentina Bellè, Denise Tantucci e la piccola Rosy Franzese, arrivano sulla Terraferma, a Napoli, per cercare un tritone scomparso, Ares. Invece incontrano un insegnante di pallavolo, Luca Argentero. La forza della commedia sta anche nelle belle inquadrature di Napoli.

In La strada di casa, una saga tra lo psicologico e il thriller, in onda su Raiuno a metà novembre, Alessio Boni è invece Fausto, che resta in coma a causa di un trauma. Al suo risveglio ha perso la memoria e inizia a guardare la propria esistenza in modo diverso, soprattutto rispetto alla sua figura di padre. Spiega Boni: «Sono un uomo che odia il se stesso di prima».
Attesa è ovviamente la terza stagione di Gomorra, dove Ciro (Marco D'Amore) si deve ricostruire una vita e un clan dopo l'uccisione del boss dei boss Savastano. La scena si sposta da Scampia al centro città di Napoli, ma la violenza, la droga, l'avidità restano le stesse. Il fulcro sarà la sfida tra Genny Savastano che cerca di coprire il vuoto di potere lasciato dalla morte del padre e Ciro (Di Marzio) che vuole prendersi la sua fetta dell'impero.

Nei prossimi mesi arriveranno altri prodotti importanti, di cui ieri si sono viste le prime immagini. Sul primo canale a novembre Scomparsa della Endemol con Vanessa Incontrada; a gennaio È arrivata la felicità 2, la brillante commedia familiare con Claudia Pandolfi e Claudio Santamaria. E poi le saghe in programma per il prossimo anno: I Medici 2, faraonica co-produzione, con Sean Bean, Raoul Bova e Alessandra Mastronardi, che racconta le gesta della casata fiorentina («L'Italia non è solo camorra e mafia», ha detto scherzando ma non troppo Luca Bernabei della Lux Vide); quindi la seconda stagione de La porta rossa con protagonista Lino Guanciale tra la vita e la morte; La mossa del cavallo che fa parte del progetto sui tv movie tratti dai racconti storici di Andrea Camilleri e anche i nuovi episodi del Commissario Montalbano, cioè Amore e La giostra dei cavalli, tutti in arrivo a primavera; Il cacciatore, storia avvincente di un giovane magistrato a caccia di mafiosi dopo la strage di Capaci. Da non dimenticare la quinta stagione di Ultimo con Raoul Bova e la seconda di Solo con Marco Bocci, della Taodue, per Canale 5.

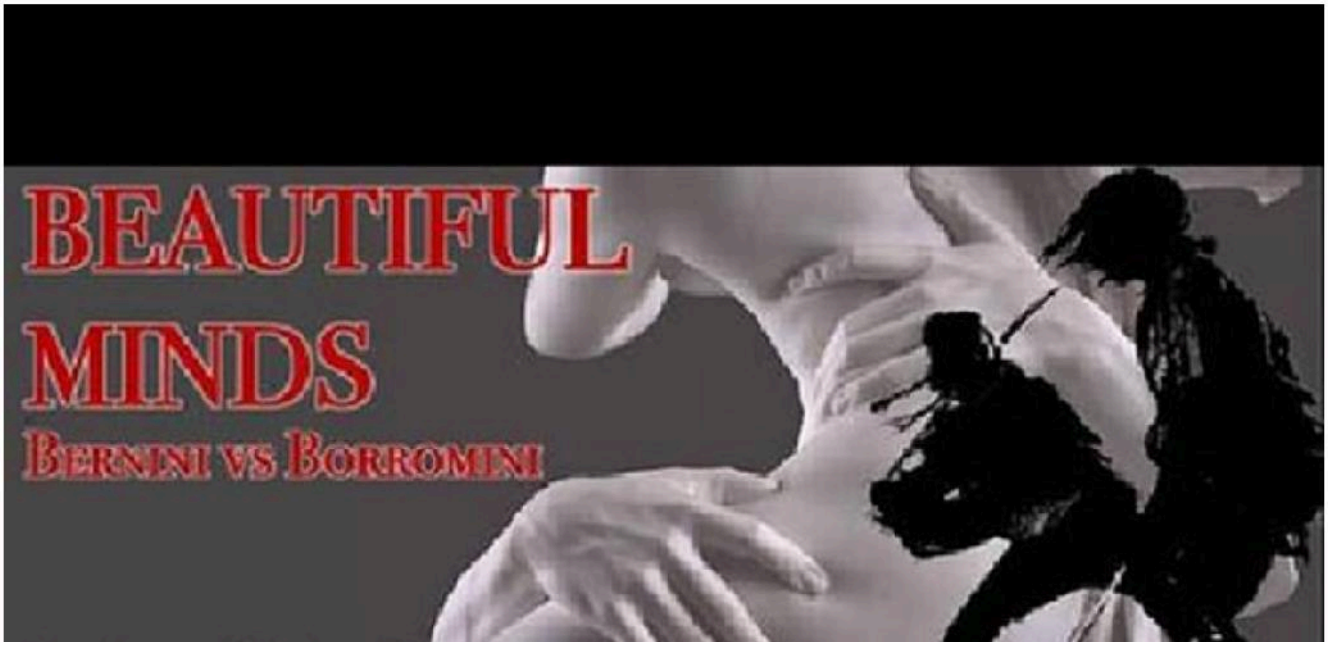
Si è parlato anche di Zero zero zero, produzione Sky, tratto dal secondo libro di Roberto Saviano dedicato ai cartelli sudamericani delle droghe, ancora in fase di scrittura (le riprese inizieranno a marzo). Saviano sta anche scrivendo una sceneggiatura su Gheddafi. Della stessa casa di produzione, la Palomar, è la mega produzione tratta da Il nome della rosa, con star come John Turturro e Rupert Everett: si comincerà a girare a gennaio a Cinecittà.

IL GIORNALE DI VICENZA
26 ottobre 2017

21.10.2017

Tags: ROMA , Bernini vs Borromini, geni e rivali

Bernini vs Borromini, geni e rivali



Aumenta
Diminuisci
Stampa
0
Mi piace
Condividi
Tweet
Segui
G+

(ANSA) - ROMA, 21 OTT - Due geni alla ricerca della perfezione e della bellezza. Due rockstar della loro epoca, protagonisti di un racconto moderno che parla di un'amicizia che si trasforma in rivalità, umana e artistica, che ha caratterizzato il XVII secolo, cambiando per sempre la storia dell'arte, e che continua ad appassionare ancora oggi. E' "Beautiful Minds: Bernini vs Borromini", il nuovo progetto di Endemol Shine Italy presentato durante la seconda edizione del Mia Drama Series Pitching Forum, all'interno della terza edizione del Mercato internazionale dell'audiovisivo, in corso a Roma fino al 23 ottobre. Ideato e scritto da Davide Sala, Eleonora Fiorini, Giorgia Mariani, "Beautiful Minds: Bernini vs Borromini" è un period drama ambientato nella Roma del XVII secolo. Ma non è il classico racconto biografico. La serie, infatti, utilizza uno stile moderno e visionario per raccontare la grande rivalità artistica e umana di Gian Lorenzo Bernini e Francesco Borromini, due dei più talentuosi artisti di tutti i tempi.

COM-MAJ

Spettacoli e Cultura

Fiction, che cosa vedremo: Montalbano, Lorenzo il Magnifico e Gomorra 3



Michele Riondino nel primo dei "Racconti di Vigata", nuova serie nata da Camilleri; Daniel Sharman (Teen Wolf) nei panni di "Lorenzo il Magnifico" e Raoul Bova per Papa Sisto in "Medici: Masters of Florence - The magnificent"; Roberto Saviano creatore insieme a Nadav Schirman di "Gheddafi", sul leader libico. Saranno fra i protagonisti delle nuove serie made in Italy in arrivo o in lavorazione, presentate ai buyers internazionali, in Italian Tv Upfronts, sezione del Mia, il Mercato internazionale dell'audiovisivo in corso a Roma. Mentre è già in onda "Suburra", e sta per debuttare "Gomorra 3", Cattleya è pronta all'avventura di "Zero zero zero", serie per Sky tratta dal bestseller di Saviano, diretta da Stefano Sollima (riprese da marzo).

«La storia si snoda in 4 continenti e sei Paesi. Al centro della trama la consegna di un carico di droga dal Messico all'Europa», ha spiegato Kim Gualino di Cattleya. Tra febbraio e marzo tornerà Il commissario Montalbano, con due nuovi episodi, "Amore" e "La giostra degli scambi" (in anteprima è stata mostrata una scena su qualcosa di strano che succede a Catarella). E sempre in primavera, sull'ammiraglia Rai, debutteranno "I racconti di Vigata", storie «con soggetti forti, come passione, vendetta, corruzione», ha spiegato Nicola Serra di Palomar, ambientate in una Sicilia tra 19/o e 20/o secolo. Si comincia con 'La mossa del cavallò che ha per protagonista Michele Riondino.

La Palomar ha in cantiere anche "Il nome della rosa" (riprese a inizio 2018), con John Turturro e Rupert Everett; la serie steampunk western "That dirty black bag" (riprese in estate) e Gheddafi, sul leader libico, ideata da Saviano con Nadav Schirman. «Si stanno pianificando le prime due stagioni, le riprese inizieranno a fine 2018 - ha detto Serra -. Ancora non abbiamo scelto il partner in Italia, siamo in trattativa». Cross Productions, che ha realizzato "Sirene" (al debutto la prossima settimana su Rai1) e "Rocco Schiavone" (che tornerà in primavera), proporrà anche "Il Cacciatore", nella quale Francesco Montanari è un magistrato ispirato a Alfonso Sabella che ha mandato in prigione boss come Leoluca Bagarella e Giovanni Brusca. A novembre debutterà su Rai1 "Scomparsa" con Vanessa Incontrada, con unisce conflitto generazionale e noir: «Vuole attirare sia un pubblico giovane che quello classico di Rai1», ha detto Massimo Del Frate di Endemol Shine Italy.

Raoul Bova tornerà a uno dei suoi personaggi simbolo con Ultimo - Operazione Cobra diretta da Alexis Sweet, e girata tra Italia e Messico, con l'ufficiale dei carabinieri stavolta sotto copertura per sbaragliare il cartello degli Zetas. Inoltre Taodue sempre per Canale 5 ha realizzato "Solo 2", con Marco Bocci. In primavera inizieranno le riprese della seconda stagione di "La porta rossa", con Lino Guanciale, ideata da Carlo Lucarelli e Giampiero Rigosi, grande successo di Rai2, prodotto da Vela Film. La messa in onda è prevista a febbraio 2019. Alessio Boni è un allevatore che, dopo essere uscito da un coma durato cinque anni, inizia ad indagare sui misteri nella sua vita in "La strada verso casa" di Riccardo Donna (Casanova Multimedia per Rai1). In arrivo anche amori, famiglie e canzoni di "È arrivata la felicità 2" (Publispei), di cui sono appena finite le riprese. Una «rivoluzione rock con la giovane generazione che prende il potere a Firenze»: così Luca Bernabei di Lux Vide descrive "Medici: Masters of Florence - The magnificent", seconda stagione, con Frank Spotniz come showrunner, sulla famiglia fiorentina. Nel ruolo del Magnifico, l'inglese Daniel Sharman (Teen Wolf); con lui fra gli altri, Bradley James, per Giuliano De Medici, un inedito Raoul Bova per Papa Sisto, Alessandra Mastronardi per Lucrezia Donati e Sean Bean ("Il trono di spade") per Jacopo dè Pazzi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'Arena

21.10.2017 Tags: ROMA , Bernini vs Borromini, geni e rivali

Bernini vs Borromini, geni e rivali



Aumenta
Diminuisci
Stampa
0
Mi piace
Condividi
Tweet
Segui
G+

(ANSA) - ROMA, 21 OTT - Due geni alla ricerca della perfezione e della bellezza. Due rockstar della loro epoca, protagonisti di un racconto moderno che parla di un'amicizia che si trasforma in rivalità, umana e artistica, che ha caratterizzato il XVII secolo, cambiando per sempre la storia dell'arte, e che continua ad appassionare ancora oggi. E' "Beautiful Minds: Bernini vs Borromini", il nuovo progetto di Endemol Shine Italy presentato durante la seconda edizione del Mia Drama Series Pitching Forum, all'interno della terza edizione del Mercato internazionale dell'audiovisivo, in corso a Roma fino al 23 ottobre. Ideato e scritto da Davide Sala, Eleonora Fiorini, Giorgia Mariani, "Beautiful Minds: Bernini vs Borromini" è un period drama ambientato nella Roma del XVII secolo. Ma non è il classico racconto biografico. La serie, infatti, utilizza uno stile moderno e visionario per raccontare la grande rivalità artistica e umana di Gian Lorenzo Bernini e Francesco Borromini, due dei più talentuosi artisti di tutti i tempi.

COM-MAJ

la Rondine itinerari culturali

MIA di successo

di Gianfranco Nitti



Oltre 1800 accreditati, 58 Paesi partecipanti tra cui la Finlandia, 45 progetti, più di 60 mila incontri, 120 film, affollati TV Upfront e What's next Italy. E' il boom registrato dalla terza edizione del **MIA,** il **Mercato internazionale dell'audiovisivo** conclusosi il 22 ottobre 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 modello centrato 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". 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".

Tra i 58 paesi rappresentati, non mancava la Finlandia, con quattro aziende presenti: *Vertigo, Cinemanse, Empire Pictures, Cinema Mondo*.



In particolare **Minna Virtanen**, produttore e direttore di **Vertigo**, con base a Helsinki, per quanto riguarda questa edizione del MIA, afferma che "è stata molto importante ed utile. Il forum MIA dedicato alle serie TV era ben organizzato. Sono rimasto sorpresa dal fatto che tutti i progetti selezionati fossero produzioni elevate. È stato un grande onore essere inclusi in questo fantastico gruppo di progetti".

Per quanto riguarda un particolare aspetto dell'attività, aggiunge che "poiché disponiamo già di collaboratori e agente di vendita mondiale (Federation Entertainment), stavo cercando diffusori di programmi. Penso che non facciano mai affari in forum relativi a serie, poiché questo è il luogo in cui ci si connette alla giusta categoria di persone e le trattative commerciali iniziano da qui. Il forum sulle serie TV del MIA offre una grande opportunità di individuare le persone giuste e le migliori aziende del settore. Questa è la cosa più importante".

LA SICILIA

ROMA

Bernini vs Borromini, geni e rivali

21/10/2017 - 17:30

Il nuovo progetto di Endemol Shine Italy presentato al Mia



ROMA, 21 OTT - Due geni alla ricerca della perfezione e della bellezza. Due rockstar della loro epoca, protagonisti di un racconto moderno che parla di un'amicizia che si trasforma in rivalità, umana e artistica, che ha caratterizzato il XVII secolo, cambiando per sempre la storia dell'arte, e che continua ad appassionare ancora oggi. E' "Beautiful Minds: Bernini vs Borromini", il nuovo progetto di Endemol Shine Italy presentato durante la seconda edizione del Mia Drama Series Pitching Forum, all'interno della terza edizione del Mercato internazionale dell'audiovisivo, in corso a Roma fino al 23 ottobre. Ideato e scritto da Davide Sala, Eleonora Fiorini, Giorgia Mariani, "Beautiful Minds: Bernini vs Borromini" è un period drama ambientato nella Roma del XVII secolo. Ma non è il classico racconto biografico. La serie, infatti, utilizza uno stile moderno e visionario per raccontare la grande rivalità artistica e umana di Gian Lorenzo Bernini e Francesco Borromini, due dei più talentuosi artisti di tutti i tempi.

LA STAMPA

Le donne della televisione al MIA 2017: un incontro all'insegna del cambiamento

Un meeting tra le protagoniste femminili del piccolo schermo: produttrici, CEO, responsabili e dirigenti. Tra loro anche Eleonora Andreatta di Rai Fiction



GIANMARIA TAMMARO

Pubblicato il 21/10/2017

Al MIA di quest'anno, nella cornice del cinema Barberini di Roma, tra novità del grande e del piccolo schermo, ha trovato spazio anche una delle discussioni più attuali nel mondo dello spettacolo: quella sulla parità di genere e di opportunità. Tra le speaker, o panelist, c'era anche Eleonora Andreatta, direttrice di Rai Fiction: «l'unica donna – ha tenuto a precisare – ad aver mai ricoperto una posizione del genere in Italia». Il nome dell'incontro è stato "Powerful woman in Global Entertainment", che tradotto in italiano diventa: "Donne potenti nell'intrattenimento mondiale".

Si è parlato di innovazione ovviamente, e di opportunità. Sono stati citati i numeri, tra cui uno dei più significativi è stato il rapporto tra registi uomini e registi donne nella televisione: da una parte 68, dall'atra solo 7. E anche quello tra scrittori uomini e scrittori donna: 95 contro 27. La discussione è partita dall'attualità, dallo scandalo Harvey Weinstein («abbiamo una brutta abitudine a rendere tendenza quelli che sono argomenti importanti, quotidiani», ha detto Helen Gregory, Managing Director dei Pinewood Studios), e si è spostato in breve su quelle che sono le sfide della produzione seriale oggi.

Primo problema: manca una prospettiva femminile. E troppo spesso, dietro la telecamera, ci solo uomini che – hanno concordato le speaker – non riescono ad aggiungere sfumature e profondità alla storia. «Le donne – ha detto Katherine Pope, Head of TV Division di Studio 8 – tendono ad essere più inclusive. Quello che ci aspetta è un lavoro di ogni giorno».

«Per raccontare la realtà – è intervenuta Eleonora Andreatta – serve anche il punto di vista delle donne. Quando sono arrivata alla Rai è stato importante anche cambiare il modo in cui le donne, fisicamente, venivano mostrate: sempre giovani e perfette». Il nostro, ha continuato Rola Bauer di Studio Canal, «è un problema fondamentalmente di diversità. Ora che il vaso di Pandora è stato aperto», ora, cioè, che uno degli aspetti più terribili dello show business è venuto alla luce, «è il momento di cogliere l'attimo: "carpe diem!"».

Tra le serie tv che hanno avuto successo negli ultimi anni, quelle che hanno protagoniste femminili, spesso, non sono state scritte o girate da donne. Ma da uomini. «Solo "Girls" fa eccezione. Anche "Big Little Lies" ha un regista uomo». L'obiettivo, però, non è quello di avere solo donne che raccontano donne: «Anche gli uomini – ha detto Sally Woodward Gentle, della Gentle Films – devono imparare a raccontarle. Ora sono tutti terrorizzati». E quello che conta, ha continuato la Bauer, «è saper dire di no. Nella mia carriera ho detto tante volte di no. Forse sarei arrivata a questo punto molto più velocemente, ma ora ci sono ed è questo quello che conta».

«Sono incredibilmente incoraggiata – ha detto la Gregory – dalla solidarietà che c'è oggi tra le donne». Il cambiamento, però, è un processo complicato: su questo tutte le speakers sono state d'accordo. E non passa da un solo genere. «"Che cosa possiamo fare come uomini?", mi ha chiesto un mio studente – ha raccontato Katie O'Connel Marsh, CEO di Platform Media –. Confesso di essermi sentita felice in quel momento».

Eccole, allora, le donne. Il mondo dell'intrattenimento resta un mondo a prevalenza maschile, con i suoi problemi (alcuni, e il caso Weinstein lo dimostra, terribili). Eppure, è questa la sensazione, qualcosa si sta muovendo. Quantomeno c'è una voglia diversa, maggiore, di raccontare storie più belle e appassionanti: e anche da qui, volendo, passa la rivoluzione. Dalla ricerca della qualità che si esprime al meglio quando c'è diversità nella voce e negli occhi di racconta.

Marida Caterini la tv e...
Testata giornalistica iscritta al registro della stampa del Tribunale di Roma, al numero 187/2015



Italian Tv Upfront al MIA, presentate le prossime serie italiane

Sabato, 21 Ottobre 2017 08:22 Serena Angelucci

La presentazione delle principali serie del nostro paese , tra cui la seconda stagione de I Medici e la terza di Gomorra.

Al MIA Mercato Italiano Audiovisivi sono stati presentati i trailer delle principali serie made in Italy che hanno anche un più ampio respiro internazionale. Tra queste la seconda stagione de I Medici che sarà dedicata a Lorenzo il Magnifico. Il titolo internazionale è Medici, Masters of Florence- The Magnificent.
Sono state annunciate le new entry del nuovo cast: Alessandra Mastronardi, Raoul Bova,Daniel Sharman, Bradley James. Le riprese della seconda stagione non sono ancora concluse. La serie I Medici arriverà anche su Netflix ma soltanto negli Stati Uniti.

La prima edizione degli Italian TV Upfront ha presentato dunque le principali serie molte delle quali sono in partenza su Rai 1. Tra queste Sirene all'esordio il prossimo 26 ottobre che era stata già presentata in anteprima al Giffoni Film festival.
In arrivo anche E' arrivata la felicità con la seconda stagione previste su Rai 1 nel 2018.

Da sottolineare che sia Sirene che E' arrivata la felicità sono state ideate e sceneggiate da Ivan Cotroneo. Anche Sirene sarà un prodotto a livello internazionale che arriva sul mercato di oltre confine con il titolo di Mermaids in Naples.

Altra serie annunciata Hunter il cacciatore che è incentrata sulla lotta alla mafia negli anni 90. E racconta in particolare la storia di Alfonso Sabella interpretato da Francesco Montanari.



Spazio anche a Gomorra la terza stagione, prodotto da Cattleya.

In preparazione **ZeroZeroZero** in 8 episodi con la regia di Stefano Sollima: una coproduzione di Sky insieme a Canal plus. Il serial è naturalmente ispirato al libro di Roberto Saviano.

Presente anche **Ultimo** una miniserie in due puntate che celebra il quinto capitolo e sarà in onda su Canale 5 con la interpretazione di Raoul Bova.

Sono state mostrate anche alcune immagini del sequel di **Solo** con Marco Bocci: le riprese si sono già concluse. La destinazione è Canale 5.

Scopo del MIA è anche di **promuovere** il territorio italiano. In quest'ottica sono stati presentati progetti che hanno come scenario altre città del nostro paese.

Primo, La Porta Rossa 2 che si svolge a Trieste con Lino Guanciale: le riprese dovrebbero partire nella primavera del 2018.



Poi c'è **Scomparsa** ambientata a **San Benedetto del Tronto** che arriva su Rai1 il prossimo novembre

Torino è anche il palcoscenico per **La strada di casa** con Alessio Boni e Sergio Rubini prodotta da Casanova. La storia racconta di un imprenditore che dopo 5 anni di coma si sveglia e deve fare i conti con la realtà che trova.
Presente anche **Il commissario Montalbano** con i nuovi due episodi che vanno in onda tra febbraio e marzo del 2018. La Sicilia è già ampiamente conosciuta all'estero.

Ma di Andrea Camilleri vengono proposti anche **I racconti di Vigata** una serie di film-tv tratti dai racconti scritti dall'autore e ambientati tra fine 800 inizi 900.

Sky non poteva mancare all'appello con la nuova stagione de **I delitti del BarLume** con l'arrivo nel cast di Corrado Guzzanti.

La Palomar presenta ancora altri progetti. Il primo è **Gaddafi** la cui sceneggiatura è scritta tra gli altri, da Roberto Saviano. **That dirty Black bag** è una sorta di western all'italiana in atmosfere mystery e horror.

Last, but not least, **Il nome della rosa** le cui riprese inizieranno a gennaio a Cinecittà con John Turturro nel cast. Il prodotto è destinato alla Rai

Millecanali

In pieno svolgimento il MIA – Mercato Internazionale dell'Audiovisivo

Mauro Roffi • 21 ottobre 2017

MIA Mercato Internazionale dell'Audiovisivo è tornata con la sua terza edizione a Roma dal 19 al 23 ottobre, nel "distretto Barberini".

Primo mercato italiano per numero di presenze internazionali, MIA è la piattaforma di business rivolta ai produttori e ai distributori di contenuti transnazionali di alto valore industriale ed è anche un'occasione unica per presentare il "Sistema Italia" sulla scena internazionale.

Dedicato a tutti i settori dell'audiovisivo (Cinema, Tv, Doc), MIA prevede quattro linee di attività. Eccole:

- Networking: una serie di strumenti costruiti per facilitare l'incontro tra i più di 1.400 operatori accreditati;

- Content showcase: 114 film presentati durante gli screening di mercato dedicati ai buyer internazionali e 4 appuntamenti speciali con i titoli italiani della prossima stagione di cinema e Televisione;

- Coproduction Market & Pitching Forum: 45 progetti da 21 Paesi proposti a oltre 500 potenziali partner di coproduzione;

- Talks: un fitto programma con oltre 40 tra panel, masterclass e dibattiti.

La capacità di 'matchmaking', ovvero di costruire una rete efficiente di rapporti industriali internazionali è il tratto distintivo di questo evento di mercato, informale e d'eccellenza al tempo stesso. Matching Excellence è, quindi, il nuovo claim dell'edizione 2017, che sottolinea come l'Italia sia portatrice di innovazione e creatività in campo internazionale e MIA sia l'acceleratore di business per l'eccellenza italiana nei rapporti con l'estero.

Come ricordato da Carlo Calenda, Ministro dello Sviluppo Economico: "il MIA, ora alla sua terza edizione, rappresenta un'occasione d'oro per il mercato audiovisivo nazionale ed internazionale, promuovendo incontri tra produttori e distributori sui contenuti e incoraggiando la condivisione del progresso tecnologico. Questa manifestazione promuove le nostre produzioni nazionali e i processi di internazionalizzazione, facilitando la crescita del settore e la diffusione delle risorse italiane in tutto il mondo".

