

MIA MARKET CHIUDE CON NUMERI RECORD E BOOM DI PRESENZE

Chiude con numeri record e un successo senza precedenti il **MIA | Mercato Internazionale Audiovisivo** che per 5 giorni ha portato a Roma il gotha dell'industria mondiale del settore. *“Un mercato - spiega **Lucia Milazzotto, direttore editoriale del MIA- cresciuto molto rapidamente da tutti i punti di vista**”.* Il MIA 2018 ha contato **più di 2000 operatori da 50 Paesi, con un aumento rispetto allo scorso anno del numero complessivo di accrediti del 15%, con un equivalente incremento di operatori internazionali (con un importante crescita della partecipazione spontanea dell'industria straniera, i cui operatori corrispondono al 30% del totale dei partecipanti internazionali), della presenza americana del 180%, degli incassi da accrediti del 35% (segnalando il crescente investimento degli operatori nel MIA).** Il Mercato romano registra inoltre 125 proiezioni di mercato, circa 400 buyer, 4 vetrine di anticipazioni esclusive dedicate ai film, alle serie televisive e ai documentari del prossimo anno; 58 progetti per il pitching forum da 21 paesi di film, serie drama e documentari ancora in fase di sviluppo, oltre 30mila meeting in 4 giorni, circa 40 Talks. In crescita anche i numeri social del MIA con 110.8K di visualizzazioni complessive su Twitter , oltre 35mila su Facebook e oltre 30mila impression su Instagram. Il sito del MIA ha registrato oltre 21mila visualizzazioni, di cui il 34,5% nuovi utenti.

*“Siamo soddisfatti del risultato di quest'anno -dice **Milazzotto-** che è frutto di una visione strategica precisa e condivisa con tutto il comparto industriale e creativo, del grande contributo di una squadra composta e compatta di professionisti appassionati e della direzione organizzativa di Chiara Sbarigia e Mina Larocca e del gruppo di lavoro di ANICA e APT. MIA si è confermata una formula vincente per un mercato nuovo e convergente a servizio dell'industria globale per un risultato importante in termini di posizionamento nel panorama internazionale. MIA propone un nuovo paradigma di mercato e contemporaneamente di Made in Italy in campo audiovisivo per sostenere la crescente capacità produttiva italiana e contenuti sempre più vari e sofisticati nei generi e nella narrazione. Siamo usciti dalla 'start-up' e gettato le fondamenta per un MIA sempre più in crescita”.*

*“Il Mia, Mercato Internazionale dell'Audiovisivo di Roma, progetto voluto da Anica e Apt e diretto egregiamente da Lucia Milazzotto, è un grandissimo successo -spiega **Francesco Rutelli, presidente di ANICA-** le presenze di operatori internazionali interessati ai prodotti italiani e attente alle nostre creazioni sono in crescita costante, quest'anno hanno superato tutte le aspettative. La costruzione di nuove partnership commerciali è molto promettente”. “La quarta edizione del MIA -spiega **Giancarlo Leone, presidente di APT-** si è dimostrata un veicolo molto importante per la qualificata presenza del prodotto italiano sul mercato internazionale. Per quanto riguarda il prodotto audiovisivo, e in particolare la serialità, sono stati presentati ai potenziali buyers e coproduttori progetti in fase di realizzazione per un valore complessivo superiore ai 300 milioni di euro. È un valore molto importante per la nostra industria dell'audiovisivo che troverà dei moltiplicatori di investimento importanti per consolidare il successo del nostro prodotto in Italia e nel mondo”.*

Consenso anche dagli operatori presenti: *“Credo che il MIA sia un mercato fantastico -commenta la produttrice **Elizabeth Karlsen-** credo sia molto importante che gli europei si riuniscano tutti*

*insieme per parlare dei modi in cui possono raccontare le storie, generare co-produzioni e condividere i finanziamenti. Credo che questa sia una grande rassegna". "Questa è la mia prima volta al MIA ma ho visto molti panel importanti che affrontano problemi centrali del mondo dell'audiovisivo", sottolinea il regista e produttore **Paul Feig** mentre secondo l'italiano **Andrea Occhipinti** "il MIA sta diventando sempre più accattivante per personaggi interessanti di cinema e televisione e può essere un'ottima piattaforma per progetti nati in Italia". "E' meraviglioso vedere che esiste un forte mercato italiano dell'audiovisivo", sottolinea il regista e produttore **Bryan Fogel**. "In altri mercati internazionali si fa solo la compravendita del prodotto, al MIA si fa molto trendsetting il che è molto importante" sottolinea **Walter Iuzzolino** e ancora **Paul Green** di Anonymous Content dichiara: "Come modo per costruire nuovi rapporti un mercato come il MIA è fantastico". "Le persone vogliono venire a Roma. Quindi perchè non avere un importante evento culturale ed economico come il MIA?" commenta il pluripremiato produttore **Paul Webster**.*

"Congratulazioni davvero per un MIA sempre più importante e rilevante. E' stato un piacere passare questi ultimi giorni con voi, in questo appuntamento ormai essenziale del calendario d'autunno - come tra l'altro ampiamente confermato da tutto il feedback che ho raccolto nei miei incontri e nelle mie conversazioni con gli altri vostri ospiti" conclude **Carlo Dusi**.