Dario Franceschini, Ministro dei Beni e delle attività culturali e del Turismo, riconosce come "l'introduzione della nuova legge cinema, il rilancio dell'Istituto Luce-Cinecittà, il ritorno in Italia delle grandi produzioni internazionali, la crescente affermazione della nostra cinematografia nel mondo, sono i cardini intorno ai quali ruota una nuova, importante stagione per l'audiovisivo italiano. E i numeri di questa edizione del Mia confermano che Roma, capitale della produzione audiovisiva nazionale, è ormai da tutti riconosciuta come un importante mercato internazionale dell'audiovisivo".

"Il mercato internazionale di Roma si allinea perfettamente alla nostra visione strategica - aggiunge Michele Scannavini, Presidente di ICE (Italian Trade Agency) - . È il primo del suo genere in Italia ed è un segnale più concreto della svolta intrapresa negli ultimi anni per valorizzare l'industria audiovisiva italiana; ha permesso di presentare all'estero il Sistema Italiano e la sua governance sempre più ben definita, anche grazie alla collaborazione tra le istituzioni pubbliche interessate e le associazioni di imprese del settore".

Nicola Zingaretti, Presidente Regione Lazio riconosce inoltre come "il MIA sia diventato l'evento principale dell'industria cinematografica italiana e la sua influenza stia continuando a crescere e ad emergere sulla scena internazionale. Di conseguenza, la Regione Lazio, con la collaborazione della Roma Lazio Film Commission, ha deciso di presentare la nuova edizione della call to action 'Lazio Cinema International' a Roma".

Francesco Rutelli, Presidente di ANICA, descrive il MIA come "un perfetto gioco di squadra, dove sia il settore privato che le istituzioni lavorano affiancate per la crescita del settore Cinema e Audiovisivo, con l'obiettivo di migliorare la nostra opportunità di successo sul mercato internazionale. MIA nasce in un momento di grande fermento per il cinema italiano: una rinnovata capacità di raccontare storie e produrle e una legge molto importante come quella stilata dal Ministro Franceschini, che supporta la produzione di film, serie e documentari".

Osserva Giancarlo Leone, Presidente di APT: "Negli ultimi anni, l'industria dell'audiovisivo sta vivendo un 'rinascimento', grazie alla capacità dei produttori indipendenti di fronteggiare le nuove sfide poste sia a livello nazionale che internazionale. Questa rinascita è anche il risultato delle nuove politiche che hanno ulteriormente favorito la crescita di case di produzione indipendenti, che investono in contenuti innovativi e internazionalizzazione. MIA è stato concepito seguendo queste linee guida e oggi, giunto alla sua terza edizione, è più che mai impegnato a supportare le aziende italiane nelle loro sfide su scala globale".

Lucia Milazzotto, direttore del MIA, conclude "MIA è uscito dalla fase di start-up e si presenta come un mercato originale e molto strutturato a disposizione dell'industria nazionale e internazionale. La nostra formula contemporanea e flessibile si è perfezionata nel corso di questi tre anni e oggi finalmente possiamo affermare che gli operatori di cinema, televisione e documentario lo considerano un appuntamento importante. La leva sinergica tra i segmenti dell'audiovisivo è un tratto distintivo di questo evento, che rende MIA un luogo unico per incontrare, scoprire, immaginare e investire sui film, serie televisive e documentari di domani. Un mercato di alto profilo per i leader che producono e distribuiscono contenuti di alta qualità".

Tra i temi affrontati nella parte 'Talks', quello della globalizzazione del mercato televisivo internazionale: un argomento analizzato dalla duplice prospettiva, statunitense ed europea. Altri panel trattano questioni come il remake cinematografico, la pirateria e i suoi effetti sul cinema indipendente, le tecniche di valorizzazione dei cataloghi di film classici, le donne di potere nell'industria dell'entertainment, lo storytelling nel gaming e nell'audiovisivo, l'animazione europea, la realtà virtuale nei film e nella Tv.

Riconoscendo a MIA un importante ruolo nel sostegno alle co-produzioni e alle relazioni di business intorno ai grandi progetti internazionali, il Fondo Eurimages del Consiglio D'Europa conferma l'Eurimages Co-Production Development Award, il premio al progetto più in linea con i principi di collaborazione e coproduzione che ispirano Eurimages, per un totale di 20.000 euro in denaro.

L'Apulia Film Commission assegna il MIA Tv Best Drama Series Award, con un contributo in denaro di 20.000 euro al miglior progetto presentato al mercato di coproduzione televisivo.

EDI Effetti Digitali Italiani ha scelto MIA per inaugurare il MIA EDI Visionary Award, un premio dedicato a quei progetti di cinema, serie Tv e documentario che si contraddistinguono per capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi.

MIA 2017 inoltre è orgogliosa di ospitare due dei più prestigiosi premi italiani a supporto della scrittura cinematografica e televisiva: il Premio Bixio e il Premio Solinas.

Infine, per il primo anno, MIA organizza gli Italian Tv Upfront, un evento in cui sono presentate serie televisive italiane in lavorazione, con l'obiettivo di mostrare l'eccellenza e la competitività della produzione italiana e favorirne l'esportazione. Tra le società di produzione che presentano la loro lineup ci sono Cattleya, Casanova Multimedia, Cross Productions, Endemol Shine Italy, Lux Vide, Magnolia, Palomar, Publispei, Taodue Film, Vela Film.

BERNINI VS BORROMINI, GENI E RIVALI

Il nuovo progetto di Endemol Shine Italy presentato al Mia



sabato 21 ottobre 2017 - Ultima ora

ROMA, 21 OTT - Due geni alla ricerca della perfezione e della bellezza. Due rockstar della loro epoca, protagonisti di un racconto moderno che parla di un'amicizia che si trasforma in rivalità, umana e artistica, che ha caratterizzato il XVII secolo, cambiando per sempre la storia dell'arte, e che continua ad appassionare ancora oggi. E' "Beautiful Minds: Bernini vs Borromini", il nuovo progetto di Endemol Shine Italy presentato durante la seconda edizione del Mia Drama Series Pitching Forum, all'interno della terza edizione del Mercato internazionale dell'audiovisivo, in corso a Roma fino al 23 ottobre. Ideato e scritto da Davide Sala, Eleonora Fiorini, Giorgia Mariani, "Beautiful Minds: Bernini vs Borromini" è un period drama ambientato nella Roma del XVII secolo. Ma non è il classico racconto biografico. La serie, infatti, utilizza uno stile moderno e visionario per raccontare la grande rivalità artistica e umana di Gian Lorenzo Bernini e Francesco Borromini, due dei più talentuosi artisti di tutti i tempi.
(ANSA)

Roma

Fiction: arrivano le nuove serie tv, da Lorenzo il Magnifico a Gheddafi. E torna Montalbano

Presentazione al mercato internazionale. Tra febbraio e marzo due nuovi episodi con Zingaretti: 'Amore' e 'La giostra degli scambi'. Seconda stagione per "Rocco Schiavone" e "La porta rossa"

Condividi 427 Tweet G+



21 ottobre 2017

Michele Riondino nel primo dei Racconti di Vigata, nuova serie nata da Camilleri; Daniel Sharman (Teen Wolf) nei panni di Lorenzo il Magnifico e Raoul Bova per Papa Sisto in 'Medici: Masters of Florence - The magnificent'; Roberto Saviano creatore insieme a Nadav Schirman di 'Gheddafi', sul leader libico.

Saranno fra i protagonisti delle nuove serie made in Italy in arrivo o in lavorazione, presentate ai buyers internazionali, in Italian Tv Upfronts, sezione del Mia, il Mercato internazionale dell'audiovisivo in corso a Roma.

Tra febbraio e marzo tornerà 'Il commissario Montalbano', con due nuovi episodi, 'Amore' e 'La giostra degli scambi' (in anteprima è stata mostrata una scena su qualcosa di strano che succede a Catarella). E sempre in primavera, sull'ammiraglia Rai, debutteranno 'I racconti di Vigata', storie "con soggetti forti, come passione, vendetta, corruzione", ha spiegato Nicola Serra di Palomar, ambientate in una Sicilia tra 19° e 20° secolo. Si comincia con 'La mossa del cavallo' che ha per protagonista Michele Riondino.

La Palomar ha in cantiere anche 'Il nome della rosa' (riprese a inizio 2018), con John Turturro e Rupert Everett; la serie steampunk western 'That dirty black bag' (riprese in estate) e 'Gheddafi', sul leader libico, ideata da Saviano con Nadav Schirman. "Si stanno pianificando le prime due stagioni, le riprese inizieranno a fine 2018 - ha detto Serra -. Ancora non abbiamo scelto il partner in Italia, siamo in trattativa".

Cross Productions, che ha realizzato 'Sirene' (al debutto la prossima settimana su Rai1) e 'Rocco Schiavone' (che tornerà in primavera), proporrà anche 'Il Cacciatore', nella quale Francesco Montanari è un magistrato ispirato a Alfonso Sabella che ha mandato in prigione boss come Leoluca Bagarella e Giovanni Brusca. A novembre debutterà su Rai1 'Scomparsa' con Vanessa Incontrada, con unisce conflitto generazionale e noir: "Vuole attirare sia un pubblico giovane che quello classico di Rai1" ha detto Massimo Del Frate di Endemol Shine Italy.

In primavera inizieranno le riprese della seconda stagione di 'La porta rossa', con Lino Guanciale, ideata da Carlo Lucarelli e Giampiero Rigosi, grande successo di Rai2, prodotto da Vela Film. La messa in onda è prevista a febbraio 2019. Alessio Boni è un allevatore che, dopo essere uscito da un coma durato cinque anni, inizia ad indagare sui misteri nella sua vita in 'La strada verso casa' di Riccardo Donna (Casanova Multimedia per Rai1). In arrivo anche amori, famiglie e canzoni di 'E' arrivata la felicità 2' (Publispei), di cui sono appena finite le riprese.

Una "rivoluzione rock con la giovane generazione che prende il potere a Firenze": così Luca Bernabei di Lux Vide descrive 'Medici: Masters of Florence - The magnificent', seconda stagione, con Frank Spotniz come showrunner, sulla famiglia fiorentina. Nel ruolo del Magnifico, l'inglese Daniel Sharman (Teen Wolf); con lui fra gli altri, Bradley James, per Giuliano De Medici, un inedito Raoul Bova per Papa Sisto, Alessandra Mastronardi per Lucrezia Donati e Sean Bean (Il trono di spade) per Jacopo de' Pazzi.

MIA 2017: serialità e gaming mai così vicini, in anteprima anche il nuovissimo "Marta is dead"

ottobre 21, 2017 655 0

CONDIVIDI Mi piace 4 Tweet



Tra il mondo della serialità e quello del gaming i rapporti sono sempre più ravvicinati. È quanto emerso dal seguitissimo panel **"Creative Emotions – Narrative Gaming vs Scripted Storytelling: Win the Audience in the Centre Field"** tenutosi nel corso della terza edizione del **MIA, il Mercato dell'Audiovisivo in corso a Roma**.

Nel periodo d'oro della serialità quello che è più richiesto a livello produttivo è senza dubbio la capacità di creare mondi in grado di generare infinite storie: ed è questo ciò che da sempre fanno i videogiochi che per il mondo dell'audiovisivo possono essere una fonte di grande creatività e ispirazione.

Al panel hanno preso parte **Alessandro Bragalini** (Art Director and Concept Artist, Forge Reply, Italy), **Pietro Righi Riva** (Studio Director, Santa Ragione, Italy), **Stefano Sardo** (Screenwriter, Italy), **Riccardo Tozzi** (CEO, Cattleya, Italy), **Gerardo Verna** (CEO, Trinity Team, Italy) e **Luca Dalcò** (CEO, LKA, Italy) che hanno anche raccontato le loro esperienze e presentato i loro titoli: tra i più attesi, **"The Town of Light"** e il nuovissimo **"Marta is Dead"** (LKA) e **"The Lone Wolf"**, remake videoludico della famosa saga di libri game (Forge Reply), e **"Theseus"** (Forge Reply) come esempio di esperienza VR.

"Ciò che ormai accade nel mondo della serialità è incentrato sul rapporto tra la storia e il suo pubblico – **ha spiegato Riccardo Tozzi** – si tratta di un gioco tra chi crea e chi guarda. Il videogioco ha un linguaggio simile: l'utente non solo gioca, ma sceglie il proprio percorso, deframmenta la narrazione. Fra i due mondi c'è un processo di convergenza, in una prospettiva di collaborazione creativa e industriale".

"Si percepisce un'enorme libertà – **ha continuato Stefano Sardo** – specie per quanto riguarda la possibilità di esplorare generi differenti rispetto ai soliti. Anche in questo il videogioco è all'avanguardia, per le enormi possibilità che offre".



spettacolinews

SABATO 21 OTTOBRE 2017

MIA 2017: Serialità e gaming mai così vicini. In anteprima anche il nuovissimo "Marta is dead"

ANTONIO GALLUZZO

redazione@spettacolinews.it
SPETTACOLINEWS.IT

Tra il mondo della serialità e quello del gaming i rapporti sono sempre più ravvicinati. E' quanto emerso dal seguitissimo panel "Creative Emotions - Narrative Gaming vs Scripted Storytelling: Win the Audience in the Centre Field" tenutosi nel corso della terza edizione del MIA, il Mercato dell'Audiovisivo in corso a Roma. Nel periodo d'oro della serialità quello che è più richiesto a livello produttivo è senza dubbio la capacità di creare mondi in grado di generare infinite storie: ed è questo ciò che da sempre fanno i videogiochi che per il mondo dell'audiovisivo possono essere una fonte di grandissima creatività e ispirazione. Al panel hanno preso parte Alessandro Bragalini (Art Director and Concept Artist, Forge Reply, Italy), Pietro Righi Riva (Studio Director, Santa Ragione, Italy), Stefano Sardo (Screenwriter, Italy), Riccardo Tozzi (CEO, Cattleya, Italy), Gerardo Verna (CEO,Trinity Team, Italy) e Luca Dalcò (CEO, LKA, Italy) che hanno anche raccontato le loro esperienze e presentato i loro titoli: tra i più attesi,The Town of Light e il nuovissimo Marta is Dead (LKA) e The Lone Wolf, remake videoludico della famosa saga di libri game (Forge Reply) e Theseus (Forge Reply) come esempio di esperienza VR.

"Ciò che ormai accade nel mondo della serialità è incentrato sul rapporto tra la storia e il suo pubblico" - ha spiegato Riccardo Tozzi- "si tratta di un gioco tra chi crea e chi guarda. Il videogioco ha un linguaggio simile: l'utente non solo gioca, ma sceglie il proprio percorso, deframmenta la narrazione. Fra i due mondi c'è un processo di convergenza, in una prospettiva di collaborazione creativa e industriale". "Si percepisce un'enorme libertà" ha continuato Stefano Sardo, "specie per quanto riguarda la possibilità di esplorare generi differenti rispetto ai soliti. Anche in questo il videogioco è all'avanguardia, per le enormi possibilità che offre".

tvblog

MIA 2017, un panel rivela la disparità uomo-donna in tv. Andreatta: "Al lavoro su fiction con una donna candidata Presidente del Consiglio"

Di Paolino | sabato 21 ottobre 2017

Al MIA 2017 di Roma un panel ha affrontato il problema della disparità di genere nel mondo dell'intrattenimento, mentre il direttore di Rai Fiction Eleonora Andreatta ha annunciato una serie con protagonista una donna candidata premier



Donne e mondo dello spettacolo: un argomento tanto attuale quanto necessario da affrontare, soprattutto alle luce dello scandalo che ha coinvolto il produttore Harvey Weinstein. Si è parlato anche di questo, infatti, all'incontro **"Powerful women in Global Entertainment"**, tenutosi ieri durante la terza edizione del **MIA**, il Mercato internazionale dell'audiovisivo che si sta svolgendo in questi giorni **a Roma**.

Le accuse rivolte a Weinstein in queste settimane sono state ovviamente commentate dalle protagoniste del panel, che ha approfondito anche il ruolo della figura femminile nella produzione audiovisiva. Un ruolo che, dati alla mano, conferma ancora una disparità di genere.

Basti guardare al mercato più prolifico di produzioni seriali, quello americano, dove nella scorsa stagione televisiva, su 72 show, **il 90,7%** è stato diretto da registi uomini, scritti **nel 95%** dei casi da uomini, così come **l'83%** degli showrunner erano maschi. Cifre imponenti, che arrivano da uno studio dell'**USC Annenberg School for communication and journalism** di Los Angeles e che lasciano alle donne le briciole in un'industria che sembra fare ancora fatica a trovare quell'uguaglianza di genere per cui attrici, registe e produttrici si stanno giustamente battendo in questi anni.

Se la situazione per le addette ai lavori non va bene dietro le quinte, davanti alla macchina da presa le cose non migliorano: sono meno della metà (**il 42%**) le serie tv che l'anno scorso hanno avuto una protagonista femminile, ancora di meno quelle destinate al pubblico tra i 18 ed i 49 anni. Uno studio del **"Center for the Study of Women in Television & Film"** di San Diego, inoltre, rivela che **il 68%** dei telefilm americani è composto soprattutto da un cast maschile e che le donne registe, autrici e produttrici sono solo **il 28%** del totale, in aumento **del 2%** rispetto all'anno precedente. Una situazione che non migliora in Europa dove, secondo il rapporto **"Where are the women directors?"** dell'**"European Women's Audiovisual Network"**, solo un film su quattro è diretto da una donna.

Lo spazio per le donne è ancora scarso: da qui le polemiche che spesso emergono dai set delle serie tv, come quello di X-Files, in cui la protagonista Gillian Anderson, dopo aver combattuto per ottenere lo stesso salario del co-protagonista David Duchovny, ha insistito affinchè a dirigere alcuni episodi dell'undicesima stagione ci fossero anche delle donne, richiesta che è stata accordata dalla **Fox**, che ha affidato proprio a due donne i primi due episodi della stagione.

Come non citare, poi, il successo di The Handmaid's Tale, che ha portato alla ribalta uno scenario post-apocalittico in cui le donne perdono ogni diritto e libertà, diventando solo degli strumenti di procreazione. Lo show, vincitrice dell'**Emmy Award 2017** come **Miglior serie tv drama**, ha permesso a **Reed Morano** di vincere il premio come **Miglior Regia Drama**, diventando la terza donna di sempre a portarsi a casa a portarsi a casa il premio.

Di strada, insomma, ce n'è ancora da fare: il ruolo sempre più importante di autrici e produttrici nella serialità americana può fare ben sperare in un cambio di passo ed in una maggiore consapevolezza di un problema fin ad ora, forse, mai preso seriamente in considerazione.

Ed in Italia? Al panel ha partecipato anche il direttore di **Rai Fiction**, **Eleonora Andreatta**, la prima a donna nel nostro Paese a ricoprire un ruolo del genere. La Andreatta, fin dal suo arrivo in Rai Fiction, si è data da fare per mandare in onda serie che rappresentassero una figura femminile sempre più realistica e variegata:

> *"Il mio lavoro è stato lavorare tanto sulla realtà, prima c'erano molti melodrammi e commedie ma pochissime serie parlavano di realtà. In Italia il personaggio predominante è sempre stato l'uomo, da Cattani a Montalbano, e c'erano pochissime donne rappresentate, la maggior parte erano madri o protagoniste di storie d'amore. Abbiamo presentato la varietà di ruoli che una donna può avere oggi, una donna che lavora e sta in famiglia, abbiamo raccontato il suo modo di essere sia nel pubblico che nel privato. Abbiamo cambiato anche il modo di rappresentarle fisicamente, negli anni '80 erano belle e giovani e apprezzate dagli uomini, secondo criteri omologati che valevano sia per la pubblicità che per le fiction, noi vogliamo rappresentare un altro tipo di bellezza, che metta in luce il temperamento e il carattere delle donne".*

A ben vedere, in effetti, la fiction Rai in questi anni ha avuto un incremento delle protagoniste femminili, così come nei cast delle produzioni le donne hanno assunto ruoli differenti e capaci di portare alle storyline nuovi archi narrativi. In questa direzione sembra volersi muovere la Andreatta che, sempre durante il panel, ha annunciato la lavorazione **ad una serie in cui la protagonista sarà una donna che si candida a Primo ministro italiano**.

badtv.it

MIA 2017: l'incontro con gli showrunner Evan Katz, Frank Spotnitz e Chris Brancato

Teresa Soldani · 22 ottobre 2017 10:58 · *aggiornato il 22 ottobre 2017 alle 18:39*

Speciali



In questo sito avevamo già precedentemente parlato degli **showrunner** spiegando quali fossero i ruoli da loro svolti elle produzioni televisivi americane, ma i **MIA 2017** ci ha dato l'opportunità unica di incontrare tre giganti del settore e di sentire dalle loro stesse voci in cosa il loro lavora consista, come si gestisce una *writer room*, il rapporto con Network e Studios e in che modo produzioni europee e americane differiscono.

Ospiti del panel sono stati (da sinistra a destra nell'immagine in evidenza) **Evan Katz**, produttore esecutivo e showrunner di *24: Live another day, Body of proof, The event* e *24: Legacy*, **Chris Brancato**, autore di più di duecento ore di televisione in serie come *The X-Files, Law and Order: Criminal Intent, Hannibal* e showrunner di *Of Kings and Prophets* e *Narcos* ed infine **Frank Spotnitz**, con una carriera ventennale alle spalle come autore in serie come *The X-Files, Transporter, Strike Back: Project Dawn, Night Stalker, Robbery Homicide Division, The Lone Gunmen* e showrunner della prima stagione di *The Man in the High Castle* e della serie *Medici: Masters of Florence*, moderati da **Howard Davine**, vice produttore esecutivo della dipartimento Business Operations degli ABC Studios.

Brancato è stato il primo a parlare delle writer room (le stanze degli autori) e di quali siano le caratteristiche necessarie per diventare un buon showrunner, ovvero: essere un ottimo scrittore, essere un esperto nel campo della produzione televisiva, saper gestire altri autori ed essere in grado di gestire le critiche. Gli showrunner sono un tipico prodotto del modo americano di fare televisione, in un ambiente cioè in cui la figura dell'autore è quella che più di chiunque altro – tra registi o tecnici – è in grado di avere un'idea complessiva della direzione che una serie prenderà e, sempre secondo *Brancato*, professionalmente parlando una delle più grandi soddisfazioni del mestiere è quello di avere l'opportunità di vedere trasformarsi in realtà quelle che nascono come parole sulla carta. Di questo mestiere *Katz* ha ammesso di amare particolarmente le molte responsabilità che si hanno, ma anche l'opportunità di avere un ruolo decisionale, contrapposto ovviamente con il problema di doversi addossare la colpa quando invece le cose in uno show vanno male, senza però fare di un eventuale insuccesso una sconfitta personale.

Spotnitz, sulla falsa riga di quanto affermato da *Katz*, ha dichiarato che la parte migliore di questo mestiere è che il potere decisionale che ti dà, ti permette di fare esattamente il genere di show che hai mente, una libertà creativa che esiste solo nelle produzioni televisive e che il cinema non ti dà. La parte peggiore è avere a che fare invece con produzioni che in realtà non sanno come uno showrunner debba agire, finendo per limitarne la libertà di movimento, un'osservazione che – anche se Spotnitz non lo ha detto apertamente – potrebbe fare riferimento alla sua esperienza con *The man in high castle*, produzione dalla quale è uscito subito dopo la prima stagione, proprio per alcuni attriti con la dirigenza di Amazon che non approvava la direzione che lui voleva dare alla serie.

Tutti e tre gli autori si sono inoltre trovati d'accordo nel dire che una delle più grandi differenze nel lavorare per piattaforme come Netflix o Amazon, rispetto ai grandi broadcaster americani, è data dal numero minore di episodi da cui una stagione è composta: 22 contro 10/13. Nell'opinione di tutti gli ospiti è infatti sostanzialmente impossibile fare 22 episodi tutti ugualmente belli, mente è possibile scrivere 10 o 13 copioni tutti ugualmente coinvolgenti, una sfida che rende tra l'altro il lavoro dell'autore televisivo ancora più interessante, perché la qualità degli script, negli anni, è aumentata drammaticamente e, nel tempo in cui si produrrebbero 22 episodi, avere la fortuna di doverne farne sostanzialmente la metà, è un vero lusso, anche al netto di un minor guadagno.

Gli showrunner sono anche entrati nel dettaglio del loro lavoro, raccontando **come funzionino le writer room,** un ambiente estremamente creativo, arricchito da persone intelligenti ed insieme eccentriche, ognuna delle quali porta nello show le proprie esperienze di vita, che costituiscono un valore aggiunto per il loro lavoro, una ambiente che – quando funziona – è stato definito "*un paradiso*".