"Non potremmo essere più felici di questa quarta edizione del MIA. Nuove società come anche partecipanti di lunga data hanno confermato con la loro presenza la crescita e il consolidamento di un appuntamento di mercato in autunno in Europa. L'alta qualità della selezione dei progetti del Mercato di Co-produzione, provenienti da 16 paesi, molti dei quali all'opera prima e ben il 50% diretti da registe donne, ha destato grande attenzione tra produttori e sales agent. - **sottolineano Francesca Palleschi** Responsabile di MIA|Cinema insieme ad **Alexia De Vito** responsabile del mercato di Co-produzione Cinema -. Le iniziative dedicate alle anticipazioni di mercato di film in lavorazione e post-produzione What's Next Italy e C EU Soon hanno presentato in esclusiva ai buyer 18 film tra italiani e opere prime e seconde europee. Tra i paesi più rappresentati in termini di numeri, la Francia, Germania, il Regno Unito, gli Stati Uniti, il Giappone, l'America Latina con il Cile in testa, grazie alla rinnovata partnership con Cinema Chile. Tra gli highlight di quest'anno, il Focus sul Regno Unito, sostenuto dal British Film Institute- BFI, il British Council e l'Ambasciata britannica a Roma, che ha visto protagonisti una folta delegazione di produttori e distributori inglesi, la partnership con Europa Distribution, il network di distributori indipendenti europei, una masterclass sulla distribuzione di film in Cina, un mercato in continua espansione".

"Il MIA DOC 2018 è riuscito a portare a compimento tutti gli obiettivi principali che si era prefissato: da un lato l'internazionalizzazione della sezione con un'apertura ai grandi player stranieri, - **sottolinea Marco Spagnoli** responsabile MIA |DOC - dall'altro diventare una vetrina in grado di comunicare in Italia e all'estero la qualità raggiunta dall'industria e dai documentaristi nostrani. I due panel sul lavoro della RAI, la presenza di Netflix, che, per la prima volta, ha partecipato ad un evento italiano legato ai documentari, nonché la vitalità degli incontri di business, e il successo delle conversazioni con il Premio Oscar Bryan Fogel e il leggendario Michael Apted, segnano l'inizio di una strada che potrebbe portare a sviluppi futuri tanto importanti quanto interessanti."

"Alcuni dei nomi più interessanti hanno partecipato al MIA|TV con un livello così alto da riuscire ad attrarre a Roma i produttori televisivi, i principali broadcaster europei, i network americani, gli Studios, le più ricercate piattaforme digitali, i fondi di finanziamento, le agenzie di talent e i distributori internazionali. - **dichiara Gaia Tridente** responsabile di MIA |TV -. L'Italia è stata al centro dell'appuntamento più atteso e glossy del programma di MIA TV, GREENLit che ha presentato all'industria alcune tra le co-produzioni italiane con player internazionali ancora inedite e in fase di sviluppo e produzione. Le serie presentate hanno partner internazionali on

board che vanno da HBO, eOne, Federation Entertainment, Sky Vision, Orange, France TV, ZDF, Tele Munchen, Sundance TV, Yellow Bird e TV4 Sweden. Tutte queste realtà internazionali sono entrate in coproduzione con le società di produzione italiane (Palomar, Lux Vide, Taodue, 11 Marzo, Fremantle, Aurora TV, Paypermoon, Fabula Pictures, Wildside, Fandango, Indigo, Colorado Film, Gavila) che sono state protagoniste di GREENLit grazie al sostegno e al supporto dei grandi broadcaster italiani che sono i commissioner delle serie: RAI, MEDIASET, SKY e TIMVISION. Quest'anno il Drama Series Pitching Forum presenta 20 serie provenienti da 12 paesi di tutto il mondo: Spagna, Italia, Lituania, Regno Unito, Stati Uniti, Islanda, India, Israele, Canada, Belgio, Francia, Australia”.

MIA | Mercato Internazionale Audiovisivo è ideato, realizzato e prodotto da un Raggruppamento Temporaneo di Impresa di **ANICA** (Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Multimediali) per il tramite della sua controllata ANICA SERVIZI S.r.l. e **APT** (Associazione Produttori Televisivi), è finanziato dal **Ministero dello Sviluppo Economico e ICE - Agenzia per l'Internazionalizzazione delle industrie italiane**, con il contributo del **Ministero per i beni e le attività culturali**, della **Regione Lazio**, e dal **Programma MEDIA**. Tra i partner del MIA, **Lazio Innova, Roma Lazio Film Commission, Fondazione Cinema per Roma, Apulia Film Commission, British Film Institute (BFI), British Council e l'Ambasciata Inglese a Roma, Viacom, Laura Biagiotti, True Colours**, con la collaborazione di **European Producer Club, Europa Distribution, UNIFRANCE, Ambasciata di Francia e Alice nella città**.

Nella governance del MIA, rispettivamente per ANICA e APT, i Presidenti **Francesco Rutelli e Giancarlo Leone**, l'Amministratore Delegato di ANICA Servizi **Nicola Maccanico**, i Direttori Generali **Mina Larocca e Chiara Sbarigia**; nel Comitato di Indirizzo, il DG dell'ICE **Piergiorgio Borgogelli**, il Direttore **Nicola Borrelli** in rappresentanza del MiBAC, **Francesco Rutelli e Giancarlo Leone, Andrea Occhipinti e Chiara Sbarigia**; nel Comitato Editoriale, oltre le stesse ANICA e APT, i rappresentanti delle Associazione 100 Autori, AGICI, Cartoon it, CNA Audiovisivo, Italian Film Commission, L.A.R.A., UNEFA.

La Direzione Editoriale è dalla prima edizione affidata a **Lucia Milazzotto**.

www.miamarket.it

Coordinamento Ufficio Stampa

Cristina Scognamillo

cristinasognamillo@hotmail.com | press@miamarket.it | +39 335 294961

Ufficio Stampa MN Italia

Marcello Giannotti | marcello.giannotti@mnitalia.com | +39 348 9248870

Tatum Bartoli | tatum.bartoli@mnitalia.com | +39 348 1429538

Chiara Friggi | chiara.friggi@mnitalia.com | +39 340 2416277

A brand and a project produced by



Supported by



With the contribution of