Katz ha spiegato che solitamente gli autori si riuniscono settimane prima dell'inizio di una stagione e che prima di mettersi individualmente a tavolino a scrivere gli episodi che vengono loro assegnati, decidono assieme quale direzione dare alla stagione o quale sarà l'evoluzione dei personaggi.
Messo a confronto con un ambiente così creativamente fiorente ed attivo e composto da personalità tanto vivaci, uno showrunner – a detta degli ospiti del panel – deve soprattutto avere capacità decisionali, per impedire che ci si limiti a parlare delle molte idee che si hanno, ma non si concretizzino mai, soprattutto quando si ha uno show da mandare in onda. Sia gli showrunner che gli autori in generale devono avere apparentemente alcune importanti e peculiari caratteristiche per lavorare serenamente in una writer room, non devono essere permalosi, ritrovarsi con numerose note/suggerimenti sul proprio copione è una cosa abituale in questo mestiere, non devono affezionarsi solo al proprio modo di scrivere e soprattutto non devono essere egocentrici e devono sempre tenere presente che tutti sono lì per servire lo show e non il proprio ego.
Altro elemento per comporre la perfetta writer room è avere la lungimiranza di non assumere necessariamente talenti simili al proprio, ma persone capaci di completarsi a vicenda e quindi in grado di rappresentare il più ampio spettro possibile delle innumerevoli sfaccettature che compongono l'esperienza umana, così come è altrettanto importante, per amministrare uno show, imparare a gestire le molte osservazioni o indicazioni che Network e Studios mandano agli showrunner, imparando a non reagire immediatamente alle loro osservazioni, ma a diventare dei veri e propri diplomatici in grado di prendere tempo, riflettere su quanto viene detto loro e poi agire, apprendendo anche l'arte di saper dire di no e tenendo sempre presente la storia che si vuole raccontare per evitare di appiattirla nel dare per scontato che tutti i suggerimenti o le indicazioni che ti vengono date siano davvero valide.

Spotnitz, in particolare, che dei tre autori presenti è quello con la più vasta esperienza internazionale, ha raccontato come le produzioni televisive europee stiano evolvendo e cominciando ad affezionarsi al ruolo degli showrunner, con il sistema di lavoro americano che sta lentamente, ma inesorabilmente, contaminando quello europeo, soprattutto in termini di efficacia e gestione dei budget. L'autore ha parlato anche del nostro mercato televisivo e di come all'estero vi sia un grande desiderio di storie italiane che vengono accolte sempre con maggiore interesse, soprattutto quando sono inserite nella spettacolare cornice che solo il nostro paese può offrire.

Il problema più complesso del lavorare per grandi produzioni europee, ha proseguito lo showrunner, è tuttavia quello di dover andare incontro non più solo alle esigenze e le richieste di un singolo network/studio, ma di tutti i finanziatori di un progetto, che in una serie televisiva internazionale co-prodotta possono essere davvero molti. Il fatto che la gestione pratica del lavoro di showrunner possa essere quindi più complessa che negli Stati Uniti, non impedisce tuttavia ad autori come Spotnitz di pensare che l'ambiente europeo sia in un momento di grande crescita creativa, una circostanza che permette di portare nel vecchio continente la loro esperienza, senza dover affrontare tutti i problemi dati dal saturo mercato americano.

E proprio a proposito del mercato americano, *Brancato* ha sottolineato come le numerose serie uscite negli ultimi anni diano l'illusoria impressione che l'ambiente delle produzioni televisive sia vivace e pronto ad accettare qualsiasi idea venga proposta loro, un preconcetto che lo showrunner ha definito assolutamente falso, perché nella realtà, mai come adesso, negli Stati Uniti è diventato difficile vedere un'idea concretizzarsi in una serie TV perché i network vogliono giocare solo sul sicuro e se dicono di sì, la maggior parte delle volte, è perché sono terrorizzati dall'idea che un loro concorrente si appropri di un'idea che gli era stata proposta e che loro avevano scartato, trasformandola in un successo.

badtv.it

MIA 2017: la nostra intervista esclusiva con Daniel Dae Kim

Teresa Soldani · 22 ottobre 2017 19:36 · *aggiornato il 23 ottobre 2017 alle 01:46*



Daniel Dae Kim, il *Jin-Soo Kwon* di *Lost* ed il *detective Kelly* di *Hawaii Five 0*, nonché il *maggiore Ben Daimio* della pellicola *Hellboy*, attualmente in produzione in Bulgaria, ha una lunga e fortunata carriera alle spalle come attore televisivo e cinematografico, ma non sono in molti a sapere che ci sono il suo nome e la sua società di produzione, la **3AD** – fondata nel 2014 – dietro l'indiscusso successo televisivo di questa stagione, **The Good Doctor**, adattamento della ABC di un dramma coreano che è da poco stato promosso a serie dal network ottenendo un ordine di 18 episodi per la prima stagione.

Noi di BadTV abbiamo avuto l'occasione di intervistarlo questa mattina **in esclusiva** subito dopo il panel al quale l'attore ha preso parte nella splendida cornice di una delle sale del MIA ed abbiamo parlato con lui del suo addio a *Hawaii Five 0*, del successo di *The Good Doctor* e di ciò che il futuro ha in serbo per lui come produttore.

BADTV: Dopo sette anni tu e Grace Park avete lasciato Hawaii Five 0, anche se, come affermato da Peter Lenkov, il creatore della serie, "*la CBS era stata molto generosa nella rinegoziazione del vostro contratto*", il che sembra indicare che la tua priorità non fosse tanto legata al cachet, quanto ad un principio. Gli attori asioamericani sono infatti una minoranza nell'industria televisiva e cinematografica e forse, con questa decisione, volevi porre all'attenzione del pubblico un problema. E' così?

Daniel Dae Kim: Una volta assodato che questo è il genere di cambiamento che non potrà mai avvenire se tutti tacciono, personalmente non stavo cercando di fare chissà quale affermazione all'umanità, ma volevo semplicemente essere onesto con me stesso. Ed in quanto al fatto che l'offerta che ci è stata fatta sia stata molto generosa, questo non esclude comunque che il problema della disparità di trattamento economico all'interno di una serie TV sia una realtà.

BAD: In una recente dichiarazione hai detto di aver fondato la tua società di produzione "*per creare il mondo che vorresti vedere in TV*" ed il tuo primo progetto ha avuto un incredibile successo. The Good Doctor è al momento al primo posto tra i drammi di questa stagione ed è già stato promosso a serie dalla ABC. Sebbene il cast sia caratterizzato da una significativa varietà etnica e tratti il delicato tema di come le persone reagiscano a ciò che sentono diverso da loro, il protagonista Shaun Murphy, [interpretato da Freddie Highmore] e la sua figura paterna Aaron Glassman, [interpretato da Richard Schiff], non sono esattamente l'esempio di casting atto a scuotere lo status quo. Ciò nonostante questa serie sembra essere un'opportunità per cambiare le cose, specialmente adesso che sai di essere sulla buona strada. Quindi che cosa ti riserva il futuro e come sfrutterai la posizione di vantaggio in cui ti trovi?

DDK: [*Ride*] Accidenti, non sapevo che lo show avesse raggiunto questo risultato, è una notizia fantastica ed è una domanda molto interessante! Per quanto concerne la varietà etnica del nostro cast, sono molto fiero del nostro show e di come stiamo mostrando personaggi che hanno provenienze e storie diverse, ma penso anche che il concetto di varietà, di diversità, non debba solo essere legato alla razza, ma significhi mostrare personaggi che non abbiamo mai visto prima o avere un protagonista che interpreta un ragazzo affetto da autismo e credo che essere consapevoli di questo sia fondamentale quando si parla di discriminazioni e minoranze. Non si tratta solo di mostrare le differenze tra bianco o nero, ma significa dare voce a chi normalmente non ce l'ha e sì, è vero, Shaun è un giovane uomo bianco, ma quello che davvero simbolizza non potrebbe essere più discriminato o sotto-rappresentato, personalmente in America io non ho mai visto un personaggio come lui in televisione. Quindi concordo con te, dobbiamo sicuramente fare ancora dei progressi e per me, in quanto produttore, è importante che con l'aumentare del successo di un mio prodotto, aumenti anche il controllo che io ho su di esso, d'altronde quando si comincia una carriera, qualsiasi essa sia, la visione di quello che sarà il nostro futuro non coincide mai con quello che poi succede nella realtà, il successo ti dà invece il privilegio del controllo.

BAD: Il mercato televisivo si è trasformato negli ultimi anni, la qualità dei prodotti è aumentata drasticamente, così come la competizione ed il pubblico ha cambiato anche il modo in cui si approccia alla TV, tra chi la guarda ancora live, usa lo streaming, fa binge watching o scarica illegalmente. Sono elementi che tieni in considerazioni quando produci uno show?

DDK: Certo, essere cosciente del proprio mercato è fondamentale, devi sapere cosa vende e cosa è popolare tra gli spettatori e non solo quelli americani, ma di tutto il mondo, così come devi essere cosciente dei trend culturali. Ma allo stesso tempo per me è importante che il progetto a cui lavoro mi trasmetta qualcosa, se ho l'opportunità di creare una serie da zero, voglio poter rappresentare le cose che per me hanno un valore, ciò in cui credo, non riuscirei a fare altrimenti, perché se ti limiti a seguire solo il mercato non potrai mai fare nulla di innovativo.

BAD: Sempre a proposito di cambiamenti, una delle più grandi sfide per i broadcaster oggi è mantenere lo stesso livello qualitativo per 22 episodi, un'impresa virtualmente impossibile, qual è il tuo parere in proposito e non pensi sia arrivato il momento che qualcosa cambi in questo senso?

DDK: La prima stagione di The Good Doctor avrà 18 episodi, il che è un riconoscimento della dinamica a cui fai riferimento, detto questo bisogna precisare un fatto sugl spettatori che si innamorano di un personaggio televisivo ed è che quando uno show finisce dopo soli 10 o 13 episodi, da fan io vado in crisi d'astinenza, quindi anche se tra quei 22 episodi ci saranno inevitabilmente dei filler, è confortante sapere che i personaggi ai quali mi sono affezionato saranno con me settimana dopo settimana. Il genere di rapporto che si crea tra un attore televisivo ed i propri fan è qualcosa che nessun altro media permette di sviluppare, le persone mi hanno personalmente concesso di entrare nelle loro case per 13 anni, è più di quanto durino alcuni matrimoni! [*Ride*] Ma sopratutto è un onore trovarsi in questa posizione, poi, ovviamente per me conta molto la qualità. Sia che servano 10, 13 o 18 episodi per raccontare la storia che vuoi raccontare, il modo in cui lo farai resta la cosa più importante.

BAD: Puoi spiegarci in cosa consiste il tuo lavoro di produttore esecutivo?
DDK: Viaggio per tutto il mondo per fare interviste! [*Ride*] No, scherzo, il mio ruolo entra in gioco nello stadio embrionale di uno show quando viene immaginato e presentato e venduto per la prima volta. Sono una sorta di guida che poi trasferisce il suo ruolo nelle mani dello showrunner, perché alla fine è *David Shore* (*House*) la persona che si occupa della realizzazione della serie giorno per giorno, un ruolo che sa ovviamente ricoprire al meglio. Ma il nostro è un processo di collaborazione ed in un certo senso ci appoggiamo l'uno all'altro, io faccio il mio lavoro e lo trasferisco a David, che a sua volta lo affida agli autori e agli attori.

BAD: Ti piacerebbe dirigere un episodio di The Good Doctor o fare un'apparizione nella serie come guest star?
DDK: Prima o poi, perché no! Mi piace molto dirigere, quindi non escluderei questa possibilità e sono un tale fan della serie e degli attori che abbiamo che sarei onorato di lavorare con loro.

BAD: Personalmente adoro Richard Schiff, è capace di dire qualsiasi battuta e renderla speciale.
DDK: E' fantastico, vero? Perché non esagera mai, rende suo tutto quello che dice e gli credi sempre, lui infatti è uno dei primi attori che avevamo in mente per il nostro show proprio per queste sue qualità e perché dà credibilità alla serie e siccome parliamo di un modello di televisione aspirazionale, della realizzazione di desideri, della nostra visione del mondo, avere qualcuno come lui era importante e poi proviene da *The West Wing*, uno show molto simile al nostro, che aveva una visione ottimista del mondo e dei nostri leader.

BAD: Puoi dirci qualcosa di The Hellboy in cui sarai il maggiore Ben Daimio dopo che Ed Skrein ha rinunciato al ruolo per supportare il concetto che personaggi asiatici dovrebbero essere interpretati da attori asiatici o asioamericani?
DDK: Ho una grande stima per Ed e per la decisione che ha preso, ho voluto incontrarlo a Londra per poterlo ringraziare e si è rivelata una persona veramente incredibile e soprattutto non bisogna sottovalutare le ripercussioni positive del suo gesto, perché è importante che una persona come Ed comprenda il problema e faccia qualcosa a riguardo e che non siano solo le minoranze a fare da portavoce. Il fatto che un problema sia compreso anche da chi non ne è necessariamente toccato è essenziale, questa è la ragione per cui lo rispetto tanto.

BAD: Che progetti hai in serbo per il futuro come produttore?
DDK: Sto lavorando a cinque diversi progetti, nulla di cui posso davvero parlare fino a che non si concretizzeranno, ma sono fiero di ognuno di loro e non vedo l'ora che tutti possano vederli.

cinemaitaliano.info

MIA - 1800 accreditati, 60.000 meetings

Questi i numeri di un successo. Per Lucia Milazzotto, direttore del Mercato, "si tatta del nuovo brand dell'innovzione italiana"



Lucia Milazzotto, direttore del MIA

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. "È 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".

badtv.it

MIA 2017: David Levine della HBO parla di Game of Thrones e Westworld

Teresa Soldani · 22 ottobre 2017 20:48 · *aggiornato il 22 ottobre 2017 alle 20:48*



David Levine, co-responsabile della programmazione per le serie drammatiche della **HBO**, ci ha introdotti in un mondo che sembra lontano anni luce dal nostro, in cui – 8 anni fa – ha cominciato a lavorare come consulente, senza avere nessuna esperienza nel campo della produzione televisiva, collaborando con show iconici come *True Blood* e *Game of Thrones*, fino ad arrivare al ruolo che ricopre oggi e che gli permette di avere un'ampia panoramica dei punto di forza di questo network.

Secondo Levine tutte le serie della HBO hanno infatti qualcosa in comune, amano creare degli universi a se stanti, con i responsabili della produzione che coltivano assiduamente il rapporto con gli showrunner, il cui lavoro è diametralmente opposto al suo, perché mentre i primi creano le serie, il suo ruolo è quello di aiutarli a realizzare la loro visione da una posizione che richiede comunque una certa sensibilità artistica.

Il motivo per cui gli show della HBO hanno tanto successo, in un mercato in cui la competizione è enorme e la qualità generale dei prodotti di altissimo livello, è – secondo lui – che il network accompagna gli show nel lungo cammino verso il successo in ogni passo, non ha fretta di vedere un prodotto andare in onda, ma vuole soprattutto che vi arrivi nei tempi e nei modi più adatti, tenendo alla visione che i creatori hanno della loro serie almeno quanto ci tengono loro, proprio come accaduto nel caso di **Westworld**, una serie che *JJ Abrams* li ha convinti a produrre quando ha parlato loro dell'idea di mostrare un mondo in cui i robot prendono improvvisamente coscienza di se stessi o come nel caso di **True Blood**, in cui fu l'idea di cosa sarebbe successo se i vampiri avessero cominciato a vivere liberamente tra gli uomini, a convincerli del potenziale dello show.

Se l'idea in sé è quindi fondamentale, ancora più importante per Levine è il tramite attraverso cui è sviluppata e cioè le menti di creatori come *Jonathan Nolan* e *Lisa Joy* (Westworld) che hanno scelto di trattare un tema molto oscuro che richiede allo spettatore di immaginare cosa significhi vivere una vita simulata e di conseguenza quale sia il nostro valore come esseri umani.

Lo stretto rapporto di collaborazione che si instaura tra gli showrunner e la HBO si evince anche dal modo piuttosto particolare in cui questo network gestisce il materiale creativo: a differenza di quello che abbiamo sentito spesso raccontare anche all'interno del MIA, i responsabili della programmazione non sono infatti soliti intervenire più di tanto con le scelte creative degli autori lasciando note sui copioni o facendo suggerimenti, ma creano un rapporto di scambio facendo loro continue domande, un modo di collaborare che il protagonista del panel ha definito "*socratico*", ma che permette anche di avere un atmosfera lavorativa basata sulla collaborazione e sul rispetto dei reciproci ruoli senza appiattire mai la storia ed il prodotto a cui si sta lavorando.



Con David Levine non si poteva ovviamente non parlare del **Trono di Spade**, serie alla quale ha cominciato a collaborare da quando non esisteva ancora nemmeno un pilot o l'idea di come gestire i casting. Levine ha ricordato come tutte le persone coinvolte fin dall'inizio avessero la sensazione di avere per le mani qualcosa che avrebbe potuto avere un grande successo, ma che mai avrebbero immaginato che lo show avrebbe avuto un impatto mondiale sulla storia della televisione, perché al tempo avevano solo per le mani il materiale ispirato ad una serie di tre romanzi fantasy che non avevano ancora una conclusione, le cui prime stagioni erano solo scritte nella testa di **George R. R. Martin** come una sorta di idea appena accennata di epica faida familiare che si scatenava per il possesso di un trono e per strappare il potere alla famiglia che regnava con pugno di ferro da lungo tempo. Una visione che inizialmente si concentrò sull'aspetto politico-familiare della storia e che in qualche modo "*ingannò*" gli spettatori che si approcciarono inizialmente allo show pensando che parlasse di una faida familiare, per poi realizzare di essere invece diventati inconsapevoli spettatori della più grande serie drammatica fantasy della storia.

Il pubblico è poi rimasto ed è cresciuto anno dopo anno, stagione dopo stagione, perché i protagonisti hanno continuato ad evolversi, senza mai rimanere statici, una caratteristica di cui la HBO è particolarmente fiera, perché questa serie non parla di buoni o cattivi, ma di persone, che reagiscono e si comportano in certi modi a seconda delle circostanze, proprio come succede nella vita reale. Immaginare ai suoi esordi che Game of Thrones sarebbe diventato quindi uno show di tale successo era impossibile e sopratutto ora che la fine si avvicina inesorabile è molto complesso anche solo immaginare cosa potrà venire dopo. Nella fattispecie Levine ha spiegato di non avere paura del futuro o timore di prendere decisioni, ma ha anche ammesso di essere perfettamente consapevole del fatto che sarà difficile replicare un successo come quello del Trono di Spade, soprattutto ora che hanno l'opportunità di produrre una serie che rivaleggia con una grande produzione cinematografica.
Il responsabile della programmazione si è anche dimostrato particolarmente di spirito quando ha rivelato un "*inside joke*" all'interno del network secondo cui il solo ed unico protagonista della serie sarebbe in realtà il trono, perché sarà anche l'unico a sopravvivere a tutti i protagonisti.

Parlare, come anticipavamo, del futuro dopo questa serie e di un possibile erede non è un argomento facile e Levine non crede che Westworld, nella fattispecie, potrà avere questo ruolo e non certo perché sia una serie di minore qualità, ma più che altro perché si sta sviluppando con il suo proprio caratteristico passo, molto diverso da quello di Game of Thrones e soprattutto con diverse sfide, come per esempio quella di dover sviluppare il carattere di personaggi che sono di fatto dei robot, facendolo quindi quasi senza che il pubblico se ne renda conto. Ma al di là di queste considerazioni la verità è che secondo il protagonista di questo incontro, qualunque serie potrebbe diventare il prossimo successo del network per motivi che potrebbero non avere nulla a che spartire con Game of Thrones, così come non è affatto detto che i vari progetti di *spinoff* dello show avranno lo stesso richiamo in termini di pubblico della serie da cui traggono ispirazione.

cinemaitaliano.info

MIA - Un pitch di IDM per trovare produttori di serie televisive scritte in Alto Adige



Nell'ambito del **MIA** (Mercato Internazionale Audiovisivo) a Roma, IDM organizza l'Evento finale di RACCONTI #6, l'annuale Script Lab della Film Commission altoatesina rivolto allo sviluppo di sceneggiature per cinema e televisione, che quest'anno ha puntato su concept innovativi di serie TV.
Gli autori di lingua italiana e tedesca, che hanno partecipato a questa 6a edizione del programma di scrittura, si sono incontrati nei mesi passati in Alto Adige nell'Hotel Kematen e nell'Hotel Wolfsgrubenersee, sulla splendida cornice dell'Altopiano del Renon, per lavorare sia in gruppo nella Writers' Room diretta dalla casa di produzione tedesca FFP New Media, sia attraverso il programma di Mentoring "High Concept, Low Budget", per realizzare serie TV di alto livello e originalità con budget ridotti.
Sabato 21 ottobre dalle 18.00 alle 19.00 nella Sala Giada dell'Hotel Bernini Bristol a Roma (Piazza Barberini, 23) sarà l'occasione per presentare a una platea di produttori italiani e internazionali i treatment sviluppati. I produttori interessati ad assistere ai Pitch potranno richiedere l'accredito mandando una mail a questo indirizzo film@idm-suedtirol.com.

Durante questa sessione di pitching saranno presentati i 4 progetti di serie TV sviluppati nel programma di Mentoring "High Concept – Low Budget" di RACCONTI #6:
- BLOODY MARY di Dario Bonamin, Francesca De Lisi e Federico Gnesini
- HAPPY HEARTS & SMILING FACES di Joachim Braner
- WOLFTRAP di Laura Grimaldi e Pietro Seghetti
- ZERO di Laura Tamoj

I treatment di questi progetti sono stati sviluppati dagli sceneggiatori con la supervisione di alcuni esperti internazionali: Maria Feldman, Harold Valentin e John Yorke.
A seguire ci sarà la Premiazione del progetto vincitore e la consegna dell'Award Panalight Südtirol Development (Premio di 3.000,00 Euro per la migliore delle 4 serie scritte durante il programma di Mentoring), finanziato dalla società rental altoatesina Panalight Südtirol.
Per saperne di più su RACCONTI IDM Script Lab: racconti.idm-suedtirol.com

DAVIDEMAGGIO.it
La TV dietro le quinte

MIA 2017, Daniel Dae Kim: «Ecco perchè The Good Doctor dalla Corea agli Usa è un successo. Le fiction di mafia? Le guarderei ma non le adatterei»

domenica 22 ottobre 2017 17:33 Mattia Buonocore

Serie TV, Televisione

Mi piace 3 G+



Daniel Dae Kim

E' la serie rivelazione di inizio stagione tv a stelle e strisce. Si chiama **The Good Doctor** ed è un adattamento di una hit coreana. A portarla negli Stati Uniti, nelle vesti di produttore, è **Daniel Dae Kim**, attore di Lost e Hawaii Five – O. Proprio la sua doppia veste, unita al successo della serie ABC, è stato oggetto di un incontro del **Mia** 2017.

Daniel ha sottolineato come oggi il mondo sia più piccolo: si possono **abbattere le barriere esportando format** da una nazione all'altra. Ma l'adattamento non è una strategia sempre vincente e spesso i remake locali si rivelano dei fiaschi. A questo proposito l'attore spiega:

> *"The Good Doctor per me era **in grado di superare i confini nazionali** perchè contiene **valori universali** come la speranza. Inoltre riguarda il settore sanitario che è comune in tutti i paesi (...) In Corea c'è una serie che parla dei rapporti di ufficio in una multinazionale che negli Usa non funzionerebbe..."*

Per tali ragioni non adatterebbe da produttore nemmeno gli show italiani, visti al Mia (eccoli), incentrati sulla mafia (che però guarderebbe da spettatore):

> *"Ho visto tanti progetti diversi sulla mafia. **Esportarli negli Usa sarebbe rischioso**; gli italo-americani non vogliono sentir parlare di mafia, ci sono troppi stereotipi a proposito".*

Invita poi a **staccarsi dal mercato**: molto spesso lo spettatore vuole scoprire aspetti inediti di argomenti che già sa e serve a poco trovare la cosa unica mai fatta.

C'è anche spazio per un paragone tra italiani e coreani. Per l'attore i due popoli sono molto simili, i coreani sono gli **"italiani asiatici"** in quanto, a differenza delle altre popolazioni con gli occhi a mandorla, lasciano trasparire bene le loro emozioni e danno una grande importanza ai valori della famiglia.

Interpellato dal moderatore, Daniel Dae Kim dà un'opinione anche sullo scandalo Weinstein che trasuda ottimismo:

"Il cambiamento non avviene mai perché la gente sta zitta".

E-DUESSE.IT

TELEVISIONE

22 OTTOBRE 2017 18:04

MIA, 1.800 ACCREDITATI

share

Stefano Radice



I numeri della terza edizione del Mercato Internazionale dell'Audiovisivo

Oltre 1800 accreditati, 58 Paesi partecipanti, 45 progetti, più di 60 mila meeting, 120 film, TV Upfront e What's next Italy. Sono i numeri registrati dalla terza edizione del MIA, il Mercato internazionale dell'audiovisivo che si conclude oggi a Roma, al Distretto Barberini.

Grande soddisfazione viene espressa da Lucia Milazzotto, direttore del MIA: "E' stato un mercato vibrante, perché il numero di meeting e di affari è stato al di sopra delle aspettative - spiega Milazzotto - e 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".

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".



Gianmaria Tammaro
22 ottobre alle ore 2:51 ·

Questo weekend sono stato a Roma per seguire il MIA, il mercato internazionale dell'audiovisivo. Ho intervistato un paio di persone e seguito qualche panel. Tra i più interessanti: questo, sugli showrunners, di cui ho scritto anche un resoconto; e quello sulle "donne della televisione" (anche di quello ho scritto qualcosa, lo posterò nelle prossime ore).



L'importanza dello showrunner raccontata al MIA 2017

Tre dei protagonisti della televisione mondiale hanno discusso i compiti e le responsabilità di una delle figure chiave della produzione seriale

LASTAMPA.IT

LA STAMPA

L'importanza dello showrunner raccontata al MIA 2017

Tre dei protagonisti della televisione mondiale hanno discusso i compiti e le responsabilità di una delle figure chiave della produzione seriale



GIANMARIA TAMMARO

Pubblicato il 22/10/2017
Ultima modifica il 22/10/2017 alle ore 10:31

Lo showrunner è uno dei ruoli più importanti della nuova televisione. È colui che sceglie le storie, che le struttura, che fa collaborare i vari reparti tra loro e che tiene una linea precisa di tutto il lavoro che viene fatto. È la chiave di volta, se preferite. E l'occhio del ciclone quando un episodio, una sceneggiatura o addirittura una serie intera non funzionano.

Un lavoro per persone con un carattere forte e deciso, e con un'idea precisa. «Quando sono tornato a fare cinema – ha raccontato Spotnitz – ho capito di non avere lo stesso potere». Quello dello showrunner, infatti, è un ruolo prettamente televisivo, sviluppato nel corso degli anni per fare fronte a una precisa esigenza: raccontare storie, farlo in modo continuo, con più episodi, concentrando sforzi e successi.

Con l'internazionalizzazione del mercato televisivo, non solo i contenuti ma anche le figure professionali come questa si sono diffuse in tutto il mondo e in tutte le produzioni. Quello che è importante capire, ha tenuto a precisare sempre Spotnitz, è che «per fare una buona serie, la presenza dello showrunner non è fondamentale».

Al MIA (Mercato Internazionale dell'Audiovisivo) 2017, il ruolo dello showrunner è stato analizzato sotto ogni aspetto: compiti, poteri, responsabilità. A parlarne, tre dei protagonisti della produzione seriale di questi anni: Chris Brancato ("Narcos"), Evan Katz ("24") e Frank Spotnitz ("The Man in The High Castle", "I Medici").

Punto di partenza: l'importanza, per uno showrunner, di saper collaborare con il proprio team. Non basta, hanno concordato i tre speakers, avere una grande storia se non si riescono a mettere insieme tutte le energie e tutte le competenze. «Il ruolo dello showrunner – ha detto Brancato – è stato per tanto tempo un ruolo puramente americano». Nato, cresciuto e pasciuto nel mercato a stelle e strisce. «La parte migliore di questo lavoro – è intervenuto Katz – è che sei autonomo, tutto dipende da te. La peggiore, invece, è che anche tutta la responsabilità, di successo o di insuccesso, è tua».

Ora che la produzione delle serie tv ha raggiunto il suo massimo storico, bisogna anche capire come questo abbia influito sulla costruzione degli show. «La sfida – ha detto Brancato – è con la tecnologia. E con tutta questa competizione, molte idee vengono scartate». Quella che vediamo, insomma, è una delle migliori televisioni possibili. Una televisione che è figlia non solo dei broadcaster tradizionali, ora in profonda crisi e rivoluzione, ma anche dei canali via cavo, che si sono velocemente imposti con la qualità delle loro serie, e delle piattaforme di streaming.

E più aumenta la competizione, più, per fare un buon prodotto, aumenta il budget. Il modo migliore per raccoglierlo, qui in Europa, resta quello di cercare vari partner. Ogni cosa ha i suoi lati positivi e negativi. Ne ha la televisione pubblica, che permette di raggiungere contemporaneamente un larghissimo pubblico ma che ha delle limitazioni editoriali piuttosto importanti. E ne hanno anche le piattaforme streaming che, come ha detto Spotnitz, hanno «eliminato la conversazione tra le persone. Perché hanno paura di spoiler». E poi ci sono le differenze, fondamentali, su come una storia viene gestita. E anche questo, per tornare al punto di partenza, rientra tra i compiti dello showrunner: un mediatore, un capitano di vascello e un uomo-chiave sul dentro e fuori dal set.

E l'Italia? «Ricca di talenti e di qualità», per Spotnitz. Anche qui le cose stanno cambiando. E la figura dello showrunner, se pensiamo alle ultime serie prodotte, è entrata prepotentemente sui nostri set. Ma più che organizzatore generale, in Italia lo showrunner è un direttore editoriale, uno che mantiene una visione di insieme. Un punto di riferimento, certo, ma ancora non così emancipato com'è, per esempio, negli Stati Uniti.

ragusanews.com

I due nuovi episodi del Commissario Montalbano in febbraio

2018



Roma - Michele Riondino nel primo dei Racconti di Vigata, nuova serie nata da Camilleri. Tra febbraio e marzo tornerà 'Il commissario Montalbano', con due nuovi episodi, 'Amore' e 'La giostra degli scambi' (in anteprima è stata mostrata una scena su qualcosa di strano che succede a Catarella)

Saranno fra i protagonisti delle nuove serie made in Italy in arrivo o in lavorazione, presentate ai buyers internazionali, in Italian Tv Upfronts, sezione del Mia, il Mercato internazionale dell'audiovisivo in corso a Roma. E sempre in primavera, sull'ammiraglia

Rai, debutteranno 'I racconti di Vigata', storie "con soggetti forti, come passione, vendetta, corruzione", ha spiegato Nicola Serra di Palomar, ambientate in una Sicilia tra 19° e 20° secolo. Si comincia con 'La mossa del cavallo' che ha per protagonista Michele Riondino.

La Palomar ha in cantiere anche 'Il nome della rosa' (riprese a inizio 2018), con John Turturro e Rupert Everett; la serie steampunk western 'That dirty black bag' (riprese in estate) e 'Gheddafi', sul leader libico, ideata da Saviano con Nadav Schirman. "Si stanno pianificando le prime due stagioni, le riprese inizieranno a fine 2018 - ha detto Serra -. Ancora non abbiamo scelto il partner in Italia, siamo in trattativa".

EVENTI ROMA

Boom per la terza edizione di MIA, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo: oltre 1800 accreditati e 60 mila meeting

ottobre 22, 2017 621 0

CONDIVIDI Mi piace 4 Tweet

Lucia Milazzotto, direttore di MIA, "è il nuovo brand dell'innovazione italiana"



Roma, 22 ottobre 2017 – Oltre 1800 accreditati, 58 Paesi partecipanti, 45 progetti, più di 60 mila meeting, 120 film, affollati TV Upfront e What's next Italy. È 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 di MIA, che sceglie di affidare il suo commento agli aggettivi che i 1839 accreditati hanno maggiormente utilizzato in questi frenetici giorni parlando del Mercato. "È 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".

ROMA DAILY NEWS

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

22 OTTOBRE 2017

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".*

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

MILAZZOTTO, È IL NUOVO BRAND DELL'INNOVAZIONE ITALIANA



Lucia Milazzotto Direttore MIA

SAVONA news .it
le parole che valgono, le notizie che restano

ATTUALITÀ | domenica 22 ottobre 2017, 08:00

Presentato il trailer del format televisivo "Banda contro Banda" del finalese Andrea Iannaccone

135 Consiglia

Lo studente di Finale si è aggiudicato insieme a altri dieci il Concorso Format Creativo Italiano, Iannaccone: "Bellissima esperienza, il format ha già suscitato l'interesse di diversi produttori"



Come annunciato qualche mese fa (vedi QUI) lo studente di Scienze della Comunicazione al Campus Universitario di Savona, il finalese Andrea Iannaccone si era aggiudicato la vittoria , insieme a altri 9 aspiranti autori televisivi, della seconda edizione del Concorso Pro Format 2017 in cui studenti e non solo si sono cimentati, dopo aver registrato alla Siae il loro format, nella costruzione di un sceneggiatura, considerata vincente per qualità e originalità.

Giovedì 19 ottobre, giorno di apertura del MIA - Mercato Internazionale dell'Audiovisivo, sono stati quindi presentati, dalle ore 10.00 alle ore 13.00 nella sala Giada dell'Hotel Bernini Bristol di Roma, i trailer dei 10 format vincitori del concorso, tra i quali "Banda contro Banda" di Andrea Iannaccone.

"Il promo di "Banda contro Banda" cerca di dare il senso della spettacolarizzazione delle bande musicali - spiega il vincitore Andrea Iannaccone - i brani di sottofondo ad esempio sono tutti suonati proprio da diversi complessi musicali italiani. Inoltre in format è valido non solo per il mercato televisivo italiano, ma anche internazionale, basta pensare alla tradizione musicale del Nord Europa o degli Stati Uniti".

Lo studente finalese, appassionato da sempre del mondo della musica in quanto suona il clarinetto, la batteria e il flauto traverso in diverse bande di Finale (Corpo Bandistico Parrocchiale Maria Pia di Finalpia e Rumpe e Streppa), Noli, Celle, Andora e Alassio, è poi entrato nel dettaglio del suo "Banda contro Banda": "Il trailer è stato girato negli studi televisivi dell'università Suor Orsola Benincasa di Napoli, la regia è a cura di Mario Sposito, la majorette è Luna Taurone e i testi e la presentazione sono di mia realizzazione, naturalmente la trasmissione affronterà anche alcuni aspetti che non sono stati inseriti nel trailer per motivi tempistici". ProFormat 2016, l'ANART, Associazione Nazionale Autori Radiotelevisivi, con la collaborazione e il sostegno di SIAE - Società Italiana degli Autori ed Editori e di UNISOB, Università Suor Orsola Benincasa di Napoli, hanno quindi lanciato quest'anno la seconda edizione del Concorso ProFormat, al fine di promuovere la creatività e l'innovazione nel settore dell'intrattenimento radiotelevisivo e web.

La giuria del Concorso ProFormat 2017, composta da Linda Brunetta, Presidente ANART, Chiara Duranti, fondatrice ed editor di FormatBiz, Axel Fiacco, autore televisivo e docente Università Cattolica di Milano, e Marta Perrotta, professore associato Università degli Studi Roma Tre, ha annunciato lo scorso 11 luglio, nella sede dell'Università Suor Orsola Benincasa di Napoli, i 10 Format vincitori.

L'APT, l'Associazione Produttori Italiani ed il MIA - Mercato Internazionale dell'Audiovisivo, hanno sostenuto questo progetto, organizzando una giornata di pitch fra gli autori vincitori e i produttori italiani ed internazionali interessati a nuovi Format televisivi.

Il Concorso ProFormat, si inserisce nel percorso che ANART sta affrontando da tempo per incentivare la produzione italiana in questo settore, al fine di colmare il gap tra format stranieri, prevalenti nei palinsesti delle emittenti televisive e format originali italiani, prestando particolare attenzione alle regole di protezione e tutela degli autori. L'ANART è da sempre in prima linea nella difesa dei diritti e della tutela della creatività degli autori italiani.

Ha presentato gli autori ed i loro Format, Linda Brunetta, Presidente ANART, Presidente Commissione DOR-SIAE, componente Consiglio di Sorveglianza SIAE e Comitato Consultivo Permanente per la Legge sul Diritto d'Autore, con l'introduzione di Paolo Marzano, Presidente del Comitato Consultivo Permanente per la Legge sul Diritto d'Autore che ha illustrato i lavori della Commissione speciale Format. "Sono molto orgoglioso di questo risultato anche perché il format ha suscitato l'interesse di aucuni produttori - prosegue Iannaccone -a breve si svolgerà una nuova proiezione a più di 50 produttori che lavorano con importanti aziende televisive: Rai, Mediaset, Discovery e Sky; oltre a società di produzione come Magnolia, Endemol".

"Il mio e gli altri format vincitori verranno anche presentati a giorni presso la produzione di Rai2 - conclude il finalese - voglio ringraziare Linda Brunetta, Massimo Cinque, Arturo Lando, Silvia Iannuzzi, Livia Morellini, Mario Sposito, Sergio Scopetta, Luna Taurone". Gli altro Format vincitori sono: Baby shower party di Giovanna Dubbini; Big Coach di Maria Chiara Palermo; City restyling di Paola Di Leo, Maria Rita Maltese e Maria Luisa Zito; Cosplay your life di Gilda Modica e Matteo Leonetti; Home Alone - Vai a vivere da solo di Francesca Chiarenza; Incontri da brivido di Luca Musarra e Giosia Perretta; La maschera di ferro di Luca Lomi; Proposta da sogno di Anna Rita Santabarbara; Try(p)talking di Elena Maria Bonoldi e Chantal Schweri



spettacolinews

DOMENICA 22 OTTOBRE 2017

Mia: Oltre 1800 accreditati e 60 mila meeting, i numeri di un successo

Milazzatto: "E' il nuovo brand dell'innovazione italiana"

ANTONIO GALLUZZO

redazione@spettacolinews.it
SPETTACOLINEWS.IT

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".

spettacolinews

TeleSimo la guida ai telefilm

MIA: oltre 1800 accreditati e 60mila meeting, i numeri di un successo

G+ Tweet Condividi

Domenica 22 Ottobre 2017

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".

RASSEGNA STAMPA

Pubblicato il 22/10/2017, 15:01 | Scritto da La Redazione

Fiction: tutti grandi titoli in arrivo, da Montalbano a Gomorra



Al Mia sono state presentate le serie che andranno in onda nei prossimi mesi o nel 2018, con grandi novità e molte conferme, soprattutto per i cult. Così sul quotidiano "Il Mattino".

Fiction, che cosa vedremo: Montalbano, Lorenzo il Magnifico e Gomorra 3

Rassegna stampa: *Il Mattino*.

Michele Riondino nel primo dei **Racconti di Vigata**, nuova serie nata da **Camilleri**; **Daniel Sharman** (*Teen Wolf*) nei panni di **Lorenzo il Magnifico** e **Raoul Bova** per Papa Sisto in **Medici: Masters of Florence – The magnificent**; **Roberto Saviano** creatore insieme a **Nadav Schirman** di **Gheddafi**, sul leader libico. Saranno fra i protagonisti delle nuove serie made in Italy in arrivo o in lavorazione, presentate ai buyers internazionali, in *Italian Tv Upfronts*, sezione del **Mia, il Mercato internazionale dell'audiovisivo** in corso a Roma. Mentre è già in onda **Suburra**, e sta per debuttare **Gomorra 3**, **Cattleya** è pronta all'avventura di **Zero zero zero**, serie per **Sky** tratta dal bestseller di Saviano, diretta da **Stefano Sollima** (riprese da marzo).

«La storia si snoda in 4 continenti e sei Paesi. Al centro della trama la consegna di un carico di droga dal Messico all'Europa», ha spiegato **Kim Gualino** di Cattleya. Tra febbraio e marzo tornerà **Il commissario Montalbano**, con due nuovi episodi, **Amore** e **La giostra degli scambi** (in anteprima è stata mostrata una scena su qualcosa di strano che succede a Catarella). E sempre in primavera, sull'ammiraglia Rai, debutteranno *I racconti di Vigata*, storie «con soggetti forti, come passione, vendetta, corruzione», ha spiegato **Nicola Serra** di **Palomar**, ambientate in una Sicilia tra 19/o e 20/o secolo. Si comincia con **La mossa del cavallo** che ha per protagonista Michele Riondino.

La Palomar ha in cantiere anche **Il nome della rosa** (riprese a inizio 2018), con **John Turturro** e **Rupert Everett**; la serie steampunk western **That dirty black bag** (riprese in estate) e Gheddafi, sul leader libico, ideata da Saviano con Nadav Schirman. «Si stanno pianificando le prime due stagioni, le riprese inizieranno a fine 2018 – ha detto Serra -. Ancora non abbiamo scelto il partner in Italia, siamo in trattativa». **Cross Productions**, che ha realizzato **Sirene** (al debutto la prossima settimana su **Rai 1**) e **Rocco Schiavone** (che tornerà in primavera), proporrà anche **Il Cacciatore**, nella quale **Francesco Montanari** è un magistrato ispirato a **Alfonso Sabella** che ha mandato in prigione boss come Leoluca Bagarella e Giovanni Brusca.

A novembre debutterà su Rai 1 **Scomparsa** con **Vanessa Incontrada**, con unisce conflitto generazionale e noir: «Vuole attirare sia un pubblico giovane che quello classico di Rai1», ha detto **Massimo Del Frate** di **Endemol Shine Italy**. Raoul Bova tornerà a uno dei suoi personaggi simbolo con **Ultimo – Operazione Cobra** diretta da **Alexis Sweet**, e girata tra Italia e Messico, con l'ufficiale dei carabinieri stavolta sotto copertura per sbaragliare il cartello degli Zetas. Inoltre **Taodue** sempre per **Canale 5** ha realizzato **Solo 2**, con **Marco Bocci**. In primavera inizieranno le riprese della seconda stagione di **La porta rossa**, con **Lino Guanciale**, ideata da **Carlo Lucarelli** e **Giampiero Rigosi**, grande successo di **Rai 2**, prodotto da **Vela Film**. La messa in onda è prevista a febbraio 2019.

Alessio Boni è un allevatore che, dopo essere uscito da un coma durato cinque anni, inizia ad indagare sui misteri nella sua vita in **La strada verso casa** di **Riccardo Donna** (**Casanova Multimedia** per Rai 1). In arrivo anche amori, famiglie e canzoni di **È arrivata la felicità 2** (**Publispei**), di cui sono appena finite le riprese. Una «rivoluzione rock con la giovane generazione che prende il potere a Firenze»: così **Luca Bernabei** di **Lux Vide** descrive *Medici: Masters of Florence – The magnificent*, seconda stagione, con Frank Spotniz come showrunner, sulla famiglia fiorentina. Nel ruolo del Magnifico, l'inglese Daniel Sharman (*Teen Wolf*); con lui fra gli altri, **Bradley James**, per Giuliano De Medici, un inedito Raoul Bova per Papa Sisto, **Alessandra Mastronardi** per Lucrezia Donati e **Sean Bean** (*Il trono di spade*) per Jacopo de' Pazzi.

(Nella foto il *Commissario Montalbano*)

SCREENDAILY

NEWS

Matteo Garrone, Walter Salles projects to pitch at Rome's MIA Market (exclusive)

BY GABRIELE NIOLA | 22 SEPTEMBER 2017

A slate of 35 film projects have been selected for the pitching session at the third edition of the MIA Market in Rome (Oct 19-23).



MATTEO GARRONE

Held in the days prior to the Rome Film Festival, this year the market is being organised separately from the festival.

There will be 20 feature films from 14 counties and 15 TV projects from eight countries presented, alongside nine already announced documentaries.

The projects have been selected by international seller Cristina Cavaliere (Rai Com), producer Finola Dwyer (Wildgaze Films) and buyer Jakub Duszynski (Gutek Film).

Matteo Garrone's Archimede Pictures will present *We Are The Winners*, a musical coming-of-age story directed by former documentary filmamker Giovanni Piperno.

Walter Salles is co-producing the pitch *Noah's Ark*, one of the two animation projects presented in the pitches. The other animation is *Durendal* by Egidio Eronico (*Michel Petrucciani*).

Peter Bebjak, best director winner at Karlovy Vary this year for *The Line*, will present his new his new film, *Emil*.

After seeing his latest production selected for Directors' Fortnight at Cannes (*Pure Hearts*), Roberto De Paolis is returning to the pitches with a new project directed by Enrico Maria Artale (*My Bow Breathing*) titled *Pablo*.

TV projects

The Drama Series Pitching Forum will host companies including ABC Studios, Amazon, AMC, Canal Plus, HBO, Lionsgate, Vivendi, Sony Pictures, A+E and NBC. The 15 projects being pitched have been selected by the 11 members of the MIA TV Board, which includes members from companies such as Atlantique, Moviestar+, ITV Studios and Scott Free.

During the pitchings, Endemol Shine Italy will present *Beautiful Minds - Bernini vs Borromini,* a 17th Century drama in which the two titular artists seek both artistic perfection and love from the same woman.

Company Pictures will pitch *Enemies*, a serialised political kidnap thriller created by Charlotte Wolf, encompassing the tragedy of the parents, the tension of the negotiating tables, and the newsrooms.

Ukrainian Film.UA will bring *Kos3 Nostra,* a feel-good story about a Ukrainian woman coming to Italy to work as a housemaid who finds herself in a mafia family.

France, Germany and Finland are joining forces through Federation Entertainment, Nadcon Films and Vertigo Production for *The Emperor*, which is the real story of Jari Aarnio, a heroic cop who arrested several drug lords but is now in prison accused of smuggling drugs himself.

As per previous editions of the MIA, Eurimages will announce the winner of its Co-Production Development Award, which is worth €20,000.

The MIA market is created, developed and produced by ANICA (Italian Association of Film industries) and APT (Italian Association of Television Producers). The 2017 edition will be located in Rome's Barberini district around Piazza Barberini.

FILM PROJECTS

- *The Searchers* by Andreas Prochaska (prod. Daniel Hetzer, Temper Films) (Aus)
- *Sweet Hell* Throughout the Galaxy by Fabio Baldo (prod. Andy Malafaia, Glaz) (Bra)
- *Noah's Ark* (animation) by Sérgio Machado (prod. Fabiano Gullane, Gullane) (Bra)
- *Saving One Who Was Dead* by Vaclav Kadrnka (prod. Vaclav Kadrnka, Sirius Films) (Cze)
- *Yalda* by Massoud Bakhshi (prod. Marianne Dumoulin, JBA Productions) (Irn)
- *Pablo* by Enrico Maria Artale (prod. Roberto De Paolis, Young Films) (Ita)
- *Durendal* (animation) by Egidio Eronico (prod. Andrea Stucovitz, Partner Media Investment) (Ita)

- *The Outpost* (Doc) by Edoardo Morabito (prod. Marco Alessi, DUGONG FILMS) (Ita)
- *We Are The Winners* by Giovanni Piperno (prod. Matteo Garrone and Giovanni Pompili, Archimede, Kinoproduzioni) (Ita)
- *The Valley Of Stone Rivers* (doc) by Pablo Niento and Hugo Chávez Carvajal (prod. Pablo Niento and Hugo Chávez Carvajal, Etnoscopio) (Mex)
- *Patagonia* by Agnieszka Zwiefka (prod. Iza Igel, Harine Films) (Pol)
- *Nowhere* by Marco Leão (prod. João Figueiras, Blackmaria) (Por)
- *I Hate Berlin* by Valentin Hotea (Ada Solomon, Hi Film Productions) (Rom)
- *Emil* by Peter Bebjak (prod. Rastislav Šesták, D.N.A. Production) (Svk)
- *Duo* by Meritxell Colell Aparicio (prod. Nicolas Münzel Camaño and Nathalie Trafford, Pennsylvania Films and Paraíso Production Diffusion) (Spa)
    - *Cork* by Mikel Gurrea (prod. Sergy Moreno, Lastor Media, Morena Films) (Spa)
    - *Madame Luna* by Binyam Berhane (prod. David Herdies, Momento Film) (Swe)
    - *The Tentmaster's Daughter* by Isabel Anderton (prod. Christine Hartland, Patchwork Productions) (UK)
    - *The Cryptozoo Debut* (animation) by Dash Shaw (prod. Kyle Martin, Electric Chinoland) (USA)

TV PROJECTS

- *Brothers Nobel* (16x90') - Arena Film (DeNn)
- *Replay* (10x26') - Black Sheep Films and Division Paris (Fra)
- *The Emperor* (10x50') - Federation Entertainment, NADCON Film GmbH and Vertigo Production (Fra/Ger/Fin)
- *Cornucopia* (10X45') – Sagafilm (Isl)

- *Beatrice Cenci – The Trial* (10X60') - Tangram Films (Ita)
- *Beautiful Minds – Bernini vs Borromini* (8x50') - Endemol Shine Italy (ita)
- *Venice Rising* (8X50') - Pepito Productions (Ita)
- *Don't Leave Me* (8x50') - Paypermoon Italia (Ita)
- *Survivors* (12x50') - Rodeo Drive (Ita)
- *Red Orchestra* (8x60') - Bahama Films (Pol)
- *The Pleasure Principle* (8x52') - Apple Film Productions (Pol)
- *Woodland* (6x60') - Fiction Factory (UK)
- *4 Words For Love* (8x50') - Helion Pictures (UK)
- *Enemies* (8x45') - Company Pictures (UK/Ita)
- *Ko3a Nostra* (8X60') - Ua Film (Ukr)

SCREENDAILY

NEWS

'Narcos' co-creator developing 'American Gangster' prequel series with Forest Whitaker (exclusive)

BY ORLANDO PARFITT | 23 OCTOBER 2017



SOURCE: WIKI COMMONS
FOREST WHITAKER

Chris Brancato, the co-creator of *Narcos*, is developing a prequel series to the film *American Gangster*.

Producer/writer Brancato, who now develops projects for ABC Studios, told *Screen* at the MIA market conference in Rome that the project is called *The Godfather Of Harlem* and is based on the life of mob boss Bumpy Johnson.

Describing the series, Brancato said: "It stars Forest Whitaker, he will play our lead character. It's essentially the prequel to the movie *American Gangster*.

"It's Harlem, the 1960s, a gangster named Bumpy Johnson was very close friends with Malcom X, so the show is about the collision of the criminal underworld and the civil rights movement. It's an opportunity to examine some of the things that are going on racially right now, but through the prism of the past."

The series is set five years before the events of the Ridley Scott film starring Denzel Washington and Russell Crowe.

The script has been written, and Brancato is talking to Kendrick Lamar about providing the music.

He said that when this is finalised they will take the project out to market. If the projects sells, Netflix, Amazon or Hulu are potential destinations.

Brancato, who was speaking on a panel with Evan Katz (*24*) and Frank Spotnitz (*Medicini: Masters Of Florence*) at the MIA Market event, also told *Screen* he was working on the script for the third *Sherlock Holmes* film starring Robert Downey Jr.

The showrunner left *Narcos* after one series to run *Of Kings And Prophets* for ABC Studios, which was cancelled after three episodes. His current role at ABC Studios is developing projects for Netflix and Amazon. "Even the big studios in Hollywood understand that you have to produce for those markets," he said.

7giorni

Il melegnanese Luca Lomi tra i vincitori del concorso "Pro Format" dedicato alle nuove idee per la TV |Video|

"La Maschera di Ferro" è il format ideato da Lomi, realizzato lo scorso Luglio presso gli studi televisivi dell'università Suor Orsola Benincasa di Napoli e presentato, il 19 Ottobre, al MIA, Mercato Internazionale Audiovisivo a Roma



I 10 vincitori di Pro Format Luca Lomi il secondo da sinistra

"La Maschera Di Ferro" : il format vincitore di Lomi

Melegnano- Il melegnanese Luca Lomi è uno dei 10 vincitori,del concorso "Pro Format". Giunto alla sua 2° edizione, il Concorso è promosso da ANART con il sostegno di SIAE – Società Italiana degli Autori ed Editori. Le nuove idee per le trasmissioni TV sono state selezionate in tutta Italia, i vincitori avranno la possibilità di far produrre i propri programmi televisivi sia in Italia che all'estero. "La Maschera di Ferro" è il format ideato da Luca Lomi, ideato e realizzato lo scorso Luglio presso gli studi televisivi dell'università Suor Orsola Benincasa di Napoli. È stato presentato, il 19 Ottobre, al MIA, Mercato Internazionale Audiovisivo a Roma ed è già stato opzionato da una casa di produzione romana. Presto sarà presentato insieme agli altri format vincitori ad oltre 50 produttori nazionali ed internazionali, per quelli più apprezzati si apriranno le porte dei palcoscenici internazionali.

Il progetto ProFormat si inserisce in un percorso di promozione e tutela che l'ANART, Associazione Nazionale Autori Radiotelevisivi, sta affrontando da tempo per incentivare la produzione italiana in questo settore. L'obiettivo del Concorso è di creare un percorso virtuoso di accesso al mondo del lavoro per i giovani talenti come per i professionisti, per la valorizzazione del Format originale italiano. ANART, da sempre in prima linea nella difesa dei diritti e della creatività degli autori italiani, riunisce la maggior parte degli autori radiotelevisivi dell'intrattenimento, tra cui Fabio Fazio, Antonio Ricci, Michele Guardì, Andrea Zalone e Massimo Cinque.

Chi è Luca Lomi

Laureatosi nel 2006 in Storia della Televisione presso l'università Cattolica Del Sacro Cuore, il melegnanese Luca Lomi vanta una lunga serie di successi, tra cui: il concorso di scrittura creativa di Tv Sorrisi E Canzoni e Comedy Central, vincendo l'unica borsa di studio Mondadori per frequentare un master IED in Produzione Tv. Ha visto la sua vittoria anche il concorso di scrittura creativa "Ragazzi Che Tivu" della Regione Lombardia con una giuria composta dai più importanti produttori tv italiani per ragazzi. Di quest'anno è, invece, la collaborazione con un'agenzia tv dove Lomi si è occupato della gestione dei casting di Guess My Age, il programma di Enrico Papi in onda ogni sera alle ore 20.30 su tv8.

ACTINGNEWS
cinema per chi fa cinema



Col sostegno di Siae

Premio Solinas al Mia

Assegnati premi e menzioni speciali al Mercato Internazionale dell'Audiovisivo. "Piove" di Jacopo del Giudice si aggiudica 9 mila euro

Si è svolta a Roma al MIA-Mercato Internazionale dell'Audiovisivo la manifestazione di premiazione ...

DAVIDEMAGGIO.it
La TV dietro le quinte

Verdiana Bixio (Publispei) a DM: «Una serie da ripescare? Amo Tutti Pazzi per Amore ma sono per le cose nuove»

lunedì 23 ottobre 2017 14:55 Mattia Buonocore

Fiction, Le Interviste di DM

Mi piace 49 G+



Verdiana Bixio

Ai compratori stranieri del **MIA** è stata presentata la seconda stagione di **E' Arrivata la Felicità**. Ma sono diversi i progetti targati Publispei che bollono in pentola. In particolare, uno è quello che sta più a cuore ai telespettatori ed è sempre lo stesso: **Un Medico in Famiglia**. Ci sarà l'undicesima stagione? L'abbiamo chiesto a **Verdiana Bixio**, numero uno della società di produzione che abbiamo incontrato durante il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo.



Siamo al MIA e abbiamo visto le prime immagini di E' Arrivata la Felicità 2. Quando sarà in onda su Rai1?

La vedrete nella prima parte del 2018.

Cambierà qualcosa?

Sì che cambierà, avremo degli elementi musicali in più. Avremo più canto, più ballo, più allegria, più sentimenti, più lacrime e anche una piccola sorpresa nella mente dei protagonisti.

E' inevitabile la domanda su Un Medico in Famiglia. Si farà la nuova stagione?

E' inevitabile? Non credo. Tutto si può evitare!

No comment?

Stiamo lavorando, non sappiamo ancora.

Sul fronte Mediaset, cosa bolle in pentola?

Per Mediaset, stiamo lavorando su alcuni progetti. Uno sembra più probabile, bisogna aspettare di capire qual è quello giusto sul quale approfondire.

E' un periodo in cui vanno di moda le coproduzioni internazionali.

Come vanno di moda? Sono necessarie, bellissime.

Perchè non sempre in passato sono state sinonimo di successo, anche se oggi qualcosa sta cambiando. Publispei come si pone?

Il mercato internazionale è cambiato repentinamente, negli ultimi due anni parliamo di canali completamente diversi, nuovi. Il pubblico è coinvolto in maniera diversa, quindi automaticamente gli autori, i registi e i produttori hanno cavalcato quest'onda. Si parla di rinascimento italiano quindi è un'ottima cosa che le produzioni italiane viaggino, anche accompagnate da produttori di altri paesi, in giro per il mondo. Noi l'abbiamo già fatto in passato, abbiamo fatto coproduzioni con la Spagna, il Portogallo, la Germania, l'Austria, in un momento in cui si parlava ben poco di coproduzioni. Era difficile farlo per i gusti diversi del canale che era generalista in assoluto, poco si poteva fare da altre parti. In quel periodo non era pensabile nemmeno realizzare lunghe serialità come quelle che si fanno ora. E' necessario, è bellissimo, nei mercati internazionali si vedono delle serie strepitose, inimmaginabili fino ad un anno fa.

Fare fiction per Rai1 è più difficile rispetto a fare fiction per una rete non generalista?

Ci vogliono professionalità diverse. Tutti i lavori sono difficili, bisogna saperli fare.

Un altro trend è quello dei sequel e dei reboot, c'è qualche serie Publispei che vorrebbe riprendere?

Io amo Tutti per Amore, cosa lo diciamo a fare. Ma sono per il futuro, bisogna lavorare su cose nuove. E' come con i fidanzati, che fai... ti vai a riprendere quello vecchio?

Autore REDAZIONE :: 23 Ottobre 2017

Woodland si aggiudica il Premio MIA EDI Visionary Award di EDI Effetti Digitali Italiani

Assegnato ieri sera a Roma il riconoscimento promosso per il primo anno dalla società italiana leader nella post produzione e negli effetti visivi che intende promuovere un utilizzo dei VFX più creativo e integrato nella narrazione



È stato consegnato ieri sera, nellambito della terza edizione del MIA, il Mercato Internazionale dellAudiovisivo in programma a Roma fino a oggi, il Premio MIA EDI Visionary Award: il riconoscimento promosso da EDI Effetti Digitali Italiani, società di post produzione ed effetti visivi per il cinema e la pubblicità, in collaborazione con il MIA, per premiare il progetto di film, documentario o serie tv che prospetta la maggiore capacità innovativa nella narrazione attraverso un utilizzo eccellente degli effetti visivi.

Il progetto vincitore, dal titolo **Woodland** per Fiction Factory e Awesome, è una serie tv in sei puntate da sessanta minuti, di genere supernatural thriller, ambientata tra Galles e Stati Uniti e creata dallo scrittore e produttore canadese Jeff Norton. Il premio del valore di 15 mila euro in lavorazioni di postproduzione e VFX (Visual Effects), oltre ad uno sconto speciale su ulteriori lavori, è stato consegnato ieri sera durante la cerimonia di premiazione ufficiale del MIA dal socio fondatore di EDI, Francesco Grisi.

La giuria del Visionary Award ha anche deciso di attribuire due menzioni speciali a due progetti italiani di serie tv di genere period drama che si presentano come fortemente innovative nel linguaggio: **Beatrice Cenci**, creato dalla regista e sceneggiatrice Paola Randi per Tangram Film e Isaria Production, e **Venice Rising**, creata da Pietro Seghetti per Pepito Produzioni. Le menzioni speciali consistono in lavorazioni VFX per un valore di 5 mila euro come contributo allo sviluppo, da utilizzarsi per la realizzazione di un teaser di presentazione.

Per la prima volta quest'anno il MIA ha visto la collaborazione con EDI Effetti Digitali Italiani che ha deciso di finanziare il Visionary Award con l'obiettivo di incoraggiare gli autori e i produttori a non limitare le loro visioni fin dalla fase di sviluppo per motivi di budget.

Dice Jeff Norton, scrittore e produttore di **Woodland**: "Aver ricevuto il Premio MIA EDI Visionary Award al MIA come miglior progetto di serie tv è per me un grande onore, tanto più perché EDI Effetti Digitali Italiani, che ha deciso di premiarci, è una società leader nel campo degli effetti visivi e nella creazione di immagini visionarie e mozzafiato".

Dice Francesco Grisi: Grazie alle nuove possibilità aperte dagli effetti visivi il cinema sta cambiando. Ad ogni evoluzione della tecnologia è seguita un'evoluzione delle tecniche narrative. Gli autori più innovativi hanno sempre trovato modi nuovi, spettacolari e sorprendenti per mettere la tecnica al servizio delle storie e dei mondi narrabili. Siamo molto orgogliosi di aver istituito il Visionary Award insieme al MIA. È un altro passo avanti nel nostro percorso di formazione e investimento nella crescita di nuovi talenti, ed è anche un segnale che vogliamo dare al mondo del cinema italiano e internazionale.

EDI Effetti Digitali Italiani sta attualmente investendo molta parte della sua energia e creatività nel cinema. Nel corso del 2017 ha aumentato le collaborazioni con registi e produttori di film e serie tv, italiani e internazionali. Ha lavorato per produzioni americane su sei lungometraggi e due serie tv (**American Gods** per Starz-Amazon e **Lemony Snickets**, una serie originale Netflix) e sta collaborando alle nuove opere dei più interessanti giovani autori italiani (Fabio&Fabio, Matteo Rovere, Gabriele Mainetti, Stefano Lodovichi), registi che stanno dimostrando di voler e saper usare i VFX al servizio delle loro storie.

EDI ha anche iniziato la collaborazione con alcune delle realtà produttive italiane più creative e attente alla qualità, come Indigo Film, Indiana Production, Cross Production, Groenlandia e Lucky Red.

Conclude Grisi: Con il MIA EDI Visionary Award vogliamo anche dare un segnale al mondo del cinema affinchè non si limitino le visioni degli autori nella fase di scrittura, perchè per noi ormai nulla è impossibile da realizzare. Da parte nostra, stiamo investendo per ampliare sempre più gli strumenti che mettiamo a disposizione delle visioni degli autori. Ci stiamo specializzando nella tecnologia VR attraverso alcuni progetti sperimentali interamente finanziati da noi, stiamo collaborando con Creature Artist di fama internazionale per sviluppare in EDI un reparto interamente dedicato alle creature e formare i nostri 3D Artist ad un tipo di produzione artistica attualmente inesistente in Italia. Ci stiamo anche impegnando, insieme a realtà importanti come la Civica Scuola di Cinema Luchino Visconti di Milano, nella formazione perché levoluzione del linguaggio cinematografico ha generato la necessità nel nostro settore di un numero sempre maggiore di talenti. Pensiamo sia fondamentale formarli in Italia e trattenerli nel nostro paese, offrendo loro sfide professionali e artistiche allaltezza delle loro aspirazioni.

EDI Effetti Digitali Italiani è l'azienda leader nel settore dei VFX. Fondata nel 2001 a Milano, si avvale al suo interno di diversi specialisti della post-produzione che lavorano a stretto contatto in un ambiente moderno ed innovativo che utilizza solo energie rinnovabili. Grazie alla costante ricerca di nuovi talenti e tecnologie, EDI realizza lavori di qualità, supervisionando ogni aspetto della post-produzione. In oltre sedici anni di attività ha collaborato con i più grandi registi italiani e internazionali (Gabriele Muccino, Paolo Virzì, Barry Sonnenfeld, Stephen Gaghan), realizzando gli effetti visivi per oltre cento produzioni cinematografiche.

EDI è presente con continuità sul mercato americano, dove ha effettuato lavorazioni per film come **Gold**, con Matthew McConaughey per la regia di Stephen Gaghan; **Fathers&Daughers**, con Russel Crowe per la regia di Gabriele Muccino, in cui ha riprodotto il caratteristico skyline della New York degli anni anni 90, che comprendeva edifici oggi non più esistenti (su tutti le Twin Towers). Oppure per **Nine Lives** con Kevin Spacey e Christopher Walken, in cui ha curato oltre 150 inquadrature e dove ha inserito le riprese dei gatti ammaestrati sulle sequenze girate con gli attori, permettendone la recitazione al fianco dei personaggi, e **American Gods**.

EDI ha realizzato inoltre produzioni in Inghilterra, Francia, Russia, Ucraina, Libano, Emirati Arabi, Tunisia, Giordania, Austria, Svizzera, Cina, Thailandia e India. Nel mercato dei film pubblicitari EDI ha allattivo progetti per clienti italiani ed esteri (Sky, Alitalia, Disney, Fiat, Ferrari, Mediaset, Volkswagen, FCA, TIM-Telecom, Renault e molti altri). Inoltre EDI è sempre attenta alle nuove tecnologie ed alle nuove tendenze; per questo attualmente è tra le prime società italiane a sperimentare le applicazioni della Virtual Reality. Inoltre EDI è molto attiva nella formazione, in cui è presente da anni come docente, collaborando con la Civica Scuola Luchino Visconti, lUniversità IULM e il dipartimento di Informatica dellUniversità degli Studi di Milano. L'esperienza nel settore, sia all'estero sia in Italia, e un laboratorio interno per la ricerca e sviluppo, permettono a EDI di gestire produzioni complesse in modo efficiente, sicuro, rapido e scalabile, e di poter offrire soluzioni estremamente innovative.

FINANZIAMENTI News

Presentata la terza edizione del bando Lazio Cinema International

Scritto da: Redazione

Il 21 ottobre 2017 il presidente Nicola Zingaretti ha presentato l'edizione 2017 del bando Lazio Cinema International con cui vengono stanziati 10 milioni di euro del POR FESR 2014-2020 per le imprese del settore cinematografico e dell'audiovisivo. L'incontro si è svolto allo spazio Open Colonna del Palazzo delle Esposizioni, nell'ambito del Mia, il Mercato Internazionale dell'Audiovisivo, attualmente in corso di svolgimento a Roma.

L'obiettivo del nuovo bando è sostenere la capacità del sistema produttivo del territorio di lavorare nelle grandi coproduzioni internazionali, cinematografiche e audiovisive, valorizzando il "girato" nel Lazio, favorendo il coinvolgimento delle imprese della filiera e promuovendo la crescita strutturale del settore e l'immagine del Lazio.L'avviso è stato predisposto valorizzando gli elementi più innovativi che hanno portato al successo le precedenti edizioni del bando, grazie ai quali la Regione Lazio ha favorito finora (bando 2015 e prima finestra temporale del bando 2016) la realizzazione di 26 coproduzioni (che vedono coinvolti produttori di: Francia, Germania, Islanda, Repubblica Ceca, Olanda, Belgio, Spagna, Regno Unito, Grecia, Danimarca, Svizzera, Portogallo, Brasile e Cina) girate in numerose location di tutto il Lazio, tra cui: Anzio, Fiumicino, Ostia, Sabaudia, Civitavecchia, Ciampino, Roma, Latina, Viterbo, Rieti, Bomarzo, Bolsena, Piansano, Tarquinia, Caprarola, Bracciano, Marino, Ariccia, l'abbazia di Casamari, le terme di Cotilia e il santuario di Greccio.Tra i criteri utilizzati nel valutare i progetti presentati anche per questa terza edizione

globalist syndication

Da Gheddafi a Lorenzo il Magnifico, la storia fa da padrona nelle serie italiane

Masters of Florence - The magnificent e 'Gheddafi', di Roberto Saviano, sul leader libico saranno fra i protagonisti delle nuove serie made in Italy.



Masters of Florence

GdS

23 ottobre 2017 Giornale dello Spettacolo

Lorenzo il Magnifico approda in televisione, nelle vesti di Daniel Sharman (già attore di Teen Wolf), e si fa accompagnare da Papa Sisto (Raoul Bova): saranno loro i perni della nuova serie televisiva Medici- Masters of Florence.

Un altro programma molto atteso è Gheddafi, pensato da Roberto Saviano e Nadav Schirman, mentre ad interpretare il primo dei Racconti di Vigata, serie ideata da Camilleri, sarà Michele Rondino.

Saranno questi i protagonisti delle nuove serie made in Italy in arrivo o in lavorazione, presentate ai buyers internazionali, in Italian Tv Upfronts, sezione del Mia, il Mercato internazionale dell'audiovisivo in corso a Roma.

> Mentre è già in onda Suburra, e sta per debuttare Gomorra 3, Cattleya è pronta all'avventura di 'Zero zero zero', serie per Sky tratta dal bestseller di Saviano, diretta da Stefano Sollima (riprese da marzo). "La storia si snoda in 4 continenti e sei Paesi. Al centro della trama la consegna di un carico di droga dal Messico all'Europa", ha spiegato Kim Gualino di Cattleya. Tra febbraio e marzo tornerà Il commissario Montalbano, con due nuovi episodi, 'Amore' e 'La giostra degli scambi' (in anteprima è stata mostrata una scena su qualcosa di strano che succede a Catarella). E sempre in primavera, sull'ammiraglia Rai, debutteranno 'I racconti di Vigata', storie "con soggetti forti, come passione, vendetta, corruzione", ha spiegato Nicola Serra di Palomar, ambientate in una Sicilia tra 19/o e 20/o secolo. Si comincia con 'La mossa del cavallo' che ha per protagonista Michele Riondino. La Palomar ha in cantiere anche Il nome della rosa (riprese a inizio 2018), con John Turturro e Rupert Everett; la serie steampunk western That dirty black bag (riprese in estate) e Gheddafi, sul leader libico, ideata da Saviano con Nadav Schirman. "Si stanno pianificando le prime due stagioni, le riprese inizieranno a fine 2018 - ha detto Serra -. Ancora non abbiamo scelto il partner in Italia, siamo in trattativa".

Cross Productions, che ha realizzato Sirene (al debutto la prossima settimana su Rai1) e Rocco Schiavone (che tornerà in primavera), proporrà anche Il Cacciatore, nella quale Francesco Montanari è un magistrato ispirato a Alfonso Sabella che ha mandato in prigione boss come Leoluca Bagarella e Giovanni Brusca. A novembre debutterà su Rai1 'Scomparsa' con Vanessa Incontrada, con unisce conflitto generazionale e noir: "Vuole attirare sia un pubblico giovane che quello classico di Rai1" ha detto Massimo Del Frate di Endemol Shine Italy. Raoul Bova tornerà a uno dei suoi personaggi simbolo con Ultimo - Operazione Cobra diretta da Alexis Sweet, e girata tra Italia e Messico, con l'ufficiale dei carabinieri stavolta sotto copertura per sbaragliare il cartello degli Zetas. Inoltre Taodue sempre per Canale 5 ha realizzato Solo 2, con Marco Bocci.

In primavera inizieranno le riprese della seconda stagione di La porta rossa, con Lino Guanciale, ideata da Carlo Lucarelli e Giampiero Rigosi, grande successo di Rai2, prodotto da Vela Film. La messa in onda è prevista a febbraio 2019. Alessio Boni è un allevatore che, dopo essere uscito da un coma durato cinque anni, inizia ad indagare sui misteri nella sua vita in La strada verso casa di Riccardo Donna (Casanova Multimedia per Rai1). In arrivo anche amori, famiglie e canzoni di E' arrivata la felicità 2 (Publispei), di cui sono appena finite le riprese. Una "rivoluzione rock con la giovane generazione che prende il potere a Firenze": così Luca Bernabei di Lux Vide descrive Medici: Masters of Florence - The magnificent, seconda stagione, con Frank Spotniz come showrunner, sulla famiglia fiorentina. Nel ruolo del Magnifico, l'inglese Daniel Sharman (Teen Wolf); con lui fra gli altri, Bradley James, per Giuliano De Medici, un inedito Raoul Bova per Papa Sisto, Alessandra Mastronardi per Lucrezia Donati e Sean Bean (Il trono di spade) per Jacopo de' Pazzi.

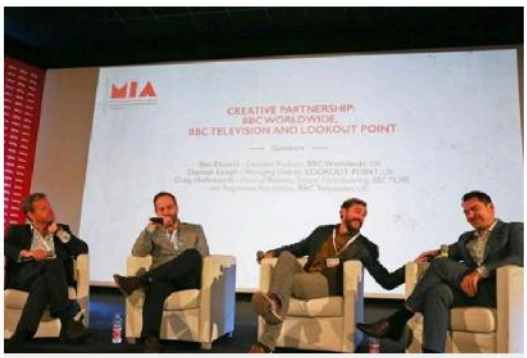
E sempre sul fronte politico Butler, parlando del cinema italiano che adora, di Gabriele Muccino (con cui ha girato 'Quello che so sull'amore') dice: "E' una grande personalità, un maestro che vuole sempre i sentimenti al primo posto". Ma ce n'è anche per Paolo Sorrentino: "Ho molto amato il suo 'Youth' e 'The Young Pope' e mi sono chiesto perché mai non mi abbia invitato a fare Berlusconi in 'Loro', sarei stato bravissimo".

SCREENDAILY

NEWS

'I wonder when the bubble will burst': BBC execs on high-end drama challenges

BY ORLANDO PARFITT | 23 OCTOBER 2017



SOURCE: MIA MARKET

Rising budgets and competition for talent are two of the biggest challenges facing the BBC in the high-end drama sector, according to BBC execs Craig Holleworth and Ben Donald.

Holleworth, the BBC's head of business, drama, films and acquisitions, and Donald, executive producer at BBC Worldwide, were talking at a panel in Rome's MIA Market alongside Damian Keogh, managing director of *War And Peace* producer Lookout Point.

Holleworth said: "I wonder when the bubble will burst, at some point it probably will. [With] rising prices... about 5 years ago we could make a programme for under £1million, now they're costing two, three, four million. It's incredible how much the market has changed with inflation, driven in the UK by tax credits and the rise of Netflix and Amazon.

"It's difficult for a public service broadcaster, particularly when funding is limited. We've had the same license fee for around eight years, so it is about how we partner with people to meet those budgets.

"[Another problem is] competition for talent," he added. "Are we getting the best writers and producers when there's so much opportunity there? It has become more difficult. It's not just about Netflix or Amazon. ITV, Channel 4 in the UK and American broadcasters are picking up our best talent. Will we ever get it back? I think a lot of the power sits with writers at the moment, they're setting up their own companies, I haven't seen that before.

New players

The panel agreed that new competition for Netflix and Amazon in the sector, such as Facebook, Google and Apple, was a positive development.

Donald said: "New entrants are welcome from a distribution and production perspective... [but] we don't know what their editorial compass is yet."

Holleworth added: "We can't have that market monopolised by two players. Branding and attribution are crucial in a global world. When you have a couple of very strong partners they try and push back on that and claim things as originals when we've developed them, so it's important that we retain the attribution as much as possible."

"I think the next two years we've got of this co-production model, then I wonder if we've plateaued. I hope the bottom doesn't drop out of the market at that point."

Damian Keough from Lookout Point, which produced *War And Peace, Ripper Street* and *Parade's End* for the BBC, agreed that rising budgets for high-end drama is making him "nervous".

He told the audience: "Budget inflation is always challenging. At the moment there are lots of buyers with deep pockets. Some of the most successful shows don't cost that much money, but the threshold of quality when you're making period [dramas] - we're making quite a lot of period – is set by shows like *The Crown,* and you cannot make a show that looks like *The Crown* without spending a lot of money. At the moment, because there are buyers willing to put that level of finance in it's good, but it does make me nervous and it doesn't seem to be steady, it seems to be rising."

> Keogh said: "The more co-producers the better. It's good to not just have one or two platforms. We've got the biggest companies that have ever existed in the history of the world about to buy into television, they're not even in it yet and I know there's challenges around what they might do, but it raises the opportunity as well. It's a fantastic time to be able to make television of any kind."

The ITALIANINSIDER

MIA ends in Rome, Finnish participation

GIANFRANCO NITTI | 23 OCTOBER 2017

Lucia Milazzotto, Director of MIA

ROME - Over 1800 accredited, 58 participating countries, 45 projects, more than 60 thousand meetings, 120 films, crowded Upfront TV and What's next Italy; it is the boom of the 3rd edition of MIA, the International Audiovisual Market concluded in Rome on October 22 in Rome, at the Barberini District with a thrilling success, also marked by the million views on twitter. A success due to the choice of organizers to give a strong identity, thanks to the clarity of the model built on the industry that had an excellent match in the Italian and international market. An identity, due to the highly innovative and European reorganization of the autonomous management of ANICA and APT, led by the Presidents Francesco Rutelli and Giancarlo Leone, by the Directors General Mina Larocca and Chiara Sbarigia and supported by all the companies that the two associations represent.

"Great satisfaction" was the word used by Lucia Milazzotto, Director of MIA, in his speech on the achievements of the 1839 accredited that have worked hardest in hectic days talking about the Market. "It was a vibrant market, because the number of meetings and business was above expectations, Milazzotto explains, because MIA is a market that gathers industry leaders. It is important because a European strong market that has at the same time been a major US participation. Qualified for the quality of the participants, the films and the projects presented."

Still, always continuing in the list of adjectives most used these days by the guests, the MIA was, as Milazzotto explained, "useful, because the Italian and European industry increasingly needs unobstructed spaces of encounter. But the MIA is especially strategic: MIA is becoming an appointment not to be missed. " Finally, concludes Milazzotto, the MIA has been "Italian, international and beautiful, which was the adjective I heard more in these days. Italian: Italy is experiencing a crucial moment in its history regarding international development; in this context, Italy will play an important role in the global trading tables. And it is international because it collects the industries of 58 countries that came to Rome to do business. Finally, in a simple word that sums up all the exceptional atmosphere of these 4 days, the MIA was beautiful because it is the only market that lives and lives in extraordinary locations that go through two thousand years of history."

Finland has been among the 58 countries represented, with four companies present: Vertigo, Cinemanse, Empire Pictures, Cinema World.

In particular, Minna Virtanen, producer and director of Vertigo, based in Helsinki, regarding this edition of MIA, stated that " it was very important ant useful. The MIA TV series pitching forum was very well arranged. I was amazed that all projects selected were so high level productions. It was a great honor to be included in this fantastic group of projects."

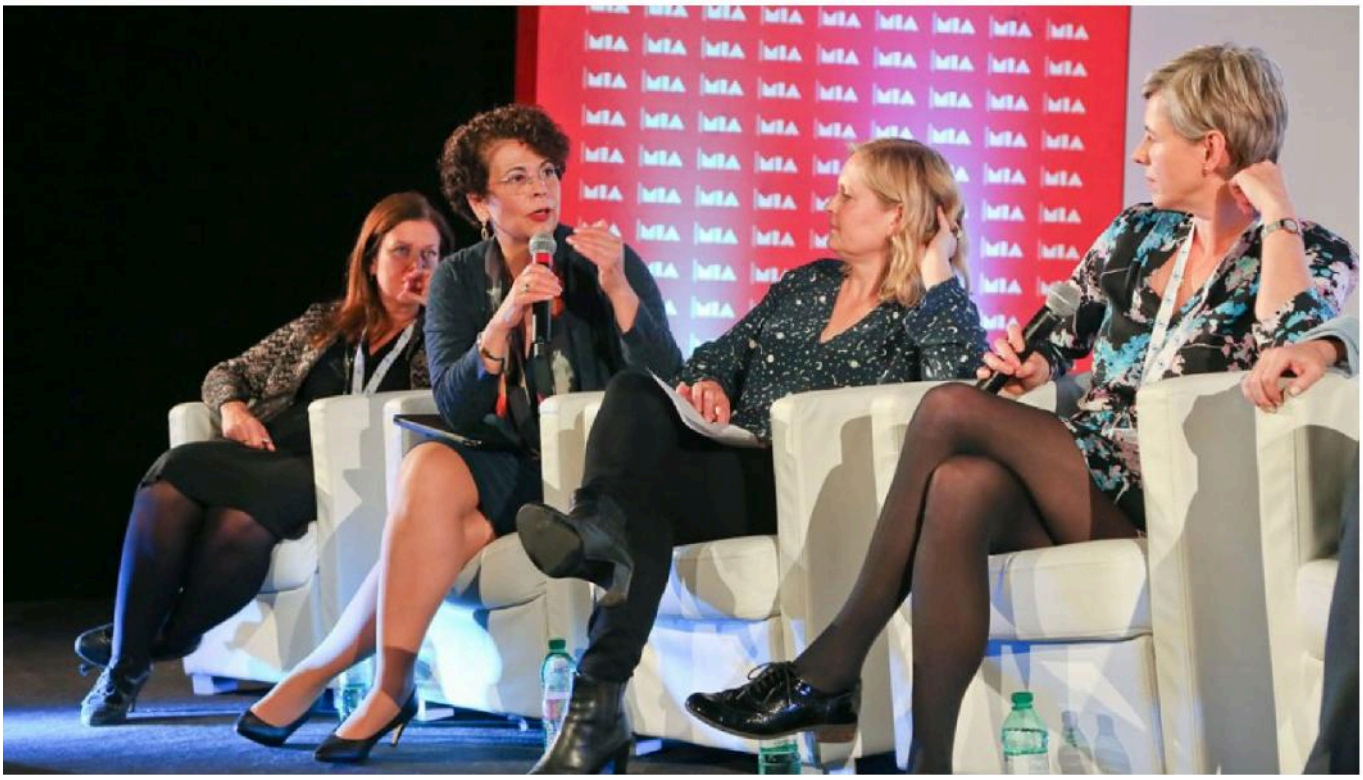
As regards a particular aspect or side of the business, she adds that "since I already have co producers and the world sales agent (Federation Entertainment) on board, I was looking for broadcasters. I think you never make deals in pitching forums. This is the place where you connect to the right kind of people and the business negotiations start from here. Mia pitching forum provides a great opportunity to network with right kind of people and the best companies in the business. That is the most important thing"

http://www.miamarket.it/

http://vertigo.fi/#home

The Hollywood Reporter

Female Execs Demand Industry Action In Wake of Weinstein Claims at Rome MIA



Stefania Casellato/Courtesy of MIA

Women in Global Entertainment: Eleonora Andreatta, Rola Bauer, Kate Crowe, Helen Gregory

Industry leaders from the U.S., U.K. and Italy discussed the importance of creating female-driven stories and using the sexual harassment firestorm as a catalyst for change in the entertainment business.

At Rome's third annual MIA Market, top female entertainment industry executives from the U.S., U.K. and Italy gathered to discuss issues facing the future of women in the business. The conversation inevitably opened with talk of Harvey Weinstein, and the participants were eager to lay out a strategy in response to the wave of

allegations against the disgraced producer and other men like him in the entertainment industry.

Before an audience of international guests, the panelists spoke of their hope that the industry would not treat this as a one-off issue or trend, but rather see it as a catalyst for real change.

"The issue about Harvey is an issue that is prevalent in North America, starting with the heads of state and the leader of the U.S.," said Rola Bauer, managing director of Studio Canal. "We really need to look at that as a starting point and bring it down to a reality. Now what can we do to make real moves, instead of treating it like a trending topic?"

"When something so massive and so public happens, it almost becomes a trend of conversation in our industry. We have a really bad habit of turning important things into trends," agreed Helen Gregory, managing director of Pinewood Television. "Our everyday behavior is very important. It's not just the big story of a massive predator."

"It's made me question just how much as a woman we've had to put up with," said Sally Woodward Gentle, CEO of Sid Gentle Films."We did all know about it. We knew that he took advantage of young women and he was a massive bully."

Woodward Gentle said the Weinstein news has made her look at the big picture of how the industry operates as a whole. When it comes to decision-making for example, "People generally ask a man rather than a woman," she said. "The whole gender imbalance is desperately ingrained in how we operate."

As to what can be done now, the panel discussed the importance of creating female-driven stories at this time in history, and carving out roles for women at all levels. "I've never believed in positive discrimination until recently," Woodward Gentle said noting that a male director will often get booked for "extraordinary gigs" after just one film, but the situation is never as easy for a woman.

Katherine Pope, head of TV division at Studio 8 also believes that the outing of Weinstein is the first step on a very long road of change. "It's going to be a day-by-day, brick-by-brick job. For those of us based in L.A., there's a huge way to go," she said.

Pope stressed that key changes include not adhering to the stereotypical image of a director as a "white male bully" who approaches a set like a dictator, but rather to fight for a team approach.

"The industry values male characteristics," said Gregory."When a female director comes in who is more searching in her response to things, we as an industry say they don't know what they're doing. Where's the ego, where's the drive? We have overvalued certain male characteristics of ego, drive, certainty. It makes for quite bland drama."

Pope believes that because the industry is producing more than 400 shows each year, it prevents people from going against the flow. "I think it's created this almost anti-risk taking because they're worried about how competitive it is," said Pope.

She called on decision-makers to lead the charge when making hiring decisions. "Take a step back and look at your slate, just look at it." Pope called for executives to include not just one name, but multiple names of women or people of color when putting together a list of potential writers and directors for a job. "If you interview five people and one person is a person of color or a woman, all these studies have found that statistically, it's almost impossible for them to get the job," said Pope. "Look at it and add more names to it."

"If a script comes in and it feels that the women are defined by men, it doesn't get past us, and we need to carry that on," said Kate Crowe, Head of TV, Scott Free Films, who said her company employs a large number of women."It is a point of women uniting and carrying it forwards."

Katie O' Connel Marsh, CEO Platform Media, largely believes the lack of female stories is, "a gatekeeper problem," calling on the need for more women to assume decision-making roles. "There are plenty of women in development," she said. "We can get SVP jobs every day of the week."

And Italy, unfortunately, has its own set of challenges, as can be seen in the recent media coverage of the Harvey Weinstein scandal, where several media commentators put the blame on the victims, and multiple newspapers used scantily clad photos of the female accusers in a textbook case of victim-shaming.

Eleonora Andreatta, the first female Head of Drama at Rai Fiction, noted that Italy has very few women executives, and as a result most of the leading characters shown on TV are male *(Montalbano, Don Matteo)*. And historically when women were leading characters, it was usually in a love story or in a mother role.

Andreatta, who has pushed through series including a show about a young female politician, said she is focused now on representing imperfect characters. "In Italy, for many, many years, the type of beautiful and young woman was a criteria not only for advertisements but also for television," she said, noting that in the last five years RAI has made more steps to become more inclusive of its representation of women.

She noted that misogyny is deeply ingrained in Italian culture. Women were only given the full right to vote in 1946. They could only become judges in 1965. "Before they were not considered reliable," said Andreatta. Up until 1981, the country granted men accused of honor killings a special status to receive a lenient penalty. And only in 2008 did Italian courts overturn a ruling that women wearing tight jeans "cannot be raped."

"The responsibility of what we are representing is really, really very important," said Andreatta who noted that the task of gender equality must be ingrained at a young age in Italy. "Only when you are very, very young can you learn how to respect the other gender," she said. "It's something you learn very, very early in life and then it's difficult to change."

The panelists were hopeful, however, in the conversation that has resulted in recent days. O'Connel Marsh, who also teaches at USC, said she brought up the Harvey Weinstein story with her students right after it broke, and felt optimistic about a younger generation carrying the industry forward.

"What was encouraging was that in all the dialogue we had, the young men in the class were really engaged," said O'Connel Marsh. "And the one question that really stuck with me was one of the young men said, 'Gosh, what is our toolkit, what can we do as men to address this?' It was a really lovely conversation."

cinemaitaliano.info

DOC/IT - Lettera aperta ai Ministri Dario Franceschini e Carlo Calenda

Pubblichiamo la lettera aperta di Doc/it - Associazione Documentaristi Italiani, con il sostegno di 100autori - Associazione dell'Autorialità Cinetelevisiva, ai Ministri MiBACT Dario Franceschini e MiSE Carlo Calenda in merito alla presenza di RAI al MIA - Mercato Internazionale dell'Audiovisivo ed al Contratto di Servizio.

Associazione Documentaristi Italiani

LETTERA APERTA AI MINISTRI DARIO FRANCESCHINI E CARLO CALENDA RAI E DOCUMENTARIO
DOC/IT DENUNCIA UN'ALTRA OCCASIONE PERSA

Egregio Ministro Dario Franceschini,
Egregio Ministro Carlo Calenda,

Domenica nel primo pomeriggio il MIA MARKET ha chiuso i battenti dopo tre giorni di intensa attività.
Ormai alla sua terza edizione, il MIA rappresenta il primo importante investimento fatto dalle istituzioni italiane per offrire al settore della produzione cinematografica e televisiva del nostro paese un mercato dove attrarre i "decision maker" dal resto del mondo e dove costruire collaborazioni e coproduzioni. Un'occasione più unica che rara per l'industria dell'audiovisivo, ma in particolare per quello che gli stranieri chiamano il "Factual" cioè il documentario nelle sue più diverse forme ed accezioni. A gremire le sale dell'Hotel Barberini/Bristol dedicate al MIA Doc c'erano tutti i responsabili dei canali televisivi italiani, i Pay, e i Free; i satellitari e i digitali terrestri, e soprattutto molti "decision maker" arrivati a Roma da tutto il mondo.. Tutte presenze accumunate dal desiderio di incontrare i produttori indipendenti italiani, sviluppare progetti, varare coproduzioni. Tutti, con l'unica grande eccezione di RAI. Nonostante il mercato fosse a Roma nella centralissima piazza Barberini ad un tiro di schioppo dal quartier generale di Viale Mazzini, i responsabili delle scelte editoriali di RAI non erano presenti né ai "pitching" dei nuovi progetti e ancor meno ai tavoli dove i produttori indipendenti italiani e stranieri incontrano i "decision maker" per discutere e stringere accordi. L'unica eccezione a questa imbarazzante assenza era Fabio Mancini, responsabile dei documentari di Doc3. L'appassionata e competente presenza di Mancini era però condizionata dalla mancanza di portafoglio e soprattutto dalla consueta impossibilità a stringere accordi di coproduzione e/o preaquisto per qualunque progetto non rientri nella programmazione dell'anno in corso.

Per il resto la partecipazione RAI si è limitata alla presentazione delle linee editoriali di RAI GOLD tenuta da Maurizio Imbriale, seguita da una interessante quanto stimolante anticipazione della nuova RAITRE del neo eletto Direttore Sergio Coletta. Subito dopo la loro presentazione entrambi sono stati risucchiati dai loro pressanti impegni.

Il caso più emblematico del disinteresse di RAI verso qualunque forma di confronto e collaborazione con il resto dell'Europa è emerso nella sessione conclusiva che si è tenuta la domenica mattina sulle coproduzioni europee e il servizio pubblico italiano. Sul palco c'erano i responsabili editoriali per il "factual" di alcuni dei principali broadcaster europei. In rappresentanza di France Television c'era Caroline Bear, per ARTE c'era Madeleine Avramoussis, per la RSI c'era Diana Segantini. Accanto a loro, Giancarlo Leone, questa volta dalla parte dei produttori indipendenti. E per RAI? Della squadra editoriale RAI non c'era nessuno, e nemmeno per RAI in quanto tale. A fare le veci dell'azienda c'era David Bogi della consociata RAICOM, responsabile delle vendite del prodotto Rai all'estero. Bogi era lì in quanto incaricato a sovrintendere ad un accordo di coproduzione RAI /ARTE. La rete franco tedesca ha costruito una decina di accordi bilaterali con una decina di televisioni pubbliche Europee e, circa un anno fa, ne ha stretto uno anche con l'Italia che però stenta a decollare. Dal "panel" ancora una volta è risultato evidente che da parte dell'Europa c'è una sincera aspettativa a lavorare con RAI e i produttori indipendenti italiani, ma David Bogi si trova in difficoltà. Fatica oltremisura a ricevere dalle reti di programmazione precise indicazioni editoriali e le risorse economiche indispensabili per avviare una collaborazione internazionale. Alla fine i progetti che RAICOM ha veicolato nell'accordo hanno finito per essere produzioni già realizzate con mezzi interni all'azienda.

Doc/it ha più volte offerto a RAICOM di farsi promotrice di una chiamata alle armi per stimolare gli autori produttori indipendenti italiani a presentare idee e progetti secondo le linee guida richieste, ma RAICOM, nell'attesa di potersi coordinare con i responsabili della programmazione, si è trovata nell'impossibilità di aderire alla nostra offerta.

Quest'intesa, che avrebbe tutte le caratteristiche per costituire una reale concreta possibilità per il settore, è rimasta fino ad oggi semi clandestina, così come misteriosi sono i contenuti dell'accordo di coproduzione siglato dal Direttore Generale della RAI e France Télévision a giugno di quest'anno e di cui nemmeno nella sessione di domenica, a oltre quattro mesi di distanza, siamo riusciti a carpire qualche anticipazione.

Quello che purtroppo appare evidente è che RAI, almeno per quel che riguarda il "factual", si sente nel pieno diritto di autoesonerarsi dalla "mission" cui è chiamata in modo inequivocabile dalla Concessione di Servizio Pubblico promuovendo la produzione indipendente nazionale, non intende fare sistema partecipando a quel rinnovamento e rilancio dell'industria del cinema e della televisione innescato dal Tax Credit e dalla nuova legge Franceschini.

Di fronte a tanta colpevole inerzia Doc/it chiede pubblicamente al Ministro del MISE Carlo Calenda e al Ministro della Cultura Dario Franceschini di inserire nel nuovo Contratto di Servizio precisi obblighi per la concessionaria radiotelevisiva. Prima di tutto definire una quota precisa ed ineludibile di investimento nel settore documentario e in secondo luogo dotarsi di una struttura organizzativa dedicata al documentario (come già esiste per il cinema, la fiction, l'animazione) in grado di prendere decisione editoriali e di varare progetti e coproduzioni internazionali sul modello delle grandi televisioni pubbliche Europee. Due semplici obiettivi che Doc/it persegue inascoltata da quindici anni.

Con il sostegno di 100autori - Associazione dell'Autorialità Cinetelevisiva.

La Presidenza
Doc/it - Associazione Documentaristi Italiani

cinemaitaliano.info

DOC/IT - Lettera aperta ai Ministri Dario Franceschini e Carlo Calenda

Pubblichiamo la lettera aperta di Doc/it - Associazione Documentaristi Italiani, con il sostegno di 100autori - Associazione dell'Autorialità Cinetelevisiva, ai Ministri MiBACT Dario Franceschini e MiSE Carlo Calenda in merito alla presenza di RAI al MIA - Mercato Internazionale dell'Audiovisivo ed al Contratto di Servizio.

Associazione Documentaristi Italiani

LETTERA APERTA AI MINISTRI DARIO FRANCESCHINI E CARLO CALENDA RAI E DOCUMENTARIO
DOC/IT DENUNCIA UN'ALTRA OCCASIONE PERSA

Egregio Ministro Dario Franceschini,
Egregio Ministro Carlo Calenda,

Domenica nel primo pomeriggio il MIA MARKET ha chiuso i battenti dopo tre giorni di intensa attività.
Ormai alla sua terza edizione, il MIA rappresenta il primo importante investimento fatto dalle istituzioni italiane per offrire al settore della produzione cinematografica e televisiva del nostro paese un mercato dove attrarre i "decision maker" dal resto del mondo e dove costruire collaborazioni e coproduzioni. Un'occasione più unica che rara per l'industria dell'audiovisivo, ma in particolare per quello che gli stranieri chiamano il "Factual" cioè il documentario nelle sue più diverse forme ed accezioni. A gremire le sale dell'Hotel Barberini/Bristol dedicate al MIA Doc c'erano tutti i responsabili dei canali televisivi italiani, i Pay, e i Free; i satellitari e i digitali terrestri, e soprattutto molti "decision maker" arrivati a Roma da tutto il mondo.. Tutte presenze accumunate dal desiderio di incontrare i produttori indipendenti italiani, sviluppare progetti, varare coproduzioni. Tutti, con l'unica grande eccezione di RAI. Nonostante il mercato fosse a Roma nella centralissima piazza Barberini ad un tiro di schioppo dal quartier generale di Viale Mazzini, i responsabili delle scelte editoriali di RAI non erano presenti né ai "pitching" dei nuovi progetti e ancor meno ai tavoli dove i produttori indipendenti italiani e stranieri incontrano i "decision maker" per discutere e stringere accordi. L'unica eccezione a questa imbarazzante assenza era Fabio Mancini, responsabile dei documentari di Doc3. L'appassionata e competente presenza di Mancini era però condizionata dalla mancanza di portafoglio e soprattutto dalla consueta impossibilità a stringere accordi di coproduzione e/o preaquisto per qualunque progetto non rientri nella programmazione dell'anno in corso.

Per il resto la partecipazione RAI si è limitata alla presentazione delle linee editoriali di RAI GOLD tenuta da Maurizio Imbriale, seguita da una interessante quanto stimolante anticipazione della nuova RAITRE del neo eletto Direttore Sergio Coletta. Subito dopo la loro presentazione entrambi sono stati risucchiati dai loro pressanti impegni.

Il caso più emblematico del disinteresse di RAI verso qualunque forma di confronto e collaborazione con il resto dell'Europa è emerso nella sessione conclusiva che si è tenuta la domenica mattina sulle coproduzioni europee e il servizio pubblico italiano. Sul palco c'erano i responsabili editoriali per il "factual" di alcuni dei principali broadcaster europei. In rappresentanza di France Television c'era Caroline Bear, per ARTE c'era Madeleine Avramoussis, per la RSI c'era Diana Segantini. Accanto a loro, Giancarlo Leone, questa volta dalla parte dei produttori indipendenti. E per RAI? Della squadra editoriale RAI non c'era nessuno, e nemmeno per RAI in quanto tale. A fare le veci dell'azienda c'era David Bogi della consociata RAICOM, responsabile delle vendite del prodotto Rai all'estero. Bogi era lì in quanto incaricato a sovrintendere ad un accordo di coproduzione RAI /ARTE. La rete franco tedesca ha costruito una decina di accordi bilaterali con una decina di televisioni pubbliche Europee e, circa un anno fa, ne ha stretto uno anche con l'Italia che però stenta a decollare. Dal "panel" ancora una volta è risultato evidente che da parte dell'Europa c'è una sincera aspettativa a lavorare con RAI e i produttori indipendenti italiani, ma David Bogi si trova in difficoltà. Fatica oltremisura a ricevere dalle reti di programmazione precise indicazioni editoriali e le risorse economiche indispensabili per avviare una collaborazione internazionale. Alla fine i progetti che RAICOM ha veicolato nell'accordo hanno finito per essere produzioni già realizzate con mezzi interni all'azienda.

Doc/it ha più volte offerto a RAICOM di farsi promotrice di una chiamata alle armi per stimolare gli autori produttori indipendenti italiani a presentare idee e progetti secondo le linee guida richieste, ma RAICOM, nell'attesa di potersi coordinare con i responsabili della programmazione, si è trovata nell'impossibilità di aderire alla nostra offerta.

Quest'intesa, che avrebbe tutte le caratteristiche per costituire una reale concreta possibilità per il settore, è rimasta fino ad oggi semi clandestina, così come misteriosi sono i contenuti dell'accordo di coproduzione siglato dal Direttore Generale della RAI e France Télévision a giugno di quest'anno e di cui nemmeno nella sessione di domenica, a oltre quattro mesi di distanza, siamo riusciti a carpire qualche anticipazione.

Quello che purtroppo appare evidente è che RAI, almeno per quel che riguarda il "factual", si sente nel pieno diritto di autoesonerarsi dalla "mission" cui è chiamata in modo inequivocabile dalla Concessione di Servizio Pubblico promuovendo la produzione indipendente nazionale, non intende fare sistema partecipando a quel rinnovamento e rilancio dell'industria del cinema e della televisione innescato dal Tax Credit e dalla nuova legge Franceschini.

Di fronte a tanta colpevole inerzia Doc/it chiede pubblicamente al Ministro del MISE Carlo Calenda e al Ministro della Cultura Dario Franceschini di inserire nel nuovo Contratto di Servizio precisi obblighi per la concessionaria radiotelevisiva. Prima di tutto definire una quota precisa ed ineludibile di investimento nel settore documentario e in secondo luogo dotarsi di una struttura organizzativa dedicata al documentario (come già esiste per il cinema, la fiction, l'animazione) in grado di prendere decisione editoriali e di varare progetti e coproduzioni internazionali sul modello delle grandi televisioni pubbliche Europee. Due semplici obiettivi che Doc/it persegue inascoltata da quindici anni.

Con il sostegno di 100autori - Associazione dell'Autorialità Cinetelevisiva.

La Presidenza
Doc/it - Associazione Documentaristi Italiani

BROADCAST BEAT
CONTINUOUS TECHNICAL CONTENT FROM BROADCAST TO POST

WCPMedia Services ofrece soporte de gestión de medios para el mercado audiovisual MIA de Roma

La plataforma basada en la nube conecta a los compradores con los vendedores a través de salas de proyección virtuales seguras.

LUGANO, Suiza - Por tercer año consecutivo, el Mercato Internazionale Audiovisivo (MIA) de Italia seleccionó a WCPMedios Plataforma de gestión de medios basada en la nube de servicios para gestionar contenido de películas, televisión, documentales y juegos. Confiando en los festivales, estudios y emisoras de todo el mundo, WCPMedios Los servicios brindan a los productores y distribuidores una forma rápida y sencilla de enviar proyectos a MIA y compartirlos, de forma segura, con compradores potenciales tanto en el mercado como en todo el mundo.

El MIA de Roma se ha convertido rápidamente en el evento de mercado audiovisual más grande y más esperado en Italia. El evento de este año atrajo a más participantes acreditados por 1800 de países 58 y presentó algunas películas 120 y proyectos 45. Fue la salida más exitosa del mercado hasta el momento; los organizadores estimaron que se produjeron más reuniones 60,000 entre compradores y vendedores durante los cuatro días del evento.



Director de MIA Lucia Milazzotto

"MIA es un mercado muy estructurado e innovador para la industria nacional e internacional, situado en la maravillosa corniche de Roma de Palazzo Barberini y Mercati Traianei", dijo la directora de MIA Lucía Milazzotto. "El número de reuniones y acuerdos superó ampliamente las expectativas, y la calidad de los participantes fue sobresaliente. MIA se ha convertido en un mercado esencial no solo para Europa, sino también para los EE. UU. "

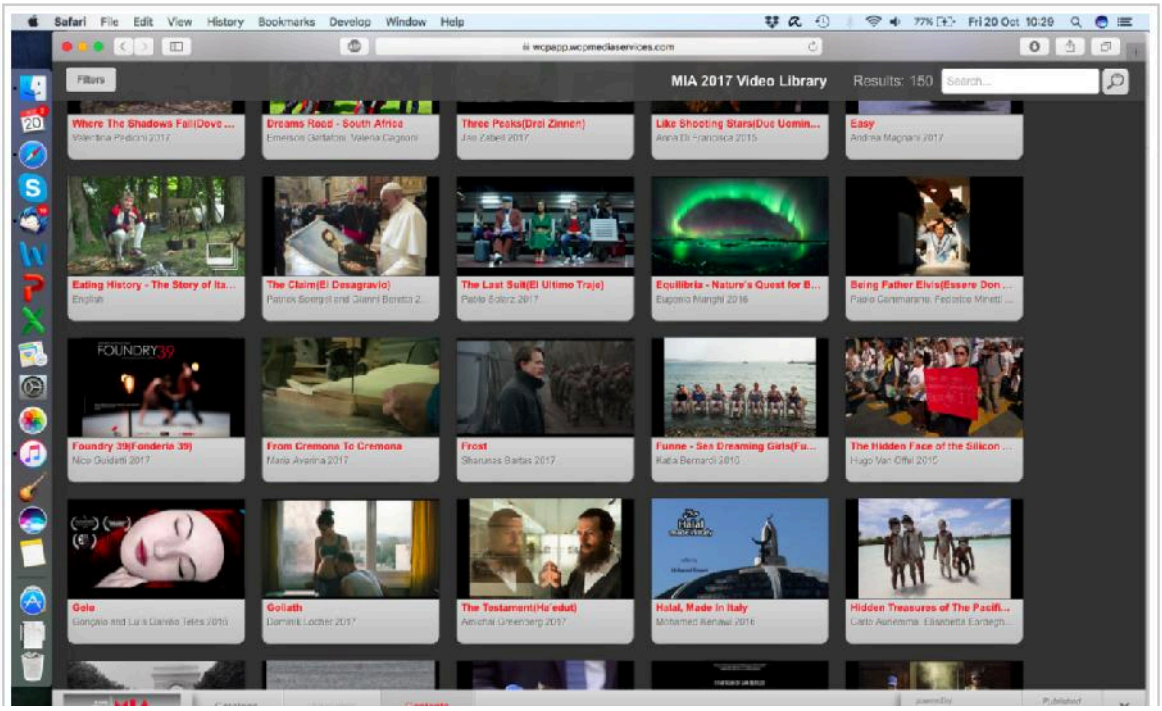
WCPMedios Los servicios están cambiando la forma en que los mercados y vendedores de películas hacen negocios. Ya no es necesario buscar máquinas tragamonedas para realizar proyecciones en el mercado anfitrión o enviar DVD a distribuidores y compradores de todo el mundo. En su lugar, los vendedores cargan contenido en una base de datos en la nube y luego configuran salas de proyección flexibles, privadas y protegidas por contraseña, accesibles para compradores invitados, periodistas y otros. Los compradores pueden mirar el contenido a su conveniencia a través de una computadora portátil, tableta o dispositivo móvil y registrar su interés. Los vendedores, mientras tanto, pueden monitorear el interés a través de los informes detallados de las plataformas. El servicio también representa un salto adelante en seguridad ya que la copia está protegida y marcada con agua durante la carga.

"Los participantes que no tienen tiempo para asistir a las proyecciones pueden ver el contenido a su conveniencia y priorizar las reuniones", dijo Milazzotto. "WCPMediosLa sala de proyección virtual permite a los participantes visualizar contenido tanto antes como después del mercado. Es una gran herramienta para finalizar acuerdos y evitar oportunidades perdidas ".



Presidenta de Servicios de WCPMedia Cristina Molinari con la Directora de MIA Lucía Milazzotto

WCPMedios Los servicios le proporcionaron a MIA medios mejorados para organizar y controlar el contenido. Las interacciones entre compradores y vendedores son más eficientes. Además, la plataforma recopila datos que pueden ayudar a estimular las ventas. "Los agentes de ventas saben quién vio la película y cuándo la vieron", dijo Milazzotto. "Puede medir de inmediato el nivel de interés y tomar medidas".



Acerca de WCPMedia Services

Fundada en 2011 en Suiza, World Content Pole SA (también conocido como WCPMediosServices) es una empresa de software y servicios de entretenimiento con sede en Suiza, Estados Unidos y Canadá que gestiona, comercializa y distribuye contenidos a socios comerciales y clientes de forma rápida, sencilla y segura. WCPMedios Services ofrece una plataforma de aplicaciones de procesos inteligentes que combina software propietario con soluciones de primer nivel desarrolladas por empresas de tecnología probadas y confiables.

Para más información visite Www.wcpmediaservices.com

USA Oficina: 7083 Hollywood Bulevar, Hollywood CA 90028

Canadá Oficina: 390 Bay Street, Suite 1706, Toronto M5H 2Y2

Europa Oficina: Via Peri 17, 6900 Lugano, Suiza

Email: Sales@wcpmediaservices.com

FUNWEEK
NAZIONALE

CINEMA

MIA il Mercato Internazionale Audiovisivo Terza Edizione

MIA il Mercato Internazionale Audiovisivo arrivato alla Terza Edizione diretta da Lucia Milazzotto, è un grande successo. Che nell'aria ci [...]

di LUCA SBARZI - 24 ottobre 2017 15:40



MIA il Mercato Internazionale Audiovisivo arrivato alla Terza Edizione diretta da Lucia Milazzotto, è un grande successo. Che nell'aria ci fosse profumo di successo si era capito già dalle premesse. Ma alla prova dei conti, quelli veri, cioè del numero di scambi e contatti che **offerta** e **domanda** si scambiano in un mercato, il **MIA** sembra davvero un successo: **1.800 accreditati**, **58 paesi** partecipanti, **45 progetti** e più di **60mila meetings** dove si sono visti i principali **produttori**, **autori** e **commissioning editor** internazionali.

L'Italia diventa il paese più interessante per gli investimenti dell'audiovisivo.

Presenza in massa delle società italinae che hanno potuto confrontarsi con il mercato globale dell'audiovisivo. Dalle major italiane alle società indipendenti, il **MIA** sembra un successo da qualunque parte lo si guardi.
Cinema, TV, Gaming e Realtà vistuale nel loro complesso sono un settore industriale che vale molti miliardi di euro di **PIL**. Ecco perché l'**Europa** definisce strategico tutto il settore, dando la possibilità ai singoli stati di mettere in campo politiche di svilippo specifiche che tutelano le produzioni nazionali.
Dopo gli ultimi interventi del governo con la nuova **Legge Cinema** e l'impegno delle **Film Commision Regionali**, oggi l'audiovisivo italiano torna ad attrarre investitori da tutto il mondo e la dimostrazione c'è stata proprio al **MIA**, il **Mercato Internazionale** dell'**Audiovisivo**, giunto alla Sua **terza edizione** diretta in modo impeccabile da **Lucia Milazzotto**.

ROMA la vera protagonista del MIA durante la premiazione del Mercato

La serata di premiazione, svoltasi sulla terrazza dell'**Hotel Bernini Bristol**, è stata l'occasione per rimarcare la cintralità di Roma nel campo dell'audiovisivo europeo. I premi assegnati di questa edizione **2017** alla presenza di **Lucia Milazzotto** (Direttore del MIA), di **Francesco Rutelli** (Presidente ANICA) e di **Giancarlo Leone** (Presidente APT — Associazione Produttori Televisivi) sono stati:

Premio Eurimages Co-Production Development Award (20.000 euro) assegnato a **Madame Luna** di **Binyam Berhane**, prodotto da **David Herdies** e **Vicky Miha**. Inoltre, la Giuria (composta da **Conchita Airoldi**, **Roman Paul** e **Karin Schockweiler**), ha conferito una menzione speciale a **Pablo** di **Enrico Maria Artale**, prodotto da **Roberto De Paolis** e **Carla Altieri**.

L'**Apulia Film Commission**, rappresentata dal Presidente **Maurizio Sciarra**, dal Direttore **Antonio Parente** e da **Luca Scandale**, Direttore di Puglia promozione, ha assegnato, per la prima volta, il **MIA TV Best Drama Series Award** (20.000 euro) a uno dei progetti seriali presentati durante il **MIA TV Drama Series Pitching Forum**. Il premio è andato ex aequo a **Replay** (Black Sheep Films e Division Paris) e **Enemies** (Company Pictures & all3media international).

Il premio **MIA|EDI Visionary Award** (15.000 euro) a **Woodland** (Fiction Factory e Awesome), anch'esso un progetto del Drama Series Pitching Forum. Due le Menzioni Speciali del valore di 5000 euro, una al progetto **Beatrice Cenci — The Trial** (Tangram Film e Isaria Productions), l'altro a **Venice Rising** (Pepito Produzioni).

Durante la serata sono stati anche assegnati due premi storici dedicati agli autori italiani, la **Targa Premio Carlo Bixio 2017** per la miglior sceneggiatura, vinta da **"77"** di **Elia Gonella** e **Giuseppe Checchia**, mentre il **Premio Carlo Bixio** per il miglior concept (promosso da **APT**, **RTI Mediaset** e **Rai**) è andato a **Dante** di **Angelica Farinelli**, **Lorenzo Righi** e **Gregorio Scorsetti**.

Festa del Cinema di Roma, tutto lo speciale 2017

La **Targa SIAE Idea d'Autore**, insieme a un premio di 3.000 euro messo in palio da SIAE, è stata assegnata a **Isabella Cirillo** per la sceneggiatura di **Vera sul Treno**.

Infine, il **Premio Franco Solinas** per la **Migliore Sceneggiatura** è stato vinto da **Piove** di **Jacopo Del Giudice**, la **Borsa di Studio Claudia Sbarigia** del valore di 1.000 euro, dedicata al racconto di personaggi femminili, è andata a **Body Odissey** di **Grazia Tricarico**, **Marco Morana** e **Giulio Rizzo**, con una doppia menzione speciale a **Le Figlie del Coro** di **Lucrezia Le Moli** e **Amedeo Guarnieri** e **Io e il Secco** di **Michela Straniero** e **Gianluca Santoni**.

Guarda la photogallery

cinema | Festa del Cinema di Roma 2017 | Lucia Milazzotto | MIA | Regione Lazio | roma | romalaziofilmcommission | Serie Tv | TV

il Giornale.it spettacoli

Hornby: "Io, mio figlio e la disabilità"

Un film-viaggio tratto dal volume "Nessuno può volare" della scrittrice

Laura Rio - Mar, 24/10/2017 - 08:30

Ha venduto migliaia di copie. I suoi libri sono stati tradotti in 19 lingue. L'ultimo, *Nessuno può volare* (Feltrinelli), è al sesto posto della top ten.



Eppure lei si rannicchia nelle spalle e confessa: «Io scrivo per guadagnare soldi. Ho cominciato a scrivere per raccogliere denaro. E continuo a farlo anche per quello». Ma Simonetta Agnello Hornby, la scrittrice siciliana naturalizzata britannica, non lo fa per avidità. I soldi a lei servivano e servono per aiutare il figlio Giorgio, malato di una grave forma di sclerosi multipla. «È così - ci racconta la scrittrice in occasione della proiezione del film tratto dall'ultimo libro al Mia, il mercato dell'audiovisivo che si è tenuto a Roma - Scrissi il mio primo romanzo a 58 anni, La Mennulara (nel 2012) quando seppi che mio figlio era malato. La scrittura all'inizio riusciva a farmi dimenticare la realtà». Poi però quel rifugio non bastava più perché Giorgio era diventato un disabile che aveva bisogno di cure tutto il giorno. «Con i soldi guadagnati dai libri, mio figlio ha potuto avere un ascensore, una casa a sua misura, i suoi figli possono frequentare scuole private a Londra, cosa che non potrebbe succedere con il solo aiuto dello Stato». «Insomma la malattia ha fatto diventare me un handicappato e mia madre una scrittrice famosa», scherza Giorgio. Ma quando cominciò, la Hornby non immaginava che sarebbe diventata una bestsellerista. «Certo che no. Ora la scrittura è un modo di vivere ma, se potessi, farei più vacanze, passerei più tempo con i miei nipoti».

In attesa di riposarsi, Simonetta e il figlio Giorgio stanno girando l'Italia per presentare il libro scritto insieme sulla disabilità e il documentario che ne è stato tratto. Realizzato dalla società Pesci combattenti con la regia di Riccardo Mastropietro, andrà in onda su laF (canale 139 di Sky) domani alle 21,10. Un film che non descrive solo la difficile vita quotidiana di Giorgio, ma soprattutto il viaggio da Londra (dove vivono gli Hornby) all'Italia per incontrare altri disabili. Racconti ironici e autoironici, in situazioni particolari come gli Uffizi a Firenze, per mettere a confronto la bellezza assoluta con la diversità. «Il libro - spiega Giorgio - l'abbiamo fatto per spiegare perché la società vede ancora la disabilità in maniera così negativa. E cercare di capire quali sono i bagagli che ci portiamo addosso. Per tanto tempo avere un handicappato in famiglia è stato considerato una disgrazia. E ora le cose non sono molto cambiate».

«Nessuno può volare», che dà il titolo a film e libro, è il pensiero che ha sorretto la scrittrice nel dolore per il figlio. «Guardavo dei piccioni - racconta - Osservando questo volo scomposto che poi diventa un volo composto, le mie emozioni scomposte si sono ricomposte. Ho pensato che nessun uomo può alzarsi in volo. Né gli abili né i disabili. E questo mi confortava». Ma come si arriva alla serenità nell'affrontare la malattia che entrambi mostrano oggi? «Io nella vita non accetto le mezze vie - dice Simonetta - Se c'è qualcosa che non posso cambiare, o ne scappo o l'accetto. E non potevo scappare». Giorgio ricorda: «Per anni sono stato malato ma non disabile, sono diventato disabile nel 2014 e ho cominciato a vedere il mondo dal basso verso l'alto. Notavo che c'erano pochi non volanti in giro, in pizzeria, per strada, mentre le statistiche dicono che una persona su sei è disabile. Insomma, ancora gli imperfetti vengono nascosti. Per questo voglio combattere insieme a mia madre: perché possano essere accettati e aiutati a vivere normalmente».

Una lotta, quella della scrittrice, che non si ferma. «Il mio prossimo impegno è scrivere un testo contro la violenza domestica - drammi che ho affrontato per anni quando ero avvocato - da portare ovunque, nei teatri, in tv, anche qui in Italia, insieme alla jazzista sarda Filomena Campus». Romanzi? «No, basta. Per ora non ho tempo».

Il Profumo della dolce Vita



Roma Lazio Film Commission celebra le "Location del Cuore" da "La Dolce Vita" a "La Grande Bellezza"

Redazione 24 ottobre 2017 Festival / Eventi



Location del Cuore: La Grande Bellezza

"Location del cuore" è un progetto ideato da Roma Lazio Film Commission alla scoperta delle location che hanno fatto la storia del cinema e dell'audiovisivo, che hanno emozionato e che sono rimaste nel cuore dei professionisti e degli appassionati del settore. Il territorio del Lazio è ricco di luoghi che hanno fatto da set a film indimenticabili, come **La dolce vita di Fellini, Il sorpasso di Risi, Accattone di Pasolini;** che continuano oggi a contribuire al successo di molte pellicole, una fra tutte **La gran-**

de bellezza di Sorrentino, e che sicuramente continueranno a vivere nell'audiovisivo di domani, che sta pian piano conquistando il web, già oggi grande vetrina del territorio laziale. L'obbiettivo di **Roma Lazio Film Commission** è quindi quello di raccogliere una serie di testimonianze, non solo degli addetti ai lavori del settore cinema, ma anche del pubblico e degli appassionati, di quelli che il cinema lo sostengono andando a vedere i film, per capire quali location hanno lasciato un segno e perché. Ciò permetterà di ricordare le location più famose e più apprezzate, ma anche di scoprire quelle meno conosciute; di capire quali ambientazioni e quali set hanno ispirato e segnato registi, sceneggiatori, produttori, scenografi etc ; ma anche di capire cosa apprezza e arriva al pubblico. Una raccolta per conoscere il territorio, capire il cinema ed esplorare le emozioni.

Roma Lazio Film Commission rinnova la sua presenza alla Festa del Cinema di Roma (26 ottobre – 5 novembre), giunta quest'anno alla 12ª edizione, con numerose iniziative e attività.

Promozione degli strumenti finanziari che la Regione Lazio mette a disposizione del settore audiovisivo

Promozione e lo sviluppo delle risorse del territorio

Visione immersiva 3D delle location del Lazio – App. Location 360

Incontri per la formazione CineCampus Masterclass – Lezioni di Cinema e CineCampusAtelier – Professioni cinematografiche

Le attività promosse da RLFC si svolgeranno nello spazio Roma Lazio Film Commission presso l'Auditorium Arte, all'interno dell'Auditorium Parco della Musica, messo a disposizione per la presentazione di numerose iniziative e rassegne.

Promozione del Bando Lazio Cinema International 2017

Il bando della Regione Lazio da 10 milioni di euro, dedicato alle coproduzioni, favorisce la creazione di partnership tra i produttori laziali e internazionali e attrae le grandi produzioni internazionali a Roma e nel Lazio, per promuovere il nostro territorio all'estero.

Come sottolinea il Presidente di RLFC, Luciano Sovena "La Festa di Roma è una grande occasione per Roma Lazio Film Commission per poter presentare l'attività svolta e da svolgere, con particolare riferimento al fondo Lazio Cinema International, che sta dando i primi ottimi risultati come hanno dimostrato i film italiani vincitori a Venezia74"

http://www.lazioinnova.it/lazio-cinema-international-2017/

Promozione e sviluppo delle risorse del territorio

Presso lo spazio RLFC sarà disponibile una postazione per la visione immersiva 3D delle location del Lazio attraverso la App di RLFC Location 360.

Per la raccolta di location private, RLFC promuove la campagna CASA TUA DIVENTA UN SET.

Per le location pubbliche prosegue il progetto "ART BONUS – REGIONE LAZIO" che sarà promosso al pubblico della Festa del Cinema. Art Bonus è un'opportunità per valorizzare e riqualificare il Patrimonio storico-artistico dell'Italia, tramite il coinvolgimento di privati e imprese.

www.regione.lazio.it/rl/artbonus/il-progetto/

"La Festa del Cinema di Roma e il MIA MARKET, evidenzia Cristina Priarone – Direttore di RLFC e Vice Presidente Italian Film Commissions – ci vedono ogni anno impegnati su più fronti, dallo sviluppo industriale alla formazione, alla promozione del settore e del territorio in modo innovativo, grazie ad una buona sinergia con la Regione Lazio, con i suoi Assessorati allo Sviluppo Economico, Cultura, Turismo e Formazione, e con il Comune di Roma, segno del nuovo ruolo che oggi le film commission ricoprono su più ampie e multiformi linee di sviluppo"

Giovedì 2 novembre Roma Lazio Film Commission ospiterà SHOWCASE CINEMA di BIC Lazio, incontro di premiazione di progetti di START UP selezionati all'interno di Pitching Battle Cinema 4.0, che si è svolto durante il MIA Mercato Internazionale Audiovisivo. I progetti selezionati saranno presentati a una giuria che sceglierà il vincitore dell'High Impact Mentorship un percorso personalizzato a supporto dell'implementazione del business e della commercializzazione del prodotto/servizio anche in ambito internazionale.

CineCampus Masterclass – Lezioni di Cinema – X edizione 26-30 ottobre Auditorium Arte
Un'opportunità formativa molto apprezzata nelle scorse edizioni rivolta a giovani studenti e professionisti del settore cinematografico e audiovisivo con masterclass dedicate a produzione, recitazione, regia con maestri del settore. Le lezioni, condotte da Steve della Casa, vedranno la partecipazione di Susanna Nicchiarelli, Milena Vukotic, Nicola Piovani, Giancarlo De Cataldo, Nicola Guaglianone, Gianni Minà. Nelle precedenti edizioni gli studenti hanno incontrato, tra gli altri: Marco Bellocchio, Giuliano Montaldo, Marco Risi, Giuseppe Piccioni, Edgar Reitz, Giovanni Veronesi, Paolo Virzì, Valeria Golino, Claudio Santamaria, Goran Paskalievic, Paolo Genovese e Paola Cortellesi.

CineCampus Atelier – Professioni cinematografiche – 31 ottobre – 3 novembre Auditorium Arte
Iniziativa inaugurata nella scorsa edizione e dedicata alle professioni tecniche con lezioni specifiche sulle tecniche di ripresa, visione, suono, effetti speciali e sulle nuove metodologie di ripresa con i droni. La prima edizione ha visto la partecipazione di: Luciano Tovoli (direttore della fotografia di E. Scola, C. Verdone, M. Antonioni) Inti Carboni (aiuto regia di Sam Mendes per Spectre, Verdone, Patty Jenkins per Wonder Woman), Silvia Moraes (montatore del suono per La Grande Bellezza e Young Pope). In questa seconda edizione parteciperanno: Fabrizia Iacona, Ludovico Bettarello, Lorenzo Di Nola, Brando Bartoleschi, Benni Atria, Lele Marchitelli, Roberto Moliterni, Michele D'Attanasio, Fabio Massimo Traversari, Roberto Basili, Diego Marra, Luca D'Addario, Stefano Belli, Mario Tani, Nicola Saraval, Antonio Silvestre, Eugenio Cappuccio, Giacomo R. Bartocci.

Roma Lazio Film Commission supporta ALICE NELLA CITTÀ, sezione autonoma e parallela della Festa del Cinema di Roma dedicato alle giovani generazioni, in particolare Alice | Panorama Italia, una selezione di opere di giovani autori emergenti, per dare supporto e visibilità in particolare ai progetti sviluppati e girati nel Lazio, inediti per il grande pubblico. La programmazione di Alice I Panorama Italia si svolgerà al Cinema Admiral.

Marida Caterini la tv e...
Testata giornalistica iscritta al registro della stampa del Tribunale di Roma, al numero 187/2015



Beautiful Minds: Bernini vs Borromini al MIA 2017

Martedì, 24 Ottobre 2017 04:31 Redazione

Anticipazioni sul nuovo progetto che mette a confronto la vita di due grandi artisti Bernini e Borromini.

"Beautiful Minds: Bernini vs Borromini" è il nuovo progetto di Endemol Shine Italy presentato all'interno della terza edizione del M.I.A., il primo mercato italiano dedicato all'audiovisivo che, iniziato a Roma il 19 ottobre, si è concluso ieri, 23.

"*Beautiful Minds: Berinini vs Borromini*" è uno dei **15 progetti** selezionati dal MIA|TV Board, composto da professionisti internazionali dell'industria televisiva, per concorrere alla conquista del premio "Best Drama Series Project". Naturalmente approderà sul piccolo schermo.

Ideato e scritto da Davide Sala, Eleonora Fiorini, Giorgia Mariani, è un **period drama** ambientato nella Roma del XVII secolo che non presenta nessun tratta di biopic. L'obiettivo, invece, è raccontare la grande avventura umana e professionale di **Gian Lorenzo Bernini** e **Francesco Borromini**, due grandi artisti che hanno influenzato l'arte a livello internazionale.Di loro viene messa in evidenza anche la rivalità che li ha divisi.



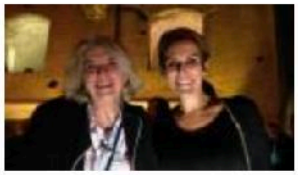
Artista poliedrico e multiforme, **Bernini** è considerato il massimo **protagonista** della cultura figurativa barocca. La sua opera conobbe un clamoroso successo e dominò la scena europea per più di un secolo dopo la morte; analogamente, l'influenza di Bernini sui contemporanei e sui posteri fu di enorme portata.

Borromini è stato un architetto italiano operante quasi esclusivamente a Roma, ed è considerato uno dei massimi rappresentanti dell'architettura barocca. Nato **Francesco Castelli**, avrebbe iniziato a firmarsi abitualmente come «Borromini» dal 1628, per distinguersi dalle diverse maestranze edili romane che si chiamavano Castelli. «Borromini», in ogni caso, era un cognome che già apparteneva alla famiglia

Due vite straordinarie che si intrecciano, due giovani professionisti dai caratteri diversi che si ammirano l'uno l'altro, amici prima e poi rivali, nell'arte e in amore. Una costante competizione, tra i due, per raggiungere la celebrità, la gloria e i favori del Papa, in un duello di idee che ha portato alla creazione di alcune delle opere più famose al mondo, ancora oggi sotto gli occhi di tutti. Sullo sfondo della Roma Barocca del 1600, arte, amore, passione, intrighi e giochi di potere.

SHOOT PUBLICITY WIRE

Mercato Internazionale Audiovisivo



Tuesday, Oct. 24, 2017

WCPMedia Services Provides Media Management Support to Rome's MIA Audiovisual Market

For the third straight year, Italy's Mercato Internazionale Audiovisivo (MIA) selected WCP**Media** Services' cloud-based media management platform to manage film, television, documentary and gaming content.

Film Festivals, Screenings, Parties



WCPMedia Services President Cristina Molinari (l) with MIA Director Lucia Milazzotto

WCPMedia Services Provides Media Management Support to Rome's MIA Audiovisual Market

Cloud-based platform connects buyers with sellers via secure virtual screening rooms.

LUGANO, Switzerland --(SPW)-- For the third straight year, Italy's Mercato Internazionale Audiovisivo (MIA) selected WCP**Media** Services' cloud-based media management platform to manage film, television, documentary and gaming content. Relied on by festivals, studios and broadcasters worldwide, WCP**Media** Services provided a fast and simple way for producers and distributors to submit projects to MIA and share them, securely, with potential buyers both at the market and around the globe.

Rome's MIA has quickly become the largest and most anticipated audiovisual market event in Italy. This year's event drew more than 1800 accredited participants from 58 countries and featured some 120 films and 45 projects. It was the market's most successful outing yet with organizers estimating that more than 60,000 meetings occurred between buyers and sellers over the event's four days.

"MIA is a very structured and innovative market for the international and domestic industry, situated in the wonderful Rome corniche of Palazzo Barberini and Mercati Traianei," said MIA Director Lucia Milazzotto. "The number of meetings and deals was well beyond expectations, and the quality of the participants was outstanding. MIA has become an essential market not only for Europe, but also for the U.S."

WCP**Media** Services is changing the way film markets and sellers do business. It's no longer necessary to hunt for slots to host market screenings or to send DVDs to distributors and buyers around the world. Instead, sellers upload content to a cloud database, and then configure flexible, private and password-protected screening rooms accessible to invited buyers, journalists and others. Buyers can watch content at their convenience via a laptop, tablet or mobile device and register their interest. Sellers, meanwhile, can monitor interest through the platforms' detailed reports. The service also marks a leap forward in security as copying is protected and watermarked during upload.

"Participants who lack time to attend screenings can view content at their convenience and prioritize meetings," said Milazzotto. "WCP**Media**'s virtual screening room allows participants to screen content both before and after the market. It's a great tool to finalize deals and avoid missing opportunities."

WCP**Media** Services provided MIA with improved means for organizing and controlling content. Interactions between buyers and sellers are more efficient. Additionally, the platform collects data that can help spur sales. "Sales agents know who has seen the film and when they watched it," Milazzotto said. "You can immediately gauge the interest level and take action."

About WCPMedia Services

Founded in 2011 in Switzerland, World Content Pole SA (aka WCP**Media** Services) is an entertainment software and services company based in Switzerland, USA and Canada that manages, markets and distributes content to business partners and clients quickly, easily and securely. WCP**Media** Services offers a platform of smart process applications that combines proprietary software with top-tier solutions developed by proven and trusted technology companies.

BLOGO
Informazione libera e indipendente

Nessuno può volare, Simonetta Agnello Hornby a Blogo: "Letteratura e tv? Non capisco chi li considera mondi opposti"

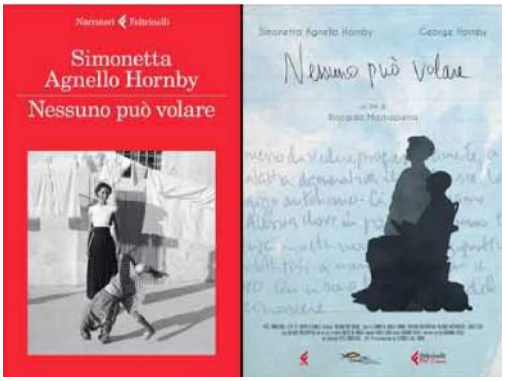
Di Giorgia Iovane | mercoledì 25 ottobre 2017

Un libro, un docufilm, un giro d'Italia: Simonetta Agnello Hornby ha fatto del dialogo tra mondi diversi e codici espressivi un unico strumento di comunicazione.



Nessuno può volare ha tanti volti: nasce come un composito progetto editoriale di **Simonetta Agnello Hornby** per Giangiacomo Feltrinelli Editore e **laF**, come libro dallo stesso titolo, uscito il 28 settembre, e come tour di incontri nelle principali città italiane. Un progetto prismatico che mostra questa sera, mercoledì 25 ottobre, su laF il suo aspetto audiovisivo con la messa in onda alle 21.15 del docufilm realizzato da Pesci Combattenti con Simonetta Agnello Hornby e suo figlio George. Li abbiamo incontrati a margine dell'anteprima, organizzata al MIA – Mercato Internazionale Audiovisivo di Roma.

Io non ho mai pensato che la letteratura sia separata dalla tv: quando leggo un libro lo vedo, mi faccio io la mia 'televisione'; quando vedo la tv, talvolta la 'scrivo', appuntando qualcosa di bello che ho sentito. Non ho mai avvertito una separazione così netta. Mi servo della parola scritta perché è quella che so fare meglio, ma tutti i media sono importanti per raccontare una cosa così fondamentale come la disabilità.



Un dialogo tra linguaggi e mezzi, un dialogo tra madre e figlio, un dialogo diacronico tra perfetti e imperfetti, come George definisce 'abili' e 'disabili': il dialogo come struttura profonda di questo progetto e di questo docufilm. E' George a raccontarci come è nato:

Questo progetto di fatto è nato due anni fa, quando abbiamo realizzato, sempre con Pesci Combattenti, Io & George [docuserie in onda su Rai 3 nel 2015]. Andando in giro per l'Italia mi sono reso conto che i disabili in società non si vedono. Eppure i numeri parlano di un disabile ogni 6 cittadini europei. Ma sono invisibili. Perché? Perché è ancora forte lo stigma della disabilità per l'individuo e per la sua famiglia Questo film è parte di un progetto personale più ampio volto a stimolare proprio una discussione sull'assenza dei disabili dalla società. Mi sono reso conto girando la prima docuserie che confrontandosi si possono trovare soluzioni brillanti ed efficaci alle difficoltà quotidiane. Quando ho spiegato quello di cui avevo bisogno non solo è stato possibile organizzare un viaggio, ma è diventato anche piacevole.

Qual è la situazione dei disabili in Italia? La parola passa alla voce profonda, determinata, decisa di Simonetta:

I servizi pubblici sono pochi, come ho sempre detto, a cominciare dai bagni. I locali pubblici devono averli per legge e hanno anche dei contributi per realizzarli, ma sono usati per tutt'altro. Per farle un esempio, all'aeroporto di Lametia Terme la porta del bagno disabili non si chiude dall'interno. Immagini cosa vuol dire usare un bagno sapendo che da un momento all'altro qualcuno può aprire la porta. Io l'ho fatto ed è stato orribile, imbarazzante...

Ma non ci sono altre priorità?

Dal bagno pubblico passa la dignità della persona. Senza un bagno attrezzato e agibile un disabile non può uscire di casa, non ha neanche la dignità di bere una birra. La mia speranza è che tutti i bagni d'Italia siano agibili: senza non c'è, lo ripeto, libertà e dignità.

Che viaggio è stato?

Ho imparato tanto da questo viaggio. E' stato bello conoscere l'Italia, un Paese in cui ognuno cerca di aiutare nel proprio piccolo, ma in cui manca una cultura istituzionale. In Inghilterra magari c'è più indifferenza, ma a volte l'indifferenza è meglio del pietismo. Dobbiamo imparare tutti a gestire i disabili e noi stessi col disabile. Non ci rendiamo conto che anche noi invecchiando diventiamo disabili: abbiamo bisogno di bagni puliti, servizi più efficienti.



In effetti non pensiamo mai a quando saremo noi vecchi e alla ricerca di spazi dignitosi, di servizi più efficienti. Può essere questa la chiave per sensibilizzare davvero alle esigenze di chi consideriamo 'lontano' da noi?

Può essere una chiave, anche perché è una novità: il concetto di invecchiamento come disabilità è recente, visto che l'età media si è alzata, per cui dobbiamo imparare a gestirla.

Cosa le piacerebbe ancora raccontarci della sua vita con George?

Il mio modo di vivere con Giorgio cambia continuamente perché la sua malattia cambia, perché i suoi figli crescono, perché tutto cambia. Quello che è importante, secondo me, della vita è non fermarsi mai a quello che crediamo sia scritto in pietra. Cambia tutto con la disabilità, ancor di più se progressiva. Le mieline non portano più gli ordini alla braccia e alle gambe, ma un giorno non li porteranno più neanche al cervello: ci sarà un momento in cui la personalità di Giorgio, così solare, potrà cambiare, magari in meglio, forse in peggio. E sarà ogni giorno diverso.

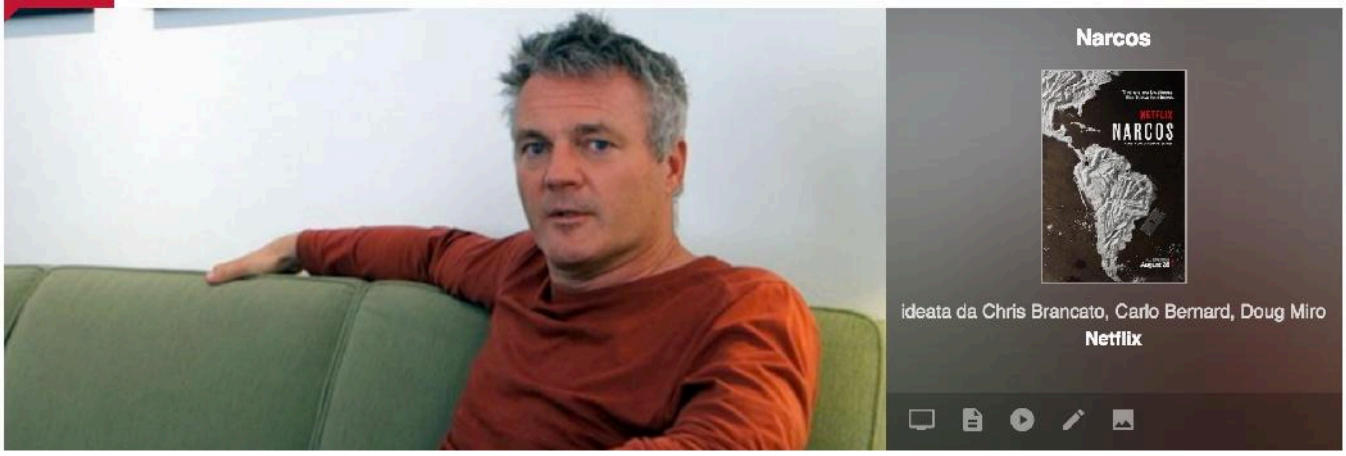
Per ora Simonetta e George ci fanno entrare nel loro rapporto, nei loro pensieri, in un quotidiano vissuto da prospettive diverse tra loro e da quelle solite. Intanto la presenza in tv di protagonisti e storie di disabilità (e penso a formati come La vita è una figata! con Bebe Vio) stanno contribuendo a rompere quel muro di invisibilità evocato da George. Confidando che sia un primo passo verso un dialogo concreto e non solo un'attenzione di 'tendenza'.

badtv.it

MIA 2017 – Chris Brancato: “Ho una nuova serie su veri Narcos e come usano i social che non vedrete mai”

Gabriele Niola · 26 ottobre 2017 10:22 · *aggiornato il 26 ottobre 2017 alle 10:22*

Interviste



Narcos per **Chris Brancato** non è solo lo show che l’ha portato alla ribalta ma anche quello grazie al quale ha davvero capito cosa voglia fare e in cosa sia (a suo parere) davvero bravo: adattare resoconti giornalistici.

Nasce così, e con un paio di azzardi proposti all’interlocutore giusto (Netflix), **Narcos**, e così sembrano nascere tutti i suoi nuovi progetti, almeno stando a quello che ci ha raccontato a Roma, dove è venuto ospite del **MIA**, il mercato del cinema e della televisione che quest’anno precede di pochi giorni la **Festa Del Cinema di Roma**.

Brancato è creatore di **Narcos** insieme a Carlo Bernard e Doug Miro, lo coproduce e lo supervisiona. Soprattutto è l’uomo che ha avuto alcune delle idee più decisive per rendere questa serie quello che è diventato. Non solo un successo Netflix ma anche un motore per molti altri film e serie sulla sua scia.

Non si fa che parlare della libertà che danno i canali premium (quelli a pagamento) e Narcos ne è un buon esempio, ma secondo te è stato questo il segreto della sua ottima riuscita?

"Ci sono diverse libertà dentro Narcos che ne hanno determinato il successo.

La prima è aver deciso di girare tutto in Colombia. A qualsiasi network gigante l'avessi proposto mi avrebbero risposto che gli americani non guardano show girati all'estero, non lo fanno punto e basta. Netflix invece ha risposto: "Colombia?? Certo!".

La seconda è stata la libertà di girarlo in spagnolo. Anche qui gliel'ho proposto e mi hanno risposto: "Fantastico!" e quando gli ho precisato che questo voleva dire che sarebbe stato almeno per il 30% in spagnolo mi hanno detto: "Ma perché non il 40% o il 50%?". Io l'ho presa come un'incredibile affermazione di libertà creativa. Certo poi ho scoperto che stavano per aprire la divisione spagnola di Netflix, quindi magari quella era più un decisione presa in base al calcolo economico. [ride ndr]

Ad ogni modo la libertà che ci hanno dato si è tradotta in uno show con un look unico (perché non vedi mai serie ambientate a Medellin o a Bogotà) e poi l'uso del voice over i sottotitoli e il materiale di repertorio d'epoca… Tutto ha contribuito a quel feeling che ho sentito io stesso vedendo il pilot: "Bello o brutto, di certo è diverso!". Mi ricordo che raccontavo agli amici che in universo di 100 canali forse essere diversi è importante tanto quanto essere una buona serie".

Certo anche raccontare proprio Escobar si è rivelata un'idea così buona che moltissimi vi hanno seguito, negli ultimi 3 anni ho visto almeno 4 volte il discorso di Ronald e Nancy Reagan sulla droga in 4 produzioni diverse che avevano a che vedere con Escobar (Barry Seal, Loving Pablo, Narcos e Escobar) ….

"Pensa che l'idea di usare quel video era mia ma il mio assistente mi ha proposto di fare in modo di associare Nancy Reagan che dice "Just say no" con una vittima che Pablo sta per uccidere e che urla "No! No!".

La cosa forte credo sia che che sapevamo tutti che è esistito un certo Escobar che aveva a che fare con la cocaina, ma quasi nessuno sapeva bene tutta la storia e la grandezza delle proporzioni. Il merito vero va ad Eric Newman, lui da anni stava cercando di fare un film da quella storia, senza però riuscire a comprimerla bene in un film, allora l'ha venduta a Netflix per una serie, perché in 20 ore funzionava meglio".

Hai visto alcuni di questi film?

"Ho visto solo quello con Benicio Del Toro e mi pare dimenticabile, però vorrei vedere quello con Tom Cruise che mi incuriosisce molto".

Tu con la serie hai il vantaggio di avere molte ore a disposizione, loro con i film invece devono selezionare e raccontare qualcosa di molto specifico, non tutta la storia. Se tu fossi costretto a fare la stessa cosa, a raccontare Escobar in due ore, che punto di vista adotteresti, su cosa ti concentreresti?

"Così su due piedi credo che l'aspetto più interessante sia l'idea che quest'uomo trafficava con una sostanza che per lui non era diversa da birra o caffè. Per noi la cocaina è terribile ma per lui era un prodotto che l'ha arricchito e grazie al quale si è pure candidato al parlamento. Voleva essere accettato dall'elite che ovviamente non l'ha mai accettato e quando è stato cacciato dal parlamento in lui è scattato qualcosa, un odio per il potere così forte da portarlo a considerare un intero paese come il suo nemico. Un paese che aveva un esercito debole, credo avessero solo tre elicotteri, lui di certo poteva organizzare un'armata molto più potente. Insomma io mi concentrerei da questa rabbia che esce da un'indignazione quasi legittima".

Loving Pablo, quello con Penelope Cruz e Javier Bardem è più o meno su questo… Ad ogni modo adesso le serie sono così tante da avere target molto specifici, ma secondo te cos'è che in questo momento va prodotto, cosa sta per esplodere?

"Se lo sapessi lo produrrei!" [ride ndr]

Non c'è qualcosa che hai visto che ti ha colpito?

"Fauda, la serie israeliana sui corpi arabi della polizia israeliana che si infiltrano tra i palestinesi. È la storia di questo infiltrato e della sua fratellanza, non ha niente di diverso dalle serie con poliziotti sotto copertura, ma quello che è fantastico è quel paesaggio. Sono interessato a vedere altri posti e altre storie in quei posti lì, ad esempio voglio vedere le serie italiane che ieri sera ho guardato agli upfront. Proporre uno show ad hollywood è più difficile che mai perché chiunque ha già sentito tutto. Qualche anno fa avrei potuto proporre una serie su due poliziotti che diventano piano piano matti e l'avrei venduta ma ora no, è stata fatta. Dunque ora cerco di trovare idee per rimettere in scena le solite idee".

E con cosa te ne sei uscito allora?

"Ad esempio mi sono interessato alla storia di El Chapo, ma è la storia di qualsiasi altro spacciatore: ricchezza, donne, macchine, un passato povero… Sempre la stessa. Tuttavia El Chapo non è stato catturato dalla DEA o dai marine, ma perché stava mandando messaggi ad una donna che non era sua moglie. Ho scoperto allora che quel cartello usava i social media come una grande compagnia, ci facevano le PR della loro beneficienza, li usavano per intimidire, per mantenere i contatti… Quindi farei la storia su El Chapo nell'era dei social media, sarebbe una storia non tanto sulla droga ma su noi e la persona digitale che creiamo online con la quale vendiamo noi stessi. Quella è una storia! Perché non pensi mai ai trafficanti di droga e ai social media".

La vedremo presto?

"No. Me l'aveva commissionata Discovery Channel, l'ho inventata e venduta a loro ma poi hanno deciso che non gli interessava più fare una serie sulla droga e quindi nonostante l'abbiano comprata non la produrranno. Gli ho risposto "Avrei preferito me l'aveste detto prima!"."

Quindi ora a cosa ti stai dedicando?

"Ora sto lavorando ad un'altra serie chiamata The Godfather of Harlem, su un vero gangster afroamericano negli anni '60 amico di Malcolm X. Parla della collisione del mondo criminale con quello dei movimenti per la conquista dei diritti civili, in più c'è la guerra con la mafia bianca. È un po' Il Trono di Spade, con tutte le tribù diverse a farsi la guerra ma a New York. Vorrei riuscire a parlare di razzismo e problemi di oggi nella gabbia del passato. Quasi un prequel di American Gangster, a fare il protagonista ho ottenuto Forest Whitaker, ma non so se qualcuno se la comprerà".

Storie vere che sembrano fasulle, ne hai appena raccontate due e del resto pure Narcos lo è, perché vanno così tanto ora?

"Credo il pubblico sia interessato a cose che hanno una base reale. Con Narcos ho fatto interviste a persone che hanno lavorato per Escobar o che l'hanno cacciato, ho fatto tantissima ricerca e ho scoperto che per me il processo di trasformare il lato giornalistico in sceneggiatura è una grande soddisfazione e ho scoperto che sono più bravo a fare quello che a inventare da zero. Detto ciò ora sto scrivendo Sherlock 3, con Robert Downey Jr., ed è difficilissimo, non penso ad altro. Devo inventarmi le deduzioni tipo: "Ho notato dalla cenere sul tuo cappotto che hai fumato tabacco di quella marca…" e via dicendo".

Pensi che queste storie sarebbero accettabili se non fossero vere? La gente ci crederebbe?

Non credo ma il bello è che se hanno una base vera non devi convincere nessuno. José Padilha [regista e co-produttore di Narcos ndr] spesso mi diceva di non cercare di spiegare perché la gente fa quel che fa, lui sostiene che la maniera in cui fa film è raccontare persone che rappresentano delle istituzioni e poi farli scontare. Ad esempio il poliziotto fascista è un poliziotto fascista perché lo è e basta, non perché la mamma non l'ha allattato, l'importante è farli scontrare. Questa idea mi ha davvero fatto muovere dalla classica mentalità hollywoodiana, forzandomi ad andare da altre parti".

In America avete lo showrunner, in altri paesi invece le cose si fanno in maniera diversa, senza uno showrunner, e va bene lo stesso. Cosa pensi che cambi la presenza di una figura come quella nel prodotto finale?

> "La fascinazione con lo showrunner è nata con Lost. Il termine lo usavamo anche prima ma è diventato mainstream con J. J. Abrams, che poi non lo era per niente su quella serie e lo sanno tutti ma lo stesso è rimasto questo mito. Queste serie sembravano avere un'impronta così personale (pensa ai Soprano) che tutti volevano sapere chi fosse responsabile di queste creazioni. Di solito in Europa questo responsabile è un produttore, invece in America tende ad essere uno sceneggiatore. L'importante però nella nuova serialità è che la serie risponda ad una visione singola, invece di multiple.
>
> Del resto le serie di maggiore appeal sono quelle che in cui una o poche persone hanno tutto in mano e gli danno un tono specifico. È proprio diverso, non c'è nulla di male in una serie tipo CSI, né è facile da fare, ma è una formula. Un nuovo sceneggiatore se è bravo ci si può adattare più facilmente, invece serie come Narcos o I Soprano o Lost o Gomorra hanno un tono particolare e serve qualcuno che si assicuri che tutti i comparti lo rispettino in ogni episodio".

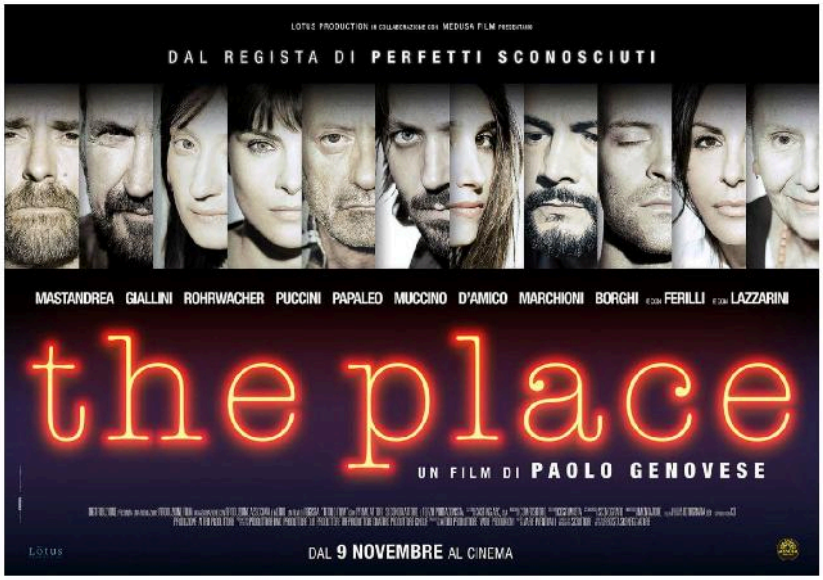
CINEMATOGRAPHE
POWERED BY FILMISNOW

News

The Place e Il ragazzo invisibile 2 venduti al mercato internazionale da True Colours

Il nuovo film di Paolo Genovese e il secondo capitolo de Il ragazzo invisibile hanno già trovato delle case fuori dal territorio nazionale.

Di **Chiara Caroli** - 30 ottobre 2017



Dal 19 al 23 ottobre si è tenuta a Roma la terza edizione dei **MIA**, per esteso Mercato Internazionale Audiovisivo. La manifestazione, è un appuntamento esclusivo per i produttori e distributori che si interfacciano alla compravendita di contenuti, film e serie tv, pronti ad esser lanciati nel mercato internazionale.

Tra i film presentati quest'anno al MIA ci sono stati *The Place*, di Paolo Genovese, e *Il Ragazzo Invisibile – Seconda Generazione* di Gabriele Salvatores

La società True Colours, guidata da Catia Rossi, ha ricevuto un feedback decisamente positivo chiudendo in anticipo alcuni accordi internazionali di notevole importanza. ***The Place*** sarà distribuito in Russia e CIS con All Media, in Repubblica Ceca con Filmeurope, in Ungheria con Cinenuovo, in Polonia con Aurora, in Bosnia, Croazia e Slovenia con Stars Media, in Estonia con Estin Films, in Lituania con Kino Pavasaris, in Bulgaria con 6A Media Entertainment, a Taiwan con Swallow Wings. Tra questi mancando paesi come Germania, Francia, Benelux, LATAM, Cina e Israele, fortemente interessati e che sicuramente acquisteranno il film dopo l'anteprima del 4 novembre all'AFM.

The Place è prodotto da Medusa Film e debutterà nei cinema il 9 novembre.

Anche ***Il ragazzo invisibile – Seconda Generazione*** si è assicurato un primo, e non unico, accordo di distribuzione. Il film diretto da Salvatores è stato acquisito dal distributore polacco Vivarto / Bomba Film, che ha anche acquistato il primo capitolo della saga.